



International  
Olympic  
Committee

Edição 2021

# DIRETRIZES DE REPRESENTAÇÃO

RETRATO IGUALITÁRIO,  
JUSTO E INCLUSIVO NO ESPORTE



Esta é a segunda edição das Diretrizes de Representação criadas para as partes interessadas no Movimento Olímpico, de acordo com os Objetivos de Igualdade de Gênero e Inclusão do COI, para o período de 2021-2024. Elas convocam a implementação das “práticas igualitárias e justas de representação em todas as formas de comunicação” no COI, nos Jogos Olímpicos e em todo o Movimento Olímpico – cujos membros são, por sua vez, encorajados a adotar e adaptar essas diretrizes de acordo com os contextos culturais. Esta edição atualiza as Diretrizes de Representação de 2018, que foram criadas como uma das recomendações do Projeto de Revisão da Igualdade de Gênero do COI.



# ÍNDICE

---

4 **Introdução**

---

5 **Representação definida**

---

1

06 **Parte um: O contexto. Reconhecendo estereótipos e mudando os clichês**

07 Termos a serem conhecidos

08 Representação no esporte: principais barreiras atuais

09 Reformular a narrativa

10 Esporte como determinante para equidade e inclusão: uma responsabilidade e oportunidade coletiva

---

2

11 **Parte dois: A prática. Adotando práticas de representação justa e equilibrada**

12 Conteúdo e editorial

13 Imagem

14 Linguagem e terminologia

16 Cobertura e tempo de transmissão

17 Entrevistas e comentários

---

3

18 **Parte três: Partindo para a ação. Lista para facilitar a implementação**

19 Checklist da Representação no esporte

20 Como organizações esportivas podem facilitar a cobertura equilibrada entre gêneros

21 Acompanhando seu resultado

---

23 **Recursos adicionais**

---

24 **Referências**

# INTRODUÇÃO

O esporte é uma das plataformas mais poderosas para promover equidade gênero e empoderar mulheres e meninas, e a cobertura esportiva é muito influente em criar normas de gênero e estereótipos.

No Comitê Olímpico Internacional (COI), sabemos que os Jogos Olímpicos são um holofote incrível. Os Jogos Olímpicos são uma plataforma única e ponderosa para mostrar a universalidade e diversidade do esporte a pessoas em todo o mundo, e particularmente para mulheres e comunidades minoritárias, que frequentemente são desencorajadas de se envolverem no esporte por não se verem representadas nas culturas esportivas e mídia prevalentes. As duas semanas de cobertura Olímpica são um momento raro em que esportes femininos e atletas – independente da nação, raça, religião, orientação sexual ou status socioeconômico – estão suscetíveis a estampar as manchetes. Mas fora desse período, a quantidade e a qualidade da cobertura do esporte feminino continuam inconsistentes e limitadas em comparação com as dos homens.

O esporte tem o poder de mudar a forma como mulheres e minorias são vistas e como elas próprias se veem. Como líderes, comunicadores, criadores de conteúdo e meios de comunicação no movimento esportivo, damos o tom de como desportistas e atletas são – globalmente – fotografados, apresentados, descritos e representados; ou seja, retratados, em todas as formas de mídia e comunicação.

As seguintes diretrizes são previstas para aumentar a consciência do que constitui preconceito de gênero em relação a vários aspectos da representação no contexto esportivo e como isso pode ser superado para garantir que nossos conteúdos e comunicações sejam mais inclusivos, equilibrados e representativos do mundo em que vivemos.



# REPRESENTAÇÃO DEFINIDA

No COI, definimos representação da seguinte maneira:

A linguagem (palavras e expressões), as imagens e vozes usadas, a qualidade e quantidade de cobertura, e a proeminência dada ao descrever indivíduos ou grupos em comunicações e na mídia.

Trata-se tanto de quem é mostrado, ou sobre quem é escrito/falado, quanto como esses indivíduos são mostrados ou como escrevemos/falamos deles.

Trata-se das palavras, narrativa e tom.

Trata-se das imagens e vozes.

Trata-se do contexto e da definição.

## ALÉM DO GÊNERO

Mulheres, homens e pessoas não-binárias não são um grupo homogêneo, nem são unicamente definidos pela sua identidade de gênero. Todos os indivíduos têm múltiplas identidades cruzadas. Outros marcadores sociais de diferença, como raça, etnia, religião, nacionalidade, cultura ou orientação sexual (para citar alguns) informam a identidade da pessoa. Práticas equilibradas de representação devem também garantir que a diversidade e interseccionalidade em e entre grupos diferentes sejam consideradas e refletidas. Afinal, nem todos os desportistas parecem ou são os mesmos, nem vivem a vida exclusivamente como “mulheres”, “homens” ou “atletas”.



# 1 O CONTEXTO

*Reconhecendo estereótipos e mudando clichês*

**Preconceitos baseados em gênero, estereótipos e normas sociais** levaram e continuam a levar a um tratamento diferente entre gêneros. Uma das dificuldades nessa área é saber o que os termos significam e compreender os conceitos. Essa segunda edição das Diretrizes de Representação demonstra alguns contextos e definições para ajudar a direcionar sua apresentação de gênero, e, em particular, mulheres no esporte.

“Estereótipos, normas sociais discriminatórias e uma falta de representação continuam sendo as barreiras mais generalizadas para a igualdade de gênero em todo o mundo.”

**Phumzile Mlambo-Ngcuka,**  
Diretor-Executivo, ONU Mulheres

# TERMOS A SEREM CONHECIDOS

**SEXO:** é atribuído no nascimento e refere-se às características biológicas que definem uma pessoa como feminino, masculino ou intersexual (Organização Mundial da Saúde).

**GÊNERO:** refere-se a papéis socialmente construídos, comportamentos, atividades e atributos que uma determinada sociedade considera adequados para mulheres e homens (ONU Mulheres).

**PRECONCEITO INCONSCIENTE:** uma associação ou atitude sobre uma pessoa ou grupo social formado além do nosso controle e conhecimento (Catalyst 2019).

**ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO:** ideias preconcebidas sobre papéis, atributos e características tradicionalmente atribuídos a mulheres e homens de acordo com o fato de serem do sexo feminino ou masculino. Por exemplo, o papel das mulheres foi geralmente restrito à esfera doméstica e familiar (OHCHR 2014). Estereótipos negativos e atitudes discriminatórias, por fim, perpetuam a desigualdade de gênero e retardam mudanças (ONU Mulheres 2020).

**LINGUAGEM NEUTRA DE GÊNERO:** quando a linguagem que está sendo usada não é específica de gênero (EIGE 2018), ou seja, sem referência a um sexo ou gênero social específico, mas que considera as pessoas em geral. O uso de linguagem neutra ou inclusiva em termos de gênero evita palavras e expressões que possam ser interpretadas como preconceituosas, discriminatórias ou sexistas; colocando mulheres e homens no mesmo nível e ajudando a reduzir os estereótipos de gênero (ONU Mulheres 2017).

**EQUILÍBRIO DE GÊNERO NA COMUNICAÇÃO:** o processo de integração de uma perspectiva ou lente de gênero em todos os aspectos das estratégias e iniciativas de uma organização e em sua cultura, sistemas, operações e comunicações. Aplicar uma lente de gênero significa levar em conta como suas decisões afetam os gêneros de forma diferente.

**PRECONCEITO DE GÊNERO:** ações ou pensamentos preconceituosos que afetam uma pessoa ou um grupo de pessoas com base no seu gênero. Linguagem com viés de gênero implícito/inconsciente ou explícito/consciente favorece um gênero em detrimento do outro, levando a tratamento desigual e/ou injusto. É uma forma de discriminação de gênero (EIGE 2018).(EIGE 2018).



# REPRESENTAÇÃO NO ESPORTE: PRINCIPAIS BARREIRAS ATUAIS

No contexto do esporte, pesquisas e testemunhos repetidamente demonstraram que há algumas diferenças fundamentais no tratamento entre gêneros no esporte. Aqui, descrevemos alguns destes preconceitos de gênero e desafios recorrentes que servem como pano de fundo e contexto do motivo pelo qual a representação no esporte é importante. Em resumo, há três desafios gerais específicos para o esporte feminino e atletas mulheres.

## 1. SUB-REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NO ESPORTE

Com uma pequena exceção durante os Jogos Olímpicos e outros grandes eventos esportivos internacionais (Women's Sports Foundation 2020), há uma **falta de cobertura** global do esporte feminino e atletas mulheres, com a vasta maioria dos recursos e exposição focados no esporte masculino.

Esportes considerados “adequados ao gênero” são mais propensos a serem cobertos (ex. ginástica feminina e boxe masculino vs boxe feminino e ginástica masculina).

Mulheres também são **sub-representadas na liderança** e na mídia esportiva em todos os níveis.

## 2. FALTA DE RECONHECIMENTO

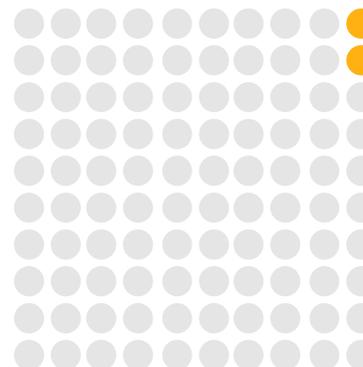
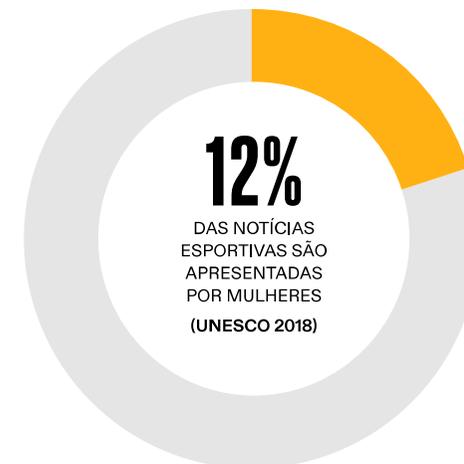
Na cobertura esportiva, há um foco desproporcional nas **características** fora do contexto esportivo **das atletas mulheres** (aparência física, roupas e vidas pessoais), com ênfase frequente na aparência em vez do aspecto atlético, desempenho esportivo e habilidades.

Ao esporte feminino normalmente é acrescentado um qualificador, ex. futebol feminino, enquanto ao esporte masculino não: simplesmente futebol em vez de futebol masculino. Esta "**marcação de gênero**"

específica para o esporte feminino implica o esporte masculino ser a norma usual. (Cambridge University press 2016).

## 3. FOCO NO ESPORTE EM PRIMEIRO LUGAR

Atletas mulheres são mais frequentemente **definidas primeiro pelo seu gênero** (mulheres, feminino) ou pelos papéis de gênero (esposa, mãe, feminino), e então como **atletas**, o que não é o caso quando se trata de **atletas homens** (Cambridge University Press 2016). Atletas homens são enquadrados de acordo com os “ideais de masculinidade heroica” heterossexual, valorizando a força, resistência e coragem (Hanson 2012). Independentemente do gênero ou sexualidade, e sem importar a aparência da pessoa, o foco deve estar nas suas **habilidades e conquistas**.



## Somente 2 atletas mulheres entre os 100 atletas mais bem pagos em 2020

(FORBES 2020)



“Homens não estão imunes a comentários sobre seu físico, como quando estão usando sungas apertadas, mas as mulheres recebem mais, e isso é mais relevante em função da história da desigualdade”.

Anna Watkins, Remadora britânica e duas vezes medalhista Olímpica, Londres 2012

# REFORMULAR A NARRATIVA

Quando dizem que você **corre como um homem** ou **arremessa como uma garota**, que um determinado esporte **não é adequado porque você pertence a determinado gênero** ou que você tem uma imagem **viril** ou **frágil**... comentários pejorativos como esses e pressões para estar de acordo com estereótipos e ideais femininos ou masculinos são prejudiciais aos participantes e aos que querem participar do esporte. Podem eventualmente levar a garotas e garotos a abandonarem completamente o esporte.

E, ainda, o esporte poder ser um ótimo determinante de equidade e inclusão, pode apresentar atletas e desportistas de todas as esferas da vida, de todas as condições sociais no estádio olímpico e nos níveis mais altos do esporte.

É hora de garantir que mudaremos e que iremos equilibrar o roteiro.

# AFASTAR-SE DISSO...



**...NA DIREÇÃO DISSO, UMA NARRATIVA SEM PRECONCEITO E MAIS INCLUSIVA.**

# ESPORTE COMO UM DETERMINANTE DE EQUIDADE E INCLUSÃO: UMA RESPONSABILIDADE E OPORTUNIDADE COLETIVA

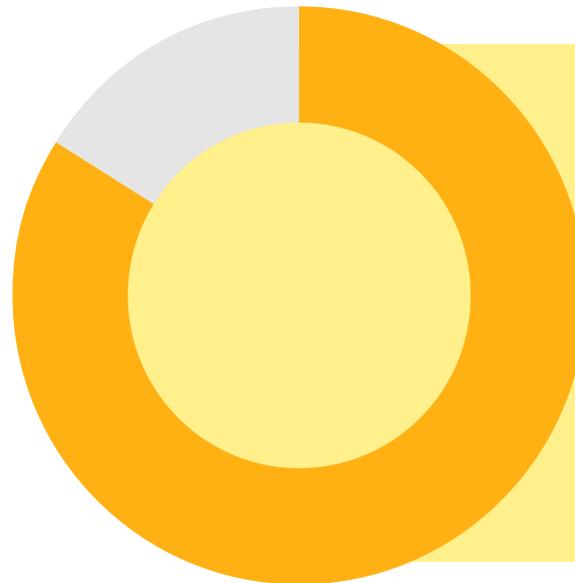
Com a participação recorde de atletas mulheres nos Jogos Olímpicos, e o holofote reconhecido e maior visibilidade que vem com os principais eventos esportivos, há uma grande oportunidade de organizações esportivas e líderes exigirem e lutarem por uma representação mais equilibrada e justa dos gêneros.

O esporte está numa posição única:

- ✓ Para ajudar a mudar o discurso e questionar os estereótipos negativos e normas de gênero.
- ✓ Para gerar novos modelos fortes, positivos e diversos.
- ✓ Para promover e exigir cobertura equilibrada e uma representação justa dos desportistas em toda sua diversidade – independente do gênero, raça, religião, orientação sexual ou status socioeconômico.

Representações diversas e empoderadoras de atletas, treinadores, juizes e todos aqueles que formam o ecossistema esportivo têm um impacto positivo na participação no esporte, treinamento e na liderança. É uma oportunidade de crescer, conectar-se com novos públicos e gerar mais interesse e engajamento, em particular, entre gerações mais jovens, que cada vez mais veem o esporte apenas como – esporte.

Garantir o equilíbrio de gênero na representação é um pequeno passo, mas gradativo na direção da igualdade de gênero e um trampolim crítico para influenciar comportamentos e mudar atitudes. O esporte pode, em última análise, modelar uma cultura que reflete igualdade, respeito pela diversidade e inclusão, dentro e fora do contexto esportivo.



## 84% DOS FÃS DO ESPORTE (MAIS DA METADE SÃO HOMENS) SÃO INTERESSADOS NO ESPORTE FEMININO

de acordo com a pesquisa Nielsen (2018) realizada na Austrália, França, Alemanha, Itália, Nova Zelândia, Espanha, RU e EUA. Esporte feminino também é visto como mais “progressivo” e “familiar”, “limpo” e mais “inspirador” que o esporte masculino.

“Nenhum gambiano já competiu nas Olimpíadas de Inverno. [...] Amadou Krubally me viu competir nos Jogos Olímpicos de Inverno 2018 por Gana. Ele se inspirou, entrou em contato comigo e iniciou uma federação esportiva de inverno da República de Gâmbia. Eu me senti muito orgulhoso de ver meu companheiro africano quebrar barreiras e desafiar o status quo.”

Akwasi Frimpong, primeiro atleta Olímpico de skeleton de Gana, PyeongChang 2018

“Uma mulher na capa praticando seu esporte e o foco no seu rosto. Ela era o pacote completo. Foi seu corpo, sua determinação ferrenha. Nesse momento sabia que queria ir para as Olimpíadas. Apenas precisava sair e encontrar um esporte.”

Jennifer Heil, campeã Olímpica canadense de moguls, Turin 2006, falando sobre ver a heptatleta americana Jackie Joyner-Kersey na capa da Sports Illustrated no verão de 1992

# 2 A PRÁTICA

## *Adotando práticas de representação justa e equilibrada*

Esta seção inclui uma série de sugestões e dicas a serem consideradas para superar o preconceito nos vários aspectos da representação no contexto esportivo e garantir que adotaremos práticas igualitárias de gênero e representação justa em todas as formas de comunicação e produção de conteúdo.

“Em 2018 fomos muito estimulados pela forma como a primeira edição das Diretrizes foi recebida por nossos colegas de transmissão que cobriram os Jogos Olímpicos. Acreditamos que esta segunda edição informará ainda mais a comunidade de mídia, de maneira que a cobertura justa e equilibrada em termos de gênero se torne um marco para todos nós.”

Yiannis Exarchos,  
CEO, Serviços de Transmissão Olímpica  
e Diretor Executivo, Olympic Channel

# CONTEÚDO E EDITORIAL

**1** Direção editorial clara e equilibrada e tom do conteúdo

**2** Narração audaciosa e convincente

**3** Consistência é essencial

Claramente, não é possível prever representação de gênero nas notícias e eventos atuais – você não pode divulgar algo que ainda não aconteceu. Todo o conteúdo precisa ser baseado no **mérito editorial**.

Porém, é preciso **fortalecer sua narração** sobre o esporte feminino e atletas mulheres para aumentar a visibilidade e consistência da cobertura, introduzir vozes novas e conquistar seguidores.

Também é possível – e necessário – ser **sensível à questão de gênero na maneira como o conteúdo é anunciado e apresentado**. Ao anunciar conteúdo editorial, atenção especial à representação de gênero, que deve ser dividida em tom, estilo, linguagem, enquadramento e imagem.

Seja criativo e enriqueça seu conteúdo com **destaques, documentários, profile series ou características especiais**. Sejam atletas famosos ou pioneiros menos conhecidos, lições aprendidas de superação a adversidade ou retrocessos advindos de lesões ou doenças, dicas esportivas ou análises de desempenho e progressos profissionais – há uma mina de ouro de histórias humanas incríveis esperando para serem contadas. Afinal, uma boa história é uma boa história, independentemente do protagonista.

## DICA: CRIE UM BANCO DE DADOS

Desenvolva um banco de dados específico para mulheres no esporte, com contatos de atletas mulheres, treinadoras, cientistas esportivas, líderes e especialistas que podem ser consultadas como fontes.

Mulheres são mais que seu gênero e homens mais que apenas atletas. Todos são pessoas com vidas completas e interesses diversos.

Acompanhe seu editorial e dados de imagem nas suas plataformas digitais (sites e mídias sociais) para **garantir a diversidade e o equilíbrio de gênero no número de artigos, perfis e imagens publicadas**.

## DICA: REVEJA SUAS PLATAFORMAS

Pergunte-se:

- Quanto fácil é encontrar novidades e conteúdos sobre mulheres no esporte nas suas plataformas?
- Esse conteúdo é acessível através da sua homepage da mesma maneira que o esporte masculino?
- O conteúdo está atualizado e é da mesma qualidade que a cobertura masculina?

Analise suas plataformas e conte quantos cliques são necessários; verifique quanto tempo um usuário precisa ir para encontrar conteúdo sobre o esporte feminino.

# IMAGENS

Histórias são contadas por meio de imagens, estáticas ou em movimento. A maneira com que usamos imagens deve refletir a diversidade que existe no esporte, atletas e fãs, mas também é um fator de igualdade e equilíbrio – na qualidade e na quantidade.

Sempre mantenha essas diretrizes visuais em mente:



✓ **Imagem visual ativa, autêntica e respeitosa**

que retrate desportistas no seu ambiente.

✗ **Evitar imagens passivas, sensuais**

de desportistas que reforcem estereótipos.

Se um atleta, homem ou mulher, sofrer um problema com a roupa ou se ocorrer um incidente lamentável em relação à roupa (item do vestuário que rompe ou rasga ou inadvertidamente revela mais do corpo que previsto), reenquadrar a foto/imagem e/ou deletá-la para respeitar a integridade do atleta.



✓ **Atletismo e proezas esportivas**

devem ser o foco da imagem.

✗ **Não focar desnecessariamente na aparência**

(ex. maquiagem, cabelo, unhas), roupas ou partes íntimas do corpo (ex. fotos da virilha, decote, partes traseiras), especialmente se não estão relacionadas ao desempenho do atleta.

Em cobertura de vídeo, evitar “foco” prolongado da cabeça aos pés. Pensar no “apelo esportivo, não apelo sexual”.



✓ **Promover a exposição igual**

o máximo possível de todos os atletas em esportes coletivos.

✗ **Não focar demasiadamente ou somente no mesmo atleta**

na equipe, exceto se relacionado ao esporte e desempenho.



✓ **Capturar a diversidade**

entre desportistas em termos de gênero e outras dimensões, como esporte, etnia ou idade.

✗ **Garantir que haja significativamente mais imagens de um gênero ou comunidade**

em relação à outra.



✓ **Equilibrar força, poder e velocidade com graciosidade, agilidade e elegância**

as imagens dos atletas.

✗ **Evitar reforçar estereótipos femininos e masculinos**

ou focar somente em esportes “adequados ao gênero”.

Como diz o ditado, uma imagem vale mais que mil palavras

## DICA: SELECIONAR UMA GALERIA DE FOTOS EQUILBRADAS EM TERMOS DE GÊNERO

Getty Images selecionou uma coleção editorial e criativa ‘Melhor do Esporte Feminino’, em parceria com a Women’s Sport Trust no RU, apresentando as melhores desportistas do mundo em ação. Para mais inspiração, visite: [www.gettyimages.co.uk/resources/sportingwomen](http://www.gettyimages.co.uk/resources/sportingwomen)

# LINGUAGEM E TERMINOLOGIA

Atenção especial deve ser dada ao uso da linguagem (expressões e comunicação) e terminologia (vocabulário) em comentários, manchetes ou artigos impressos ou digitais.

Usar **linguagem sem preconceito** e evitar estereótipos de gênero, expressões ou palavras que comparam mulheres com homens e/ou implicam a superioridade de um gênero em relação ao outro.

Por exemplo:

❌ Ela nadou **“como um homem/fera”** para vencer essa competição.

✅ Ela nadou **com determinação** para vencer a competição.

❌ Ela é a próxima Michael Phelps.

✅ Ela é uma atleta extraordinária.

❌ Será uma **“briga de meninas”**.

✅ Será uma **competição empolgante** ou será uma **batalha árdua** entre duas fortes competidoras.

Se a identidade de gênero é conhecida, então é legítimo mencionar o gênero da pessoa. No entanto, substitua terminologia específica por **descrições em linguagem inclusiva** quando o gênero de uma pessoa é desconhecido ou quando se tratar de um grupo de gênero misto.

Por exemplo:

❌ dele/dela      ✅ do grupo, da equipe

❌ ele/ela      ✅ o grupo, a equipe

❌ Todos os jogadores do time.

✅ Todas as pessoas que jogam no time.

❌ Os jogadores.

✅ Os jogadores e as jogadoras.



# LINGUAGEM E TERMINOLOGIA

Abaixo, uma lista de boas práticas e princípios gerais:

O desportista, atleta

O desportista, atleta

O Desportista, o atleta. A desportista, a atleta.

## AO REFERIR-SE A PESSOAS

Sempre usar “*feminino/masculino*”, **mulheres/homens** e não garotas/garotos ou meninas/meninos, exceto ao se referir a menores de idade.

O uso de “*meninas*” é inadequado quando “*homem*” está sendo usado. O termo deve ser mulheres. Também aplica-se para o uso do sobrenome da atleta, em vez do primeiro nome, quando esse é o padrão usado para os homens.

Meninas e garotas são adequados quando usados para menores de idade. Em relação a atletas mulheres adultas, esta prática pode infantilizá-las.

## PRONOMES

Não presumir a identidade de gênero de uma pessoa. Sempre perguntar diretamente e, exceto se o gênero da pessoa é desconhecido, evitar usar pronomes específicos de gênero (*ela/ele*). Nesses casos, o plural (*eles/deles*) é aceitável. Por exemplo:

**Cada atleta** deve sempre ter consigo a credencial **dele**.

**Todos os atletas** precisam sempre ter suas credenciais com **eles**.

OU

**O atleta** precisa sempre usar **sua** credencial.

## NOMES E NOMES PRÓPRIOS

Quando possível, usar termos de gênero neutro, por exemplo:

O desportista, o atleta  
 **O Desportista, o atleta / A desportista, a atleta.**

O Ancora  
 **O Âncora / A Âncora**

O Porta-voz  
 **O Porta-voz / A Porta-voz**

O Operador de Camera  
 **O Operador de câmera / A Operadora de câmera**

O Presidente|  
 **O Presidente / A Presidente**

Homem  
 **Humanidade**

marido/esposa  
 **Cônjuge**

## ADJETIVOS

Evitar realizar comentários avaliativos sobre a aparência de um indivíduo. Ao descrever o desempenho de uma atleta, usar adjetivos que se aplicam a mulheres e homens. Por exemplo:

Usar palavras como: **poderoso, forte, atlético, determinado, dominante**

Não usar descrições de gênero ou sexistas. Por exemplo: **sexy, feminino, masculino, como um homem**, etc.

### DICA: MUDAR O GÊNERO

Troque o gênero da pessoa de quem se está falando ou escrevendo. Se o resultado parecer estranho, pode haver um preconceito. Não é bom utilizar adjetivos que reforcem estereótipos de gênero, como beleza e delicadeza e sensibilidade para mulheres e força, poder e virilidade para homens.

# COBERTURA E TEMPO DE TRANSMISSÃO

O COI acredita que **eventos femininos e masculinos têm a mesma importância**, e isso deve ser refletido no tratamento deles. Portanto, é importante mostrar e comemorar jornadas e conquistas esportivas – independentemente do gênero, raça ou orientação sexual – com a mesma paixão, respeito e consistência durante todo o ano e além dos ciclos olímpicos.



Nas atividades de transmissão – cobertura de eventos, entrevistas, perfis de atletas, comentários, etc. – garantir, o máximo possível, **tempo igual de transmissão e cobertura para o esporte feminino e masculino**. O objetivo é equilibrar a duração e programação da cobertura.



Ao preparar artigos e publicações, impressos ou digitais, a exposição de **mulheres e homens deve ser igual para garantir que as reportagens** estejam mais equilibradas, entre os diferentes gêneros. Evitar foco excessivo somente em um gênero.



A qualidade (produção) da cobertura e apresentação do esporte feminino e masculino dos atletas **devem ser iguais**. Nenhum gênero deve ser favorecido.



Aproveitar qualquer poder que tiver ao negociar direitos de mídia para seus eventos esportivos para **empatar na cobertura de competições femininas e/ou de atletas mulheres** (ou o gênero sub-representado no seu esporte) para promover cobertura mais equilibrada.

## DICA: TRABALHAR COM RHBS

Trabalhar de maneira muito próxima com as emissoras detentoras de direitos de transmissão para criar uma narrativa forte sobre seu esporte e apresentar seus atletas na preparação das suas principais competições.



Adaptar a programação da sua competição para sediar eventos femininos e masculinos juntos e/ou mudar os horários para **garantir que equipes femininas e atletas mulheres não sejam um “evento de abertura” ou que joguem durante as “horas de intervalo”**.

## DICA: MISTURE

O cronograma da competição exerce um papel crítico na disparidade da cobertura. O final de semana da final e, em particular, o último domingo dos Jogos Olímpicos, é um momento de transmissão especial. Em PyeongChang 2018, o COI adaptou o cronograma da competição para garantir o equilíbrio de gênero nos eventos de disputa de medalha e nas horas de competição no último dia de competições, para dar proeminência e exposição igual para esportes femininos e masculinos. Progressos substanciais também foram feitos entre Rio 2016 e Tóquio 2020 para tornar o cronograma das competições dos Jogos Olímpicos equilibrado em termos de gênero e estabelecer a direção dos Jogos Olímpicos futuros.

# ENTREVISTAS E COMENTÁRIOS

Ao realizar entrevistas com atletas ou suas comitivas, ou comentar uma competição, evitar perguntas e declarações orientadas por gênero.

Por exemplo: ao entrevistar uma atleta feminina no campo de jogo, evitar perguntar sobre seu marido/parceiro/filhos, exceto se essa voluntariamente fornecer essas informações. Entrevistadores raramente perguntam a atletas homens se suas esposas/parceiros/filhos estão orgulhosos deles.



**NÃO** – Atribuir o sucesso da conquista de uma atleta mulher a seu treinador/comitiva (“aqui está o homem que tornou tudo possível”). Crédito pelo sucesso de um atleta homem é raramente atribuído ao treinador/comitiva.



**FAZER** – Reconhecer que a conquista de uma atleta é um esforço de equipe.

## DICA: CUIDADO COM O TOM

Pesquisas demonstraram que há um “forte contraste entre a narrativa empolgada, amplificada sobre esporte masculino e frequentemente a narrativa enfadonha, realista do esporte feminino”. Ao comentar sobre esportes ou entrevistar atletas, usar o mesmo entusiasmo, interesse e profissionalismo, independente do gênero.



## DICA: DIVERSIFICAR SUAS VOZES

Diversidade é necessária tanto na tela como por trás da tela e microfones, na equipe de trabalho, em todos os níveis. Analisar se sua equipe de comentaristas e entrevistadores representa uma mistura de gêneros e históricos.

## DICA: TREINAMENTO DE MÍDIA PARA ATLETAS

Oferecer aos atletas oportunidades de treinamento de mídia para preparar esses para serem entrevistados pela mídia. Por meio da sua plataforma Athlete365, o COI fornece aos atletas um conjunto de ferramentas de marca pessoal para ajudar a entender sua autorrepresentação e desenvolver sua marca pessoal: [olympics.com/athlete365/personalbrand/](https://olympics.com/athlete365/personalbrand/)

“Não me identifico na quadra de tênis como mãe. Ainda me identifico como uma jogadora de tênis. Estou nas quartas de finais, não cheguei aqui por ser mãe. Cheguei aqui por ser uma jogadora de tênis.”

Victoria Azarenka, jogadora de tênis da Bielorrússia e medalhista de ouro olímpico, Londres 2012

“Quando criança, sentia como se realmente não tivesse alguém para admirar, a quem eu poderia estar realmente ligado. Alguém que fosse gay, competindo no esporte e encontrando o sucesso.”

Gus Kenworthy, esquiador freestyle olímpico americano e medalhista de prata slopestyle, Sochi 2014

# 3 PARTINDO PARA A AÇÃO

## *Lista para facilitar a implementação*

O esporte pode ser um ótimo determinante de igualdade e inclusão, mostrando atletas e desportistas de todos os contextos sociais destacando-se no palco olímpico e no nível mais alto do esporte. Como líderes, comunicadores e criadores de conteúdo no esporte, estamos numa posição única para estabelecer o tom, ajudar a mudar o discurso e questionar estereótipos negativos. Gerar novos modelos fortes, positivos e diversos. Promover **cobertura equilibrada** – em quantidade e qualidade – e **representação justa e inclusiva dos desportistas em toda sua diversidade**.

“São os mesmos gestos, as mesmas medalhas, as mesmas emoções; é o mesmo desejo de vencer, o mesmo orgulho, o mesmo poder de inspirar aqueles assistindo. Não é esporte feminino; é esporte.”

Tony Estanguet,  
Presidente, Comitê Organizador  
dos Jogos Olímpicos, Paris 2024

# CHECKLIST DA REPRESENTAÇÃO NO ESPORTE

O COI acredita que **eventos femininos e masculinos têm a mesma importância**, e isso deve ser refletido no tratamento destes. Portanto, é importante mostrar e comemorar jornadas e conquistas esportivas – independentemente do gênero, raça ou orientação sexual – com a mesma paixão, respeito e consistência durante todo o ano e além dos ciclos Olímpicos.

Lembre-se:  
Trata-se tanto **de quem é mostrado** ou **sobre quem é escrito/falado**, quanto como esses indivíduos são mostrados ou como escrevemos/falamos deles.

## Verifique seu conteúdo

Atenção editorial igual, quando possível



Pergunte-se:

- Há consideravelmente mais histórias e perfis de um gênero em comparação com outro?
- Como está estruturando suas perguntas e narrativas? Considere se são orientadas por gênero ou orientadas por esporte.
- Está anunciando seu conteúdo e apresentando esportes femininos e masculinos com o mesmo entusiasmo e qualidade?

## Verifique sua imagem

Seja equilibrado e afaste-se de gênero



Pergunte-se:

- Há um equilíbrio em termos de gênero nas imagens sendo usadas?
- Mulheres são representadas numa posição ativa e empoderada, e igualmente visível e proeminente?
- O foco das imagens está no desempenho e esporte em vez de na estética?

## Verifique suas palavras

Use linguagem neutra que pode ser usada para todos os indivíduos e grupos de indivíduos



Pergunte-se:

- Está usando formas masculinas (ele/ela) em referências genéricas, i.e. ao referir-se a um grupo não especificado de pessoas? Ou usando o gênero neutro (eles/deles)?
- Está usando palavras e expressões descritivas que se aplicam a qualquer pessoa?
- Está comparando gêneros ou sugerindo a superioridade de um gênero em relação ao outro?

## Cheque suas 'vozes'

Diversifique seus contadores de histórias e proponha painéis com equilíbrio de gênero de diversos, porta-vozes, treinadores, modelos, etc.



Pergunte-se:

- Que vozes estão sendo ouvidas e em que qualidade (ex. Como uma autoridade ou especialista)?
- Mulheres e vozes minoritárias estão falando delas mesmas?
- Seus contadores de história são de gêneros e históricos diferentes?

## PERGUNTE AO ATLETA

Como se quisesse checar duas vezes a ortografia e pronúncia do nome de um desportista proativamente perguntar pelos pronomes. Não presumir.

# COMO ORGANIZAÇÕES ESPORTIVAS PODEM FACILITAR A COBERTURA EQUILIBRADA DE GÊNERO

Há várias iniciativas que uma organização esportiva pode utilizar para facilitar a cobertura equilibrada de gênero. Aqui estão algumas sugestões:

- 1** Garantir que o cronograma das competições seja igualmente equilibrado para eventos femininos e masculino.  
Por exemplo:
  - Alternar as finais femininas e masculinas entre o último e penúltimo evento da competição.
  - Garantir que os eventos estejam igualmente programados para evitar a competição de um gênero em espaços de tempo em que a cobertura de TV é limitada ou inexistente.
  - Garantir que eventos femininos e masculinos sejam igualmente sequenciados para evitar que os eventos femininos sejam refletidos como eventos da abertura dos eventos principais que ocorrerão mais tarde.

- 2** Negociar acordos de direitos de transmissão para que as competições femininas e masculinas tenham igual cobertura e garantia.  
Por exemplo:
  - Incluir uma cláusula que previne os detentores de direitos de transmissão de produzir resumos de 30 minutos dos jogos femininos enquanto os jogos masculinos têm uma cobertura de duas horas ao vivo.

- 3** Estabelecer nos contratos de eventos anfitriões que a cobertura das transmissoras anfitriãs de eventos masculinos e femininos seja da mesma quantidade e qualidade.  
Por exemplo:
  - Mesmo número de horas e mesmo número de câmeras e quantidade de equipamento especial.

- 4** Se sua organização contratar diretamente a emissora anfitriã, inclua a cláusula mencionada no ponto 3 acima. Inclua também uma expectativa de um plano de equipe em sua proposta de oferta que preveja que as funções principais também sejam atribuídas a mulheres (produtoras, diretoras, operadoras de câmera e talentos no ar) e inclua esse plano no contrato final

- 5** Organizar competições masculinas e femininas de maneira que ocorram no mesmo local e no mesmo horário. Observe, isso torna econômico para os meios de comunicação distribuírem a cobertura de reportagem.

- 6** Garantir que atletas e treinadoras mulheres sejam consideradas como potenciais entrevistadas.

- 7** Oferecer incentivos aos meios de comunicação para formarem equipes femininas.  
Por exemplo:
  - Oferecer credenciais para os principais cargos como produtora, diretora, operadora de câmera, editora ou fotógrafa.

- 8** Destacar que representação equilibrada de gênero é uma prioridade, convidar um meio de comunicação para realizar uma análise de conteúdo conjunta da sua cobertura e da cobertura de um evento da sua organização. Envolver o departamento de jornalismo de uma universidade para realizar a análise e, então, se reunir com a equipe do meio de comunicação para discutir.

- 9** Distribuir as diretrizes de representação da sua organização à mídia credenciada, pedindo feedback sobre o conteúdo e solicitando distribuição à sua equipe.

- 10** Garantir que as políticas da sua organização e regras esportivas sejam sem preconceito para evitar promover o mito que o esporte feminino é inferior ou de segunda classe.

# ACOMPANHANDO SEU RESULTADO

Saber quem está sendo promovido como modelo e o que está sendo dito e publicado nas suas plataformas é essencial se quiser garantir uma representação equilibrada na sua comunicação e cobertura esportiva. Ter dados factuais permite mudar suas atitudes, comportamentos e desempenho.

Uma auditoria de gênero do resultado do seu conteúdo e criadores ajudarão a estabelecer o ponto de referência e aumentar a consciência sobre quão equilibradas, ou preconceituosas, suas equipes e coberturas são. Acompanhar seu resultado também ajuda a monitorar o progresso e definir ações concretas para determinar mudanças, se e quando, necessárias na sua equipe e organização.

## OBJETIVO

Equipes e líderes integrem considerações de representação de gênero em todos os planos editoriais e conteúdo sendo produzidos e publicados para garantir um resultado equilibrado – em proporção e tipo de cobertura.

Esta seção oferece algumas dicas sobre o que avaliar e como começar a acompanhar sistematicamente seu resultado para coletar dados.

## O QUE ACOMPANHAR?

**Visibilidade: Avaliar quem aparece no conteúdo que publica.** Por exemplo:

- ✓ Avaliar o equilíbrio de gênero das suas histórias nos seus diferentes resultados; quantas histórias apresentam mulheres, homens ou ambos como assuntos e fontes.
- ✓ Avaliar o equilíbrio de gênero das imagens que posta nos seus canais; e se o foco da imagem está numa mulher, homem, misturado ou outro (ex. locais, cidade, público, equipamento etc.). Contar apenas quem é o foco na imagem e se o gênero dessa pessoa é claramente identificável.
- ✓ Avaliar o equilíbrio de gênero nos vídeos que produz; e quantos dos convidados são mulheres e quantos são homens. Para ir além, avaliar se esses falam com a mesma quantidade de tempo.
- ✓ Avaliar o equilíbrio de gênero das suas transmissões ao vivo na mídia social com atletas; e quantas transmissões ao vivo realiza com atletas femininas, atletas masculinos ou ambos os gêneros juntos.
- ✓ Avaliar quem está sendo mencionado como “especialistas” e “líderes” no seu conteúdo; e quantas vezes femininas vs. vozes masculinas.

**Observação:** se uma pessoa for apresentada duas vezes na mesma parte do conteúdo, conte apenas uma vez. Conte todo conteúdo original que produz e controla, incluindo respostas que contribuem para o tom do seu conteúdo e refletem os valores da organização.

**Narrativa: Avaliar o tipo de cobertura e como indivíduos são representados no conteúdo entregue e/ou publicado nos seus canais.**

- ✓ Categorizar o tipo de conteúdo, por assunto, gênero e narrativa, por exemplo: desempenho (resultados, em ação) / orgulho (tesouro nacional, herói) / sucesso / derrota / pessoal (jornada, equilíbrio pessoal) ou estilo de vida / interesse humano / notícias / desempenho.
- ✓ Dê um passo além e identifique como a história retrata a pessoa no conteúdo, ex. como líder, como participante, como especialista, como uma fonte ou como um modelo e quão proeminentemente o assunto aparece no seu canal, ex. homepage de site, banner social, materiais de marketing, feed social, seção temática etc.
- ✓ Avaliar a composição emocional das suas imagens; e as imagens dominadas por ações (competindo, treinando, etc.), emocionalmente baseadas (momentos de euforia e devastação), centradas no sucesso (no pódio, retratadas com medalhas) ou objetificadas (orientadas no atleta ou não intencional)?
- ✓ Avaliar a linguagem usada. A linguagem baseada em gênero ou diminutiva está sendo usada para se referir a ou descrever um atleta?

**Observação:** desenvolver um esquema de código para avaliar cada item do conteúdo em comparação com os mesmos critérios.

**Compartilhar a voz: Avaliar quem é apresentado como representante do seu esporte/organização.**

- ✓ Avaliar o equilíbrio de gênero dos seus especialistas, porta-vozes e assessores de imprensa. Elabore uma lista e, se considerar que há uma lacuna de gênero significativa, ative sua rede e pesquise fontes adicionais que é possível adicionar para equilibrar sua lista.

**Contadores de História: Avaliar quem cria o conteúdo que você entrega e/ou publica nos seus canais.**

- ✓ Avaliar o equilíbrio de gênero das suas equipes de produção de conteúdo e peça às agências contratadas para produzir conteúdo para listarem o equilíbrio de gênero de suas equipes. Se descobrir que há uma lacuna de gênero significativa, procure novas vozes e diversifique seus contadores de história para desfrutar de novas perspectivas.

## COMO ACOMPANHAR?



Criar um sistema contínuo de marcação e acompanhamento de equilíbrio de gênero na cobertura – isso pode ser feito usando um aplicativo de gestão de conteúdo ou uma planilha Excel.



Marcar, contar e registrar seus números na sua planilha de acompanhamento ou ferramenta de gestão de conteúdo quando o conteúdo é criado e publicado ou logo após.



Compartilhar os dados no editorial semanal ou mensalmente e organizar reuniões da equipe para avaliar o progresso, compartilhar o sucesso e ajustar planos para identificar quaisquer lacunas quando necessário. Estabelecer um ritmo que funcione para você e sua equipe.

O objetivo de coletar esses dados é aumentar e equilibrar a quantidade e qualidade da representação dos desportistas no seu conteúdo para refletir a diversidade do mundo em que vivemos e garantir que esses modelos positivos possam ser visíveis não só durante os ciclos olímpicos, mas também diariamente.

“Há agora uma necessidade de ação, não de promessas. É realmente preciso fazer e entregar, levando a representação a sério e garantir que ela seja considerada em todos os aspectos do que é feito. E, é claro, continuar a batalha contínua de eliminar o preconceito.”

Barbara Slater, Diretor de Esporte da BBC, Comissão de Mulheres e Esporte do COI e membro do Comitê de Imprensa do COI

## Exemplos

### PROJETO DE IGUALDADE 50:50

Em 2018, a BBC lançou o Projeto de Igualdade 50:50 para inspirar e apoiar criadores de conteúdo para representar mulheres e homens igualmente nos seus canais e garantir que seu conteúdo verdadeiramente reflita a diversidade do seu público. Esse estabelece três princípios básicos:

1. **Coletar dados para determinar mudanças**
2. **Avaliar o que você controla**
3. **Não comprometer a qualidade**

Como parte desse desafio, a BBC Sport lançou uma campanha em 2019 chamada #ChangetheGame para mudar a percepção do esporte feminino e mostrar as desportistas femininas nos meios de comunicação da BBC. Mobilizou-se toda a organização para essa campanha, que teve um enorme impacto, com mais 45 milhões de pessoas consumindo o conteúdo esportivo feminino nas plataformas da BBC em 2019.

Para saber mais sobre a metodologia e resultados ou para envolver-se, visite: [www.bbc.com/5050](http://www.bbc.com/5050)

### NZOC & ISENTIA: UMA ANÁLISE DE GÊNERO DA COBERTURA DA NOVA ZELÂNDIA

Em 2015, o Comitê Olímpico da Nova Zelândia contratou a empresa de inteligência de mídia Isentia para analisar como as atletas femininas da Nova Zelândia foram retratadas na mídia na preparação, durante e após os Jogos Olímpicos Rio 2016. Usando análise de conteúdo e um amplo conjunto de dados, esse projeto analisou aproximadamente 30.000 menções de atletas individuais nas notícias impressas, transmitidas e online num período de 14 meses. A análise focou imagens, narrativa e linguagem associadas a atletas, analisando esses fatores nas reportagens sobre atletas homens em comparação com atletas mulheres.

Para saber mais sobre o projeto e acessar a reportagem, visite: [www.isentia.com/latest-reads/nzoc-rio-2016/](http://www.isentia.com/latest-reads/nzoc-rio-2016/)

Seguindo esse relatório, a Sport NZ e Isentia estão realizando um estudo maior de equilíbrio de gênero que vai além dos Jogos Olímpicos. O primeiro estudo envolveu uma análise de 40.000 matérias de mídia por ano por dois anos, iniciando em julho de 2019.

Para mais informações, visite: [sportnz.org.nz/mediaanalysis/about/](http://sportnz.org.nz/mediaanalysis/about/)

# FONTES ADICIONAIS

## ESPORTE

**Objetivos de Igualdade de Gênero e Inclusão do COI 2021 – 2024**

**Relatório do Projeto de Análise de Igualdade de Gênero do COI (2018)**

**Conselho da Europa ALL IN: Na direção de equilíbrio de gênero no esporte**

Toolkit: Como causar um impacto na igualdade de gênero no esporte.

**Mulheres & Esporte Canadenses: Como aplicar uma LENTE de Gênero às tomadas de decisões**

## GÊNERO

**Glossário de Igualdade de Gênero da ONU Mulheres**

**Estrutura de Esporte para Geração de Igualdade**

Orientando a implementação da Plataforma de Beijing para Ação através do poder do ecossistema esportivo

**EIGE Toolkit sobre Comunicação sensível a Gênero**

## MÍDIA ESPORTIVA

**Recriando os caminhos do esporte para cobertura de mídia com equilíbrio de gênero (2021)**

Manual Eurovision Sport para identificar cobertura na tela, a sub-representação de mulheres na transmissão do esporte e a representação de atletas femininas na mídia

**Aumentando a Cobertura de Mídia das Desportistas (2018)**

Relatório New Zealand Women's Sport Leadership Academy (WSLA)

**Indicadores sensíveis ao gênero da UNESCO para a mídia**

Estrutura de indicadores para avaliar a sensibilidade ao gênero nas operações e conteúdo de mídia

**Igualdade de gênero e mídia esportiva**

Her Headline: Extensão do Chrome para identificar linguagem sexista na mídia esportiva

# REFERÊNCIAS

## 1

### PARTE UM: O CONTEXTO. RECONHECENDO ESTEREÓTIPOS E MUDANDO CLICHÊS

Badenhausen, K., Settimi, C., & Becoats, K. (2020, May 21). *The World's Highest-Paid Athletes 2020*. Forbes. Sourced online: <https://www.forbes.com/athletes/#16ca94d955ae> (accessed 28 January 2021)

Cambridge University Press (2016). *Language, Gender and Sport*. Part of the Cambridge Papers in ELT series. [pdf]

Canadian Women & Sport (2020). *What is intersectionality? And why is it important in gender equity? (infographic)*. Sourced online: <https://womenandsport.ca/wp-content/uploads/2020/09/What-is-intersectionality-infographic-pdf.pdf> (accessed 28 January 2021)

Catalyst (2019, 12 December). *Understanding Unconscious Bias: Ask Catalyst Express*. Sourced online: <https://www.catalyst.org/research/unconscious-bias-resources/#:~:text=Dec%2012%2C%202019,our%20decision%2Dmaking%20and%20behavior>. (accessed 28 January 2021)

European Institute of gender Equality (2018). *Toolkit on Gender-sensitive communication*. Sourced online: <https://eige.europa.eu/publications/gender-sensitive-communication>

Fink, J.S. (2013). *Female athletes, women's sport, and the sport media commercial complex: have we really "come a long way, baby"?* Sport Management Review, vol. 18, no. 3, pp. 331–42.

Hanson, Valarie (2012). *The Inequality of Sport: Women < Men*. *The Review: A Journal of Undergraduate Student Research* 13: 15-22. Sourced online: <https://fisherpub.sjfc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1069&context=ur> (accessed 28 January 2021)

Nielsen (2018). *The Rise of Women's Sports*. Sourced online: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/the-rise-of-womens-sports.pdf> (accessed 29 March 2021)

OHCHR (2014). *Gender stereotypes and Stereotyping and women's rights*. Sourced online: [https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Women/WRGS/OnePagers/Gender\\_stereotyping.pdf](https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Women/WRGS/OnePagers/Gender_stereotyping.pdf) (accessed 28 January 2021)

Tucker Center for Research on Girls & Women in Sport (2013). *Media Coverage*

*& Female athletes*. Sourced online: <https://www.cehd.umn.edu/tuckercenter/projects/mediacoverage.html> (accessed 28 January 2021)

UNESCO (2018). *Gender Equality in Sports Media*. Sourced online: <https://en.unesco.org/themes/gender-equality-sports-media> (accessed 28 January 2021)

UN Women (2020). *Are you ready for change? Gender equality attitudes survey 2019*. Sourced online: <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2020/research-paper-are-you-ready-for-change-gender-equality-attitudes-study-2019-en.pdf> (accessed 26 January 2021)

UN Women Training Centre (2017). *Gender Equality Glossary*. Sourced online: <https://trainingcentre.unwomen.org/mod/glossary/view.php?id=36> (accessed 28 January 2021)

Women's Sports Foundation (2020). *Chasing Equity: The Triumphs, Challenges, and Opportunities in Sports for Girls and Women*. Sourced online: <https://www.womenssportsfoundation.org/wp-content/uploads/2020/01/Chasing-Equity-Full-Report-Web.pdf> (accessed 21 February 2021)

# 2

## PARTE DOIS: A PRÁTICA. ADOTANDO PRÁTICAS DE REPRESENTAÇÃO JUSTA E EQUILIBRADA

Cooky, C., Messner, M.A., Musto, M. (2015). “It’s Dude Time!”: A Quarter Century of Excluding Women’s Sports in Televised News and Highlight Shows. *Journal of Communication & Sport*, Vol.3, 3, pp. 261–287

Council of Europe (2019, September). Toolkit: how to make an impact on gender equality in sport. <https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-on-gender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2> (accessed 16 March 2021)

Eurovision Sport (2021, February). Reimagining sport pathways to gender-balanced media coverage. European Broadcasting Union. Sourced online: [https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/Reimagining\\_Sport.pdf](https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/Reimagining_Sport.pdf) (accessed 16 March 2021)

Springer, S. (2019, 28 February). 7 Ways to Improve Coverage of Women’s Sports. *Nieman Reports*. Sourced online: <https://niemanreports.org/articles/covering-womens-sports/> (accessed 7 January 2021)

UNESCO (2012). Gender-sensitive indicators for media: framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content. Sourced online: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217831> (accessed 6 April 2021)

UN Women (2017). Gender-inclusive language guidelines (English). Sourced online: <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/gender-inclusive%20language/guidelines-on-gender-inclusive-language-en.pdf?la=en&vs=2129> (accessed 28 January 2021)

Women’s Sport Trust (2021, 25 January). Getty Images Partners with Women’s Sport Trust to Redefine Imagery of Female Athletes in Commercial and Editorial Storytelling. Sourced online: [www.womenssporttrust.com/getty-images-partners-with-womens-sport-trust-to-redefine-imagery-of-female-athletes-in-commercial-and-editorial-storytelling/](http://www.womenssporttrust.com/getty-images-partners-with-womens-sport-trust-to-redefine-imagery-of-female-athletes-in-commercial-and-editorial-storytelling/) (accessed 21 February 2021)

Women’s Sport Trust. (2020, December). The Ambition Project. [pdf]

# 3

## PARTE TRÊS: PARTINDO PARA A AÇÃO. LISTA DE AÇÕES PARA IMPLEMENTAÇÃO

BBC (2020). How it works. 50:50 The Equality Project. Sourced online: <https://www.bbc.co.uk/5050/methodology> (accessed 29 March 2021)

Council of Europe (2019, September). ALL IN toolkit. How to make an impact on gender equality in sport. Sourced online: <https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-on-gender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2> (accessed 16 March 2021)

Isentia & Sport New Zealand (2021, April). Media and Gender: gender balance across sports media coverage in Aotearoa New Zealand July 2019 – December 2020. Sourced online: <https://sportnz.org.nz/media/3883/gender-and-media-april-2021.pdf> (accessed 17 May 2021)

New Zealand Olympic Committee (2016, December). Female athletes and Rio 2016. A gender analysis of New Zealand media coverage. Isentia. [pdf]

SeeHer (2020, October). #SeeHer in Sports Best Practices. SeeHer Marketing Essentials ToolkitTM

United Nations (2018). Gender checklist for content creators. Department of Public Information, Focal Points for Women and Gender. Sourced online: [https://www.un.org/gender/sites/www.un.org.gender/files/dpi\\_gender\\_checklist\\_for\\_content\\_creation\\_2018.pdf](https://www.un.org/gender/sites/www.un.org.gender/files/dpi_gender_checklist_for_content_creation_2018.pdf)

Women’s Sport Leadership Academy. Located at the University of Chichester (England), and New Zealand.

**Contribuidores:**

Nancy Lee, Conselheira GE do COI  
e Ex-chefe de Esporte da Canadian  
Broadcasting Corporation

Nadia Bonjour, Conselheira GE do COI

As Diretrizes de Representação têm sido desenvolvidas pela Unidade de Igualdade de Gênero do COI no Departamento de Desenvolvimento Corporativo e Sustentável do COI, com o apoio e colaboração da Athlete Communication, Corporate Communications e Public Affairs, Olympic Games Media Operations, IOC TMS, Olympic Channel Services, e Olympic Broadcasting Services. Todas as marcas registradas são de propriedade dos seus respectivos proprietários.

**Contato:**

[genderequality@olympic.org](mailto:genderequality@olympic.org)

Os anéis olímpicos, a tipografia, os pictogramas, as fotografias e outros ativos apresentados nessas diretrizes são de propriedade do Comitê Olímpico Internacional, todos os direitos reservados.

© 2021 International Olympic Committee.  
Todos os direitos reservados.

Produção: Twelfthman

Fotografia: IOC; Getty Images®; front cover IOC/ Dan Mullan; IOC/ Friedemann Vogel; IOC/Dan Mullan; Mark Kolbe via Getty Images; Clive Brunskill via Getty Images; IOC/ Mine Kasapoglu, IOC/ John Huet, IOC/ Chris Graythen; Cameron Spencer via Getty Images; Tokyo 2020 Organising Committee of the Olympic Games; IOC/ David Burnett; IOC/ John Huet; IOC/ Matthew King; IOC/ Jason Evans; internal IOC/ Dan Mullan; IOC/ Jason Evans; IOC/ John Huet; IOC/ Mine Kasapoglu; IOC/ Mine Kasapoglu; IOC/ Jason Evans; IOC/ Nelson Chavez; IOC/ Kishimoto; IOC/ Matthew Stockman