



TRABAJO DE FIN DE GRADO (CURSO 2019-2020)
GRADO EN PERIODISMO

***La emergencia del periodismo deportivo femenino:
Una doble estrategia de visibilización de las mujeres
en el ámbito de la comunicación y del deporte.***

Tutora:

Profa. Raquel Almodóvar Anaya

Autora:

María Canela Andrade

RESUMEN: El presente trabajo de investigación se centra en el análisis de medios de comunicación deportivos emergentes que tienen por objeto cubrir el deporte femenino en exclusividad dentro de sus contenidos informativos. En este sentido, se plantea que esta característica que distingue y define a estos nuevos medios de comunicación, en su mayoría creados por mujeres periodistas, suponen una doble estrategia de visibilización y empoderamiento para las periodistas y deportistas femeninas en las sociedades contemporáneas. Al mismo tiempo, contribuyen a generar referentes femeninos socio-culturales posibles a través de la construcción de la mujer como sujeto alejado de cosificaciones de género.

PALABRAS CLAVES: Género, periodismo deportivo, empoderamiento, estereotipos de género, medios de comunicación emergentes.

ÍNDICE

1. Marco teórico-metodológico	4
1.1. Introducción	4
1.2. Objetivos	6
1.3. Hipótesis	6
1.4. Objeto de estudio	7
1.5. Metodología	7
2. Origen del periodismo deportivo en España desde el siglo XIX al primer tercio del siglo XX	10
3. Historia de las primeras periodistas españolas: breve repaso desde el siglo XIX hasta el Franquismo (1939 – 1975)	14
4. Evolución de la incorporación de la mujer al periodismo deportivo desde la década de los 70 del siglo XX a la actualidad	19
4.1. El cambio de siglo: Normalización de la incorporación de las periodistas deportivas en el siglo XXI	23
4.2. ¿Se han roto las barreras? Una mirada retrospectiva sobre los roles y estereotipos de géneros	27
5. La posición social de las periodistas y del deporte femenino: una vida en segundo plano	30
5.1. Estereotipos y roles de género: sexismo en la prensa deportiva convencional	32
5.2. El techo de cristal: la otra gran barrera	35
6. La emergencia de nuevos medios de comunicación deportivos: la especialización en el deporte femenino por las periodistas deportiva	38
6.1. Principales sesgos de género de la prensa deportiva convencional	38
6.2. Representaciones del deporte femenino en los medios de comunicación deportivos convencionales	40
6.3. Estudio de caso: <i>De Tacón</i> , un medio de comunicación local pionero ...	42
7. Conclusiones	49
Anexos	51
Anexo 1: Entrevista	51
Anexo 2: Cuestionario	57
Bibliografía	69

1. Marco teórico- metodológico

1.1. Introducción

Actualmente, el periodismo deportivo es uno de los géneros periodísticos más consumidos en nuestro país, la información deportiva ha ido ganando protagonismo progresivamente, hasta llegar a convertirse en una de las ramas del periodismo más demandadas socialmente (GARCÍA GÓMEZ, 2017). Los contenidos deportivos cubren la demanda de una sociedad cada vez más interesada en la actualidad deportiva, pero no todas las modalidades son cubiertas de la misma forma. El deporte femenino vive una gran invisibilización por parte de los medios, a causa de la visión androcéntrica que rodea la práctica deportiva, pese a la emergencia de plataformas que cubren únicamente la información deportiva femenina que serán objeto de análisis en el presente trabajo.

La misma visión que rodea al deporte podemos encontrarla en torno al periodismo y los medios de comunicación, espacios masculinizados desde sus orígenes (PEDRAZA BUCIO, 2012). Por ello, este Trabajo de Fin de Grado tiene por objeto abordar cómo fue la incorporación de las primeras mujeres al periodismo en general y a la disciplina deportiva en particular. Además, se analizarán los estereotipos y roles de género que suponen una barrera para el desarrollo de las carreras profesionales de las periodistas en los medios deportivos convencionales. Este trabajo se centra en el análisis de la emergencia de medios de comunicación deportivos que han sido creados por mujeres periodistas y que tienen por objeto cubrir en exclusiva la información deportiva femenina. Uno de estos medios es *De Tacón*, un medio digital local que cubre en exclusividad el fútbol femenino provincial y nacional.

La distinción por roles existente entre hombres y mujeres marcan el contexto social en el que vivimos, derivando en papeles y representaciones sociales diferenciadas por géneros. Mientras que la mujer solía dedicarse a un ámbito más privado, como era el cuidado de la casa y los niños, el género masculino formaba parte del espacio público. Los medios de comunicación son un gran referente en nuestra sociedad, pero son también un gran reflejo de ella. Por esta razón los medios de comunicación reproducen los estereotipos de género existentes en la sociedad. Los medios tienden

a estereotipar el sexo femenino y, como veremos, esto se produce de una forma manifiesta en el periodismo deportivo convencional, donde se cosifica tanto a las periodistas como a las deportistas femeninas.

Esta cosificación se traduce en la reproducción de roles y estereotipos de género que se atribuyen a las mujeres de estos dos ámbitos profesionales suponiendo, en última instancia, una gran barrera para la consecución de la igualdad de género laboral y social. Resulta, además, que el deporte femenino ocupa un espacio marginal en la prensa deportiva convencional y, cuando aparece, las noticias reproducen estos estereotipos y sesgos de género. Así ocurrió con Carolina Marín, tetracampeona de Europa, tricampeona del mundo y ganadora de una medalla de oro en los JJOO de Río 2016, quien ha sido objeto de cosificación en varias ocasiones, como puede comprobarse en los siguientes titulares aparecidos en la prensa deportiva convencional que, por otro lado, fueron eliminados ante la queja de los lectores: “Y hasta se ha echado novio” (*El Mundo*) y “Rivas, el hombre que convirtió en oro las rabetas de Carolina” (*Diario As*)¹.

Como hemos mencionado, el periodismo deportivo convencional ha sido un espacio tradicionalmente masculino, también lo ha sido el deporte, en consecuencia, el periodismo deportivo y el deporte son un espacio marginal para la participación de las mujeres. Pese a la normalización de la incorporación de las periodistas deportivas a los medios de comunicación deportivos en las últimas décadas, se impone un análisis de la posición social que ocupan estas profesionales de la comunicación en estos medios. También se necesita un análisis de las formas de representación del deporte femenino en la prensa deportiva convencional. Asimismo, otra de las grandes barreras a las que se enfrentan las mujeres en el ámbito laboral en nuestras sociedades es el conocido techo de cristal, el cual impide a las mujeres alcanzar puestos de responsabilidad, realidad que también está presente en los medios de comunicación actuales.

¹ Revista Líderas (25 de agosto de 2016). Carolina Marín y el rodillo más machista de la prensa española. Recuperado de <https://www.revistalideras.com/carolina-marin-y-el-rodillo-mas-machista-de-la-prensa-espanola/> el 15/03/2020.

A modo de conclusión, creemos que el interés científico que justifica este trabajo es la posibilidad de generar nuevas perspectivas de género en relación a los estudios de comunicación centrados en el papel que juega la mujer, tanto en el ámbito de la comunicación como del deporte.

1.2. Objetivos

El objetivo general que persigue el presente trabajo es:

1. Analizar los medios de comunicación emergentes creados por mujeres periodistas que cubren, en exclusiva, información deportiva femenina.

Por su parte, señalamos los objetivos secundarios que planteamos:

1.1. Analizar la posición social de las mujeres periodistas que cubren información deportiva en medios de comunicación deportivos convencionales.

1.2. Estudiar cómo ha evolucionado el periodismo deportivo, desde su origen a la actualidad, prestando una atención específica a las formas de representación del deporte femenino.

1.3. Hipótesis

En el presente Trabajo Final de Grado partimos de la siguiente hipótesis:

La prensa deportiva convencional, debido a su naturaleza masculinizada, provoca que las periodistas deportivas ocupen puestos secundarios en razón de los estereotipos de género y, para el deporte femenino, que tengan una representación marginal siendo, las mujeres dedicadas a ambos sectores, construidas desde la cosificación como objetos.

Por ello, el presente estudio plantea como hipótesis que la emergencia de medios de comunicación, dedicados en exclusividad a tratar información del deporte femenino, supone la aparición de un nuevo espacio periodístico que posibilita una doble

visibilización y empoderamiento para las mujeres que se dedican a estos dos ámbitos profesionales, permitiéndoles desarrollar sus carreras sin las barreras de género que presenta la prensa deportiva convencional.

1.4 Objeto de estudio

El objeto de estudio del presente trabajo son los medios de comunicación creados por mujeres periodistas que cubren en exclusividad el deporte femenino, pues como se ha señalado en la hipótesis, partimos de la idea de que estos medios de comunicación ofrecen oportunidades de visibilización desde una doble perspectiva: para la posición social de las periodistas deportivas y, en segundo lugar, para la representación del deporte femenino en los medios de comunicación. En el caso de las periodistas deportivas, les ofrece la oportunidad de desempeñar roles profesionales no estereotipados y cosificados y, del lado del periodismo deportivo, ofrece la posibilidad de una representación no marginal, estereotipada y sexista que es la que, como veremos en el desarrollo del trabajo, obtienen en la prensa deportiva convencional.

En este caso, el objeto de estudio se centra en un medio de comunicación local creado por mujeres periodistas que solo cubren información deportiva femenina: *De Tacón*, un medio nacido en Sevilla en 2016 de la mano de Margota Piñero y Ada Peña, dos periodistas sevillanas que, tras pasar por la prensa deportiva convencional decidieron crear este medio como estrategia de visibilización del deporte femenino y de las periodistas deportivas con el objetivo de generar un periodismo deportivo libre de sesgo de género.

1.5. Metodología

Para comenzar, se ha realizado un recorrido por la historia del deporte desde su aparición, así como del periodismo en general y del ámbito deportivo en particular, que permitiese conocer cuándo se produjo la incorporación de la mujer a dichos ámbitos. Con el fin de poder realizar una investigación que permitiese verificar y cumplir los objetivos e hipótesis planteados, se realizó una investigación teórica que permitiese recoger los datos necesarios para realizar el estudio acerca de la presencia de mujeres en los medios, centrándose el estudio en los medios deportivos. Para ello,

se ha realizado una revisión bibliográfica amplia que abarca desde textos científicos puramente históricos hasta textos que se interrogan sobre las posibles causas de la posición secundaria que ocupa la mujer en los medios de comunicación, tanto desde el punto de vista de la profesión periodística, como del ámbito deportivo (en particular, sobre las representaciones del deporte femenino en el periodismo deportivo convencional)

Por su parte, en lo que respecta a los medios de comunicación emergentes creados por mujeres periodistas y que cubren información deportiva femenina se ha realizado una entrevista en profundidad sobre el objeto de estudio del presente trabajo (Anexo 1). En una entrevista en profundidad el entrevistador “explora, detalla y rastrea” mediante preguntas información relevante para el tema a investigar (ROBLES, 2011: 40). La entrevista se realizó a Margota Piñero, creadora de *De Tacón*, vía correo electrónico. Las preguntas se enviaron el 08/05/2020 siendo recibidas las respuestas el mismo día.

Por otro lado, se ha realizado un cuestionario (Anexo 2) que pretende obtener resultados sobre las percepciones de la sociedad en relación a dos cuestiones fundamentales del presente trabajo: sobre la posición social de las deportistas en la prensa deportiva convencional y, de otro lado, las formas de representación del deporte femenino en el mismo ámbito. Según García Muñoz (2003) el cuestionario es un método clásico para la obtención de datos que consta de preguntas relacionadas con los objetivos de la investigación. El cuestionario consta de 10 preguntas y se ha realizado mediante *Encuestas de Google*, ha estado disponible desde el 16/04/2020 hasta el 20/04/2020 y ha sido contestado por 540 personas. En cuanto al perfil social de los encuestados, encontramos que el porcentaje de hombres es de un 31,3% frente a un 68,7% de mujeres. En cuanto al rango de edad, encontramos que la mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de 40–55 años con un porcentaje del 35,6%; siendo un 29,1% los que se encuentran entre 18 y 25 años, un 17,8% los mayores de 55 y un 14,8% se encuentran entre 26 y 40 años.

De este modo, además de la revisión bibliográfica necesaria en cualquier trabajo de investigación, incluimos dos técnicas, una cualitativa y otra cuantitativa que creemos

que coadyuvan a conseguir el objetivo general y los objetivos específicos planteados, así como a la resolución de la hipótesis propuesta.

2. Origen del periodismo deportivo en España desde el siglo XIX al primer tercio del siglo XX

Desde sus inicios, el deporte era una actividad dirigida a las élites. Éste comenzó a expandirse desde los colegios privados ingleses, donde se consideraba que era una forma de cultivar el espíritu y el cuerpo de jóvenes aristócratas. Estas prácticas deportivas servirán para inculcar valores a los jóvenes que más tarde nutrirán a las élites gobernantes (OTERO CARVAJAL, 2003).

Siguiendo la ruta del Imperio Británico, el deporte llegó a muchos puntos de Europa. En España, apareció de la mano de los técnicos británicos que trabajaban en las minas de Riotinto, en los altos hornos de Bilbao y en la industria textil de Barcelona. Desde algunos sectores de la aristocracia española, se imitó el modo de vida inglés y esto llevó a convertir el deporte en una actividad distinguida. El crecimiento económico y las organizaciones obreras, unidos a otros avances, favorecieron la difusión del deporte a través de la escala social española desde las élites hasta las clases medias urbanas, para llegar más tarde a los trabajadores. Además, las nuevas condiciones del trabajo favorecieron la aparición de nuevas prácticas sociales siendo el deporte una de las expresiones más significativas de esta transformación y a partir de aquí su popularidad comenzó a crecer a gran velocidad. La difusión del deporte entre las distintas clases sociales hizo que aquellos deportes que hasta ahora pertenecían a la élite como fueron la hípica o la esgrima, dieran paso a otras disciplinas menos elitistas como el boxeo, ciclismo o de una forma más particular el *football* (OTERO CARVAJAL, 2003).

Como consecuencia a lo ya comentado anteriormente, las primeras crónicas deportivas se publicaron en Inglaterra e Irlanda. A partir de ahí, comenzó su expansión por América y más tarde llegó al resto de colonias del Imperio Británico. Para hablar de los orígenes del periodismo deportivo en España, tenemos que remontarnos a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Fue aquí cuando comenzaron las primeras informaciones deportivas. Surgieron las primeras revistas y boletines, pero todas estas publicaciones tenían un carácter efímero. El periodismo deportivo español contaba con influencia de aquel que procedía de Francia e Inglaterra, surgidos con anterioridad. *El Cazador* (1856, Barcelona) fue la primera revista ilustrada dedicada

al deporte en nuestro país. Era de periodicidad quincenal cuyo fin era defender los derechos de los cazadores, así como reclamar la observancia de las leyes de caza (SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, 2013b). Esta cabecera era un ejemplo aislado y presenta diferencias con los boletines que irán apareciendo más tarde (BERASATEGUI, 2000). A partir de aquí empezaron a surgir otras publicaciones, como *El Colomnaire* (1866, Valencia) un semanario bilingüe dedicado a la colombofilia, el arte de entrenar palomas mensajeras de carreras con fin deportivo, de la que se publicaron 19 números (SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, 2013b).

Hubo deportes que se hicieron más populares que otros y fue algo que también fue reflejado en los medios. El ciclismo, conocido como velocipedismo, ganó en popularidad y surgieron publicaciones como *El Deporte Velocipédico* (1895 - 1898) o *La Velocipedia* (1892, Barcelona); también la gimnasia se hizo un hueco entre lo más destacado. José Sánchez fundó el primer periódico de Gimnástica: *El Gimnasio*, aunque aparecieron también otras publicaciones relacionadas con este deporte como fue *La Ilustración Gimnástica*, publicación quincenal en la que se difundía la práctica de esta actividad (SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, 2013b). *El Cazador* fue quien marcó los inicios del periodismo en nuestro país. Pero al igual que ya venía ocurriendo con el deporte, convirtiéndose cada vez en una actividad más extendida, durante la década de los 70 del siglo XIX, la prensa deportiva en España va a ir desarrollándose a gran velocidad; de un reducido número de publicaciones se pasa a un sinnúmero de revistas especializadas en la difusión de disciplinas concretas (SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, 2013b).

Podríamos decir que la mayoría de las cabeceras surgidas en el siglo XIX tuvieron una vida efímera y fue muy variada, ya que encontramos una multiplicidad de publicaciones dedicadas a distintos deportes. *Los Deportes* (1897) surgió en Barcelona de la mano de Narciso Masferrer. Ha sido considerada como la publicación deportiva decisiva de esta etapa. Sirvió como plataforma de lanzamiento de diversas entidades deportivas y se caracterizó por el rigor de los contenidos y por la labor efectuada en defensa de los valores del deporte (BERASATEGUI, 2000). Comenzó siendo una publicación quincenal y a partir de 1899 se volvió semanal al absorber a la revista *Barcelona Sport*. Se creó así la sociedad *Los Deportes* que permitían que la publicación fuese más rentable. Se encargó de organizar eventos e impulsar

distintas iniciativas. Es, además, una publicación que debe ser recordada, como decía SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR (2013b), por el rigor de sus contenidos y su labor en defensa de los valores del deporte, así como por sus colaboraciones con otras ciudades de España y la relevancia de sus redactores. Fue una publicación, a diferencia del resto, bastante longeva prolongándose hasta 1910 tras publicar 546 números. En 1907, había evolucionado a un magazín deportivo pero el nacimiento de *El Mundo Deportivo* le hizo decaer.

El siglo XX supuso un cambio para el deporte y, en consecuencia, para la prensa deportiva. Durante las dos primeras décadas, seguían apareciendo y desapareciendo publicaciones, pero no fue hasta los años 20 cuando éstas lograron convertirse en diarias. Fue en Madrid donde más cabeceras se sucedieron, pero no llegaron a consolidarse como lo hicieron en otros lugares. En 1903 apareció *Gran Vida* en cuyas páginas se cubrían aquellos sectores más cercanos a la “buena sociedad”. En su interior podríamos encontrar noticias acerca de: esgrima, hípica, carreras de automóviles o caza. Más tarde se incorporaron otras disciplinas como el *football*, que empezó a tener una presencia más parecida al resto de actividades que se llevaban a cabo en la época. En España, el fútbol era un deporte elitista, practicado por grupos de universitarios de clase media. A las clases trabajadoras, no había llegado todavía la pasión por el deporte debido a sus bajos salarios y sus largas jornadas de trabajo (OTERO CARVAJAL, 2003)

La información deportiva creció de forma sustancial durante el siglo XX, y no podemos encontrar ninguna otra disciplina que lo iguale (ARANGO FORERO, 2005). Pero tal y como dice Sainz De Baranda Andújar (2013b) *El Mundo Deportivo*, fundado el 1 de febrero de 1906, fue considerado el primer diario deportivo en España. Su director fue Jaime Grau Castella, quien contó con la colaboración de Narciso Masferrer. Fue un periódico que contó con numerosas secciones, pero en un primer momento se dedicó al automovilismo y al ciclismo. Y si algo tiene este diario de particular, es que no solo se dedicaba a difundir información deportiva, sino que también organizó campañas deportivas como la Volta a Cataluña o la Vuelta a España. En sus inicios, *El Mundo Deportivo* fue un medio semanal, pero en 1922, dirigido por Ricardo Grau Escoda se convirtió en bisemanal, siendo publicados los lunes y los viernes. Esto duró muy poco ya que al año siguiente pasó a publicarse tres veces por semana y más tarde llegó a

alcanzar las cuatro publicaciones semanales. En marzo de 1929, bajo la dirección de Torrents Font, se convirtió en diario. Pero la Guerra Civil española interrumpió la publicación volviendo a ser semanal incluso haciendo que desapareciera para reaparecer a finales de 1939 (SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, 2013b).

3. Historia de las primeras periodistas españolas: breve repaso desde el siglo XIX hasta el Franquismo (1939 – 1975)

Según un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística, a día de hoy, el número de mujeres en la Universidad se encuentra ligeramente por encima del ocupado por los varones². Históricamente, era inconcebible encontrar una universidad llena de mujeres ya que, debido al pensamiento patriarcal que inundaba la sociedad, el sexo femenino no contó con el derecho de estudiar. Pero esto no impidió que muchas mujeres buscaran hacerse un hueco en algunos de los medios de comunicación de nuestro país.

Las primeras mujeres que irrumpieron en periódicos y revistas no eran periodistas, sino que se dedicaban a la escritura literaria y quisieron que sus obras fueran difundidas en medios de comunicación. Esta difusión se hacía de forma encubierta, ya que muchas de ellas no utilizaban su nombre para publicar, sino que se escondían tras un seudónimo. El periodismo en nuestro país es el fiel reflejo de cómo ha evolucionado la sociedad pues a partir de la década de los 70 del siglo XX, la mujer se ha ido incorporando a los distintos ámbitos de la sociedad (DÍAZ DOMÍNGUEZ, 2013).

El periodismo en España ha sido una disciplina muy cambiante, marcado por las diferentes fases históricas que se han vivido en nuestro país. Hemos pasado por etapas de duras censuras periodísticas y por otras donde existía una libertad de prensa más flexible. En el siglo XIX, se vivió un crecimiento de la alfabetización y esto permitió que a finales de siglo la mujer se fuera incorporando a algunos ámbitos de la instrucción pública, destinadas en un principio a los varones ya que para la mujer estaba reservado el espacio privado con el cuidado de los niños y el hogar. El periodismo, desde sus inicios, formó parte del ejercicio público y era una profesión vetada para las mujeres. La información estaba redactada casi en su totalidad por

² Estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística en base a información proporcionada por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades acerca de los estudiantes matriculados en estudios universitarios diferenciados por sexo y materia de estudio elegida durante el curso 2017-2018. Este estudio se actualizó en julio de 2019: *Graduados según nivel educativo. Pruebas de acceso a la universidad. Estudiantes matriculados en educación universitaria*. https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481211&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalle¶m3=1259924822888

hombres, pero aparecieron las primeras mujeres decididas a acabar con los cánones establecidos en la sociedad e incorporarse en los periódicos españoles (DÍAZ DOMÍNGUEZ, 2013).

Este camino no fue fácil. La mayoría de mujeres que quisieron incorporarse al ámbito de la comunicación tuvieron que enfrentarse a trabas y retos nada equiparables a los que vivían los varones para conseguir un puesto, como fue Josefina Carabias (1908 - 1980), la primera corresponsal en EEUU, a quien se le negó el pasaporte para poder viajar a Marruecos por el hecho de ser mujer, ya que el comisario reconoció que de ser hombre se lo daría con la partida de nacimiento, pero que al ser mujer necesitaba autorización paterna para recibirlo³. Aunque fue minoritario el número de mujeres que lograron publicar en medios, resultó llamativo por desafiar las dificultades sufridas en la época (DÍAZ DOMÍNGUEZ, 2013). Valga como ejemplo la situación de las mujeres españolas en la Universidad, cabe destacar el caso de Concepción Arenal (1820 - 1893), quien tuvo que hacerse pasar por hombre para así poder estudiar Derecho en la Universidad de Madrid (1841), yendo contra las leyes. Cuando fue descubierta, le prepararon un examen que superó sin dificultad y le permitieron acceder a la Universidad, pero con restricciones, ya que la joven nunca recibió su título porque solo podía asistir como oyente. A principios de los 50 del siglo XIX decidió publicar sus primeras obras y llegados a 1855 aparecieron sus primeros artículos en un influyente periódico liberal: *La Iberia*. Tras la muerte de su marido, Fernando García editorialista en el mismo medio, Arenal toma el testigo publicando editoriales, pero la promulgación de una ley en 1857 auspiciada por el diputado Ramón Nocedal (1842–1907) durante el gobierno de Narváez (1856-1857), en la que se obligaba a firmar todos los artículos hizo que Concepción Arenal perdiera su trabajo. Pero no se rindió y años más tarde publicó un libro escondiendo su identidad tras el nombre de su hijo, de tan solo 10 años. Con éste recibió un premio, pero el tribunal descubrió el engaño abriendo debate sobre si una mujer podía o no recibir un premio. Finalmente, Concepción Arenal fue reconocida con este premio. Y a partir de ahí publicó numerosas obras de renombre⁴. A medida que el siglo XIX avanzaba, fueron

³ Diario Público (26/02/2019) Los retos, trabas e insultos que soportaron las primeras periodistas de la historia. Recuperado de <https://www.publico.es/culturas/mujeres-periodistas-retos-trabas-e-insultos-soportaron-primeras-periodistas-historia.html> en abril de 2020.

⁴ Artículo escrito por Miguel Angel Chica en Eldiario.es (2017): *Concepción Arenal, una revolucionaria feminista nacida en 1820*. Recuperado de

apareciendo publicaciones realizadas por mujeres llegando a alcanzar la veintena. Encontramos también las primeras revistas dirigidas por mujeres, como fue *La Violeta* dirigida por Faustina Sáez de Melgar desde 1862 o Ángela Grassi con *El Correo de la Moda* (1851), una de las revistas más longevas del siglo, de la que fue directora desde finales de 1867 (CASTILLA PÉREZ, LINARES ROBLES, 2017).

Actualmente, la que se considera la primera periodista de España fue María del Carmen Silva, de origen portugués, quien se hizo cargo de *El Robespierre* (1811-1815) durante los seis meses en los que su marido, el médico Fernández Sardinó, permaneció arrestado (DÍAZ DOMÍNGUEZ, 2013). Pero ciñéndonos a la primera periodista nacida en España tenemos que hablar de Carmen de Burgos (1867-1932), que utilizaba para firmar el seudónimo de *Colombine*. Fue la primera mujer periodista, reportera de guerra y defensora de los derechos de la mujer. Colaboró con periódicos de alto prestigio, como eran el *Heraldo de Madrid* y el *Diario Universal*, donde aprovechaba para incluir ideas feministas como el derecho al sufragio universal femenino⁵.

La dictadura de Primo de Rivera (1923-1930) supuso un cambio en la vida de la mujer, que se alejaba de su papel de ama de casa para aproximarse a un perfil más profesional. El Estatuto Municipal de 1924 concedía por primera vez el derecho al voto a las mujeres, pero solo a las cabezas de familia; además, no solo se conformaba con esto, sino que daba la posibilidad de ser elegida como concejales. Esto fue concebido como un avance en la transformación hacia una sociedad capitalista, pero mujeres como María Cambrils (1878-1939) lo consideraban insuficiente, pero no fue la única en quejarse de la propuesta ya que feministas como Benita Asas (1873-1968), en *Mundo Femenino* (1921) y Celsia Regis, pseudónimo tras el que se escondía Consuelo González Ramos (1877-1931) directora de *La Voz de la Mujer* (1917-1931), también consideraban limitada esta concesión pese a ser un gran avance (DÍAZ FERNÁNDEZ, 2005). Se consiguió el nombramiento de concejales a lo largo de toda la geografía española, así como también aparecieron las primeras alcaldías en manos

https://www.eldiario.es/cantabria/cantabrosconhistoria/Concepcion-Arenal-comienzo-revolucion_6_720987896.html

⁵ Artículo escrito por Yolanda Fernández Blanco para informauva.com (2019): *Carmen de Burgos, la primera periodista española y feminista olvidada*. Recuperado de <http://www.informauva.com/carmen-de-burgos-la-primer-periodista-espanola-y-feminista-olvidada/>

de mujeres, siendo en Contretondeta, Alicante, María Pérez Moya (1858-1936) la primera alcaldesa en nuestro país (DÍAZ FERNÁNDEZ, 2005). Todo esto quedó reflejado en el ámbito de la comunicación, pero no fue hasta 1931, con la llegada de la Segunda República (1931-1936), cuando la mujer obtuvo participación política consiguiendo el sufragio femenino. Esta época marcó un punto de inflexión para aquellas mujeres que ejercían el periodismo, ya que fue aquí cuando empezaron a proliferar publicaciones con mayor participación de mujeres y se observa un crecimiento en el número de periodistas que consiguieron hacerse un hueco en el mundo laboral. La llegada de la dictadura franquista (1939-1975) supuso una limitación para las publicaciones femeninas resumidas en ser guías de comportamiento dirigidas a mujeres de acuerdo con las directrices de género marcadas por la iglesia (CARBALLAR DURÁN, 2015). En 1941 se fundó la Escuela Oficial de Periodismo (1941-1975) y la participación de las mujeres se hizo imparable, llegando a ser reivindicativas respecto a las leyes restrictivas, pidiendo que fuesen modificadas (CARBALLAR DURÁN, 2015). El final de la dictadura con la muerte del dictador (1975) y la llegada de la Transición supusieron la apertura definitiva de puertas a mujeres en el periodismo nacional con la aparición de nuevos periódicos que acogían sin recelo a las mujeres, aunque estos casos eran muy concretos (CARBALLAR DURÁN, 2015).

Sin embargo, la llegada de la democracia no ha servido para alcanzar la equidad, pues, como revela el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (2015)⁶, de las notas informativas en televisión y radio, el 37% eran reportadas por mujeres, dejando ver aún la gran diferencia que existe respecto a los hombres. Otro de los datos a destacar lo encontramos en relación a las y los presentadores de radio y televisión, donde el dato se encuentra poco por debajo de la paridad: 49% de las presentadoras son mujeres, muy cerca de los presentadores masculinos. Este parece ser un dato esperanzador, pero al hacer la distinción por edades de quienes se encargan de presentar programas televisivos encontramos sesgo de género: mientras que en el segmento de edad joven existe una mayoría abrumadora de mujeres presentadoras

⁶ Este proyecto está coordinado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana, ONGA global que tiene por objeto promover el cambio social. Este informe fue realizado en 114 países desde una perspectiva de género. Este informe se realiza cada 5 años y la primera vez que se realizó fue en 1995. Recuperado de <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>

respecto a los hombres, en el rango de edad entre los 50–65 años la proporción se invierte, demostrando que los estereotipos de género determinan la trayectoria profesional de las periodistas. De este modo, uno de los estereotipos de género que afectan a las mujeres tiene que ver con la juventud, estando aceptada la madurez para hombres, pero no para mujeres (ROCHE, 2015).

4. Evolución de la incorporación de la mujer al periodismo deportivo desde la década de los 70 del siglo XX a la actualidad

Si el periodismo ha sido históricamente considerado un espacio exclusivo para hombres, el periodismo deportivo seguiría la misma lógica, ya que desde sus inicios el deporte excluía al sexo femenino debido a las desigualdades de género propias de una sociedad patriarcal. Pero esta exclusión social por género no impidió que, aparecieran mujeres dispuestas a romper con los estereotipos y las desigualdades de género existentes en la sociedad y asumieran los retos impuestos para hacerse un hueco en el periodismo deportivo en tanto que espacio masculinizado.

La información deportiva es la más consumida en España, los medios e informaciones de este sector son los más demandados por la sociedad; sin embargo, el deporte femenino sigue siendo el gran ausente en los medios de comunicación (GARCÍA GÓMEZ, 2017). Esta brecha la podemos observar también en una encuesta realizada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)⁷, cuyos resultados muestran que más de la mitad de la población encuestada considera que los medios centran su atención en el deporte masculino más que en el deporte femenino. Los encuestados opinan que esto ocurre debido a que el deporte masculino cuenta con más espectadores que el femenino; pero pese a ello, 4 de cada 10 encuestados afirman que independientemente del género de los competidores, las competiciones deportivas deberían ocupar el mismo tiempo en pantalla.

Algo parecido pasa con la presencia de mujeres periodistas que se dediquen al ámbito deportivo. Sería muy fácil enumerar a periodistas deportivos de género masculino, pero costaría más nombrar al menos a cinco mujeres que se dediquen a informar sobre deporte. Vivimos en una sociedad heteropatriarcal que avanza hacia posiciones feministas con pequeños logros, pero el machismo y el sexismo siguen estando presentes a todos los niveles de la realidad social. El periodismo es un reflejo de la sociedad en la que vivimos por lo que, si nuestra sociedad no es igualitaria, tampoco lo será el ejercicio periodístico. Esto se debe principalmente a un estereotipo de

⁷ Encuesta realizada el pasado 2010 a nivel nacional. Recuperada el 6 de abril de 2020. http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2820_2839/2833/Es2833.pdf

género que cosifica a las mujeres como biológicamente inferiores a los hombres y, por tanto, menos capacitadas para la práctica deportiva y, en consecuencia, tendrían menos conocimientos sobre el deporte que los hombres (PEDRAZA BUCIO, 2012). Frente a los estereotipos que excluían a las mujeres de la profesión periodística, hubo mujeres que quisieron desafiar los cánones establecidos en una sociedad heteropatriarcal (DÍAZ DOMÍNGUEZ, 2013). María del Carmen Izquierdo (Burgos, 1950-Madrid, 2019) es considerada la primera comunicadora deportiva de nuestro país, comenzando a colaborar en el *Diario As* en 1970, convirtiéndose en una pionera en un espacio reservado, hasta entonces, para hombres.

Licenciada en la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid, la burgalesa comenzó a hacer prácticas en *Diario As* antes de completar el primer curso de carrera, convirtiéndose en la primera mujer en trabajar en el periódico, además de la telefonista. Poco después, comenzó su andadura en el que era, hasta el momento, la única cadena de televisión, TVE, siendo la primera mujer en informar sobre deportes en un medio audiovisual. Apareció por primera vez en televisión hace alrededor de 50 años. Izquierdo, además, se convirtió en un referente para el feminismo de nuestro país, por ser pionera en la información deportiva convirtiéndose, por este motivo, en uno de los primeros iconos del periodismo para las mujeres y, especialmente, para aquellas que querían dedicarse al periodismo deportivo⁸.

Su desempeño laboral estuvo plagado de trabas laborales asociadas al género. Izquierdo estaba preparada para viajar a los Juegos Olímpicos de Montreal (1976) pero tuvo que quedarse en tierra al ser informada por la cadena que, al no contar con ninguna otra mujer con la que pudiera compartir habitación, no podía viajar para cubrir los Juegos Olímpicos. La cadena no le dio la opción a que pudiera ocupar una habitación ella sola, por lo que pareció más una excusa que un inconveniente real⁹. Igual que consiguiera cambiar el reglamento de TVE para poder viajar con sus compañeros, hizo lo propio con el reglamento ciclista (UCI) que impedía que las periodistas deportivas cubriesen las etapas¹⁰. No obstante, desafiando todas las

⁸ Artículo escrito por Orfeo Suárez para El Mundo (2019): *Mari Carmen Izquierdo, uno de los nuestros* <https://www.elmundo.es/deportes/mas-deporte/2019/07/30/5d407277fdddff60758b45ce.html>
Recuperado el 11/04/2020.

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ *Ibidem*.

normas acudió a cubrir la carrera ciclista para que las cámaras de TVE grabaran cómo sería echada, cosa que ocurrió y la imagen fue emitida en *prime time*¹¹. Izquierdo es una pionera en el periodismo deportivo, ya que fue la primera mujer en informar sobre deportes, en aparecer en *Estudio Estadio*¹², en tener responsabilidades en la redacción deportiva de TVE o, en ser presidenta de la Asociación Española de Periodistas Deportivos¹³.

Izquierdo fue la pionera en un mundo de hombres y sirvió como resorte para que otras periodistas pudieran acceder a la información deportiva como es el caso de María Escario (Madrid, 1959), Olga Viza (Barcelona, 1958) y Paloma del Río (Madrid, 1960). María Escario no solo siguió la estela de reivindicación feminista de Izquierdo, sino que quiso dar visibilidad a un deporte practicado en su mayoría por mujeres: la gimnasia rítmica. Escario decidió dar voz a un deporte minoritario porque, tal y como ella misma cuenta a EFE, desde la dirección del medio le pedían que se dedicase a cubrir los deportes menos relevantes, ya que los deportes más mediáticos lo cubrían los hombres de la redacción¹⁴. Llegó a la TVE en 1985, alcanzando la fama al transmitir su primer mundial de gimnasia rítmica a los pocos meses de trabajar en televisión, donde Pedro Erquicia (San Sebastián, 1943-Madrid, 2018), uno de los periodistas del momento, reconoció su labor y quiso trabajar con ella. Presentó programas de renombre como *Estudio Estadio* (1972) y *Estadio 2*¹⁵ (1984-2007), además de los informativos de Televisión Española.

¹¹ Artículo escrito por Olga Viza para El País (2019): *Mari Carmen Izquierdo, la primera* https://elpais.com/deportes/2019/07/30/actualidad/1564506114_256902.html Recuperado el 11/04/2020.

¹² Estudio Estadio de RTVE, es un programa de resúmenes de la Primera y Segunda división del fútbol español, tuvo una primera etapa de emisión entre 1972 y 2005. Reapareció en 2009 prolongándose hasta la actualidad.

¹³ Artículo escrito por Olga Viza para El País (2019): *Mari Carmen Izquierdo, la primera* https://elpais.com/deportes/2019/07/30/actualidad/1564506114_256902.html Recuperado el 11/04/2020.

¹⁴ Entrevista a María Escario por la agencia EFE (2015) <https://www.efe.com/efe/espana/gente/maria-escario-solo-he-pretendido-ser-honesta-delante-y-detras-de-la-camara/10007-2705181> Recuperado el 11/04/2020.

¹⁵ Estadio 2, emitido en la 2 de RTVE, es un programa que ofrecía retransmisiones de competiciones deportivas oficiales entre los años 1984 y 2007.

De la misma generación que María Escario es Olga Viza. La barcelonesa comenzó a trabajar en TVE en 1978, en el programa *Polideportivo*¹⁶, sin haber terminado sus estudios. No se dedicó solo al deporte, sino que lo combinó con otros géneros, pero su especialidad siempre fue el periodismo deportivo. A mitad de la década de los 80 del siglo XX regresó al mundo deportivo, presentando *Estadio 2* y el Telediario de Televisión Española. Narró eventos deportivos de gran nivel: tres Mundiales de Fútbol; entre ellos España 1982; seis Juegos Olímpicos, entre ellos los celebrados en Barcelona en 1992; Campeonatos del mundo de deportes de motor e incluso torneos de gimnasia o tenis. Estuvo al mando de los servicios informativos de Antena 3 y pasó por cadenas como Telecinco y La Sexta, encargada de programas que se alejaban del deporte; en 2007, fichó por *Diario Marca* donde, durante nueve años, se dedicó a publicar una entrevista semanal¹⁷.

Otras de las periodistas más destacadas en el mundo del deporte ha sido Paloma del Río. En 1986, comenzó como becaria en TVE donde no se encargó de transmitir o narrar partidos de fútbol o baloncesto, sino que lo hizo de una disciplina minoritaria: patinaje y gimnasia. Heredó de María Escario y Olga Viza el interés por estos deportes minoritarios al tener que reemplazarlas a la hora de cubrir eventos, ya que estas presentaban el Telediario y Estadio 2 de TVE, respectivamente. Paloma del Río ha tenido una dedicación e implicación innegable en la promoción de los deportes minoritarios a los que el periodismo deportivo no suele dar cabida. Ha sido directora de distintos programas deportivos de TVE. Además, ha hecho historia al ser la única periodista española en cubrir ocho Juegos Olímpicos de verano y seis de invierno desde sus inicios en Seúl 1988 y más de cien mundiales entre artística, rítmica y patinaje artístico. En el año 2015, el Consejo Superior de deporte premió a la periodista otorgándole la Medalla de Oro de la Real Orden de Mérito deportivo por fomentar el deporte minoritario, convirtiéndose en la primera mujer periodista en recibirla¹⁸.

¹⁶ Polideportivo fue un programa emitido en TVE entre 1973 y 1981 que contenía resúmenes de los partidos de la Segunda División española.

¹⁷ Artículo escrito por Carlos Riande Cortizo para Mundo Esférico (2019): *Olga Viza: "La información es un acto de amor hacia el deporte"* <http://mundoesferico.com/2019/07/24/olga-viza/> Recuperado el 11/04/2020

¹⁸ Artículo escrito por Miriam Puelles para La Vanguardia (2020): *Paloma del Río: "El periodismo deportivo tiene un barniz masculino machista que no termina de quitarse"*

No fueron las mencionadas las únicas mujeres que se dedicaron al periodismo deportivo en las últimas décadas. No obstante, muchas de ellas abandonaron esta disciplina para dedicarse a otras parcelas del periodismo. Una de las más destacadas en este caso es Mercedes Milá, a quien no se le conoce por su faceta deportiva, pero comenzó su andadura periodística como redactora en *Don Balón*, una revista deportiva, y *El Correo de Andalucía*. Trabajó en los servicios informativos de TVE donde se integró en la redacción de deportes y empezó a compaginarlo con su trabajo en radio. Pero en 1978, cuatro años después de graduarse, dejó el deporte para pasar a presentar programas de entrevistas dando el salto a la fama como presentadora de programas de entretenimiento (GARCÍA GÓMEZ, 2017).

El gran logro de estas periodistas pioneras en la información deportiva es haber sido las primeras en romper, dentro de cada contexto, las barreras de género que imponía un sector masculinizado como el periodismo deportivo convencional. Gracias a ella, como veremos a continuación, la incorporación de la mujer se ha normalizado en este género periodístico y encontramos nombres propios como Silvia Barba, Susana Guasch o Danae Boronat.

4.1. El cambio de siglo: Normalización de la incorporación de las periodistas deportivas en el siglo XXI

Actualmente, la información deportiva es la más consumida en España, pero es frecuente ver cómo los programas de información relacionada con el deporte están cargados de voces masculinas olvidando a aquellas periodistas especializadas en esta disciplina (GARCÍA GÓMEZ, 2017). Pese a la normalización de la incorporación de la mujer al periodismo deportivo, aún se está lejos de alcanzar la paridad (COVARRUBIAS, 2009). En nuestro país es cada vez más frecuente encontrar a mujeres trabajando en la transmisión de eventos deportivos; uno de los ejemplos más relevantes es el de Susana Guasch, con una carrera consolidada en el periodismo deportivo.

<https://www.lavanguardia.com/television/20200117/472075791984/entrevista-paloma-del-rio-periodista-deportivo-rtve-machismo.html> Recuperado el 11/04/2020

La de Susana Guasch ha sido una de las caras más reconocidas en el periodismo de nuestro país en la última década. La barcelonesa ha vivido desde muy pequeña lo que es el mundo del periodismo, ya que su padre, Tomás Guasch (Barcelona, 1953) es también periodista deportivo. Susana Guasch recuerda cuáles fueron las palabras de su padre al leer su primera crónica: “pues no eres tan gilipollas como pensaba”¹⁹. La carrera de la joven empezó muy pronto, con apenas 19 años comenzó en el periódico *Blanc-i-Blau*²⁰, donde estuvo durante dos años. Pasó al programa radiofónico *Radio Estel* informando sobre la actualidad deportiva del FC Barcelona y el RCD Espanyol y, al terminar la carrera, se marchó a Madrid donde consiguió, como becaria, un puesto en Cadena Ser, de la mano de Antonio García Ferreras²¹ (León, 1966). Al finalizar las prácticas, uno de los becarios optaría a un puesto en la Cadena Ser, y pese a no ser Guasch la afortunada, García Ferreras no se olvidó de ella. El paso del director a Real Madrid TV supuso un avance en la carrera de la joven, permitiéndole el salto a la televisión. Durante su estancia en Real Madrid TV, la periodista catalana vivió su momento más dulce, pudiendo acompañar al equipo blanco en su gira por Estados Unidos, China, Japón y Tailandia en 2005, tras la baja de última hora de Antonio Esteva²² (Madrid, 1975). Año y medio después, Susana Guasch dejó el canal televisivo del Real Madrid para trabajar en La Sexta, donde como reportera cubrió el Mundial de Fútbol de 2006 y se encargó de entrevistar a los jugadores al término de los encuentros; ese mismo año, fue la encargada de cubrir el Campeonato Mundial de Baloncesto en Japón. Tras 12 años como reportera en el grupo Atresmedia, en 2018 la joven periodista se sumó al equipo de *Movistar+*.

Silvia Barba es otra de las periodistas deportivas más reconocidas a día de hoy en nuestro país. Estudiaba periodismo en la Universidad Complutense de Madrid; desde el primer año de carrera comenzó a buscar becas que le permitieran establecer sus

¹⁹ Entrevista realizada a Susana Guasch por Yeraí García. Recuperada el 23/04/2020 <https://www.yeraigarcia.com/single-post/2019/02/21/Susana-Guasch-No-elegir%C3%ADa-esta-profesi%C3%B3n-ahora-mismo>

²⁰ Diario deportivo donde se informaba acerca del RCD Espanyol. Recientemente se fusionó con *Voz Perica*.

²¹ Es periodista, presentador y director de televisión. Trabajó en Cadena Ser y fue quien ofreció a Guasch un puesto como becaria. Fichó por Real Madrid TV, donde trabajaría como director y volvió a contar con Susana Guasch, permitiéndole el salto a la televisión.

²² Esteva es locutor y periodista deportivo.

primeras incursiones con el periodismo deportivo. Sus inicios fueron en un programa deportivo, *Engánchate al deporte*, en Tele Madroño, una cadena local madrileña. Ha trabajado en medios como Onda Madrid, Real Madrid TV, Marca o Televisión Española donde cubría la actualidad del Atlético de Madrid y la Selección Española, convirtiéndose en la cara visible de la selección nacional de fútbol. Narró los éxitos más importantes de nuestra selección: la Eurocopa 2008 y el Mundial de 2010 en Sudáfrica; también publicó un libro: *La Roja por dentro* (2012), donde contaba cómo era la vida de la Selección Española de fútbol²³.

Pero si hay que destacar a una periodista actual que consiguiera hacer historia en el ámbito deportivo actual, no podemos olvidarnos de Danae Boronat; quien logró convertirse en la primera mujer española en narrar un partido de la Primera División nacional, La Liga Santander, en televisión. La joven tarraconense siempre ha estado muy ligada al deporte, sobre todo al fútbol, ya que desde que tenía 17 años está dedicada al periodismo deportivo narrando los partidos del Nástic de Tarragona (equipo de fútbol de la ciudad de Tarragona). Estudió Periodismo en la Universidad Rovira y Virgili, pasando a trabajar primero en radio al poco de finalizar el Grado en Periodismo. A sus 21 años comenzó su andadura en Radio Nacional de España realizando crónicas deportivas, donde trabajaría durante tres años. El ascenso del Nástic de Tarragona a la Primera División del fútbol español fue lo que ayudó a Boronat a darle visibilidad como periodista deportiva; era la encargada de informar, desde la *Plaça de la Font*²⁴ en Tarragona, acerca del ambiente que se vivían en la ciudad tras conocerse la noticia del ascenso, así como de la celebración posterior de los jugadores, con los que se subió al autobús que recorrería la ciudad y a quienes entrevistó para conocer cómo se vivía la hazaña desde dentro del club tarraconense²⁵. Tras abandonar RNE, colaboró con Onda Cero, donde narraba los goles de la Liga SmartBank²⁶ en programas conocidos como carruseles, pero su estancia allí fue corta. En el año 2015, la catalana daría el salto a la televisión nacional; primero en

²³ Entrevista realizada a Silvia Barba por Silvia Lucas (2015) <https://www.google.es/amp/s/silvialucas3.wordpress.com/2015/03/23/entrevista-a-silvia-barba-periodista-deportivo-de-tve/amp/> Recuperada el 24/04/2020.

²⁴ La *Plaça de la Font* es el lugar donde el equipo tarraconense celebra sus logros deportivos, como los ascensos.

²⁵ Información recuperada de Tarraco.esport el 24/04/2020 <https://tarraco.esport.blogspot.com/2020/02/danae-boronat-corazon-grana.html>

²⁶ Por motivos de patrocinio fue el nombre que recibió la Segunda División Española de fútbol.

Deportes Cuatro, donde se convirtió en la primera mujer en presentar los informativos deportivos más vistos a nivel nacional, y más tarde en BeiN Sports y Movistar. Pero el salto cualitativo lo daría al convertirse en la primera mujer en narrar un partido de fútbol de la Primera División Nacional. Se trató del duelo entre el Atlético de Madrid y el Sevilla Fútbol Club, correspondiente a la penúltima jornada de la temporada 2018-2019, que se jugó en horario unificado y demandó más narradores de lo habitual. Este hecho fue un hito en la historia del periodismo deportivo español, pues era la primera vez que una periodista deportiva ocupaba un puesto reservado para los periodistas, el de la retransmisión de un partido de fútbol²⁷. Este hecho adquiere todavía más relevancia cuando tenemos en cuenta que se produjo 40 años después de que la primera mujer se incorporase al ámbito del periodismo deportivo. Hemos tenido que esperar cuatro décadas para dar este salto cualitativo que no se ha vuelto a producir. Para ella, y así lo cuenta en *El Independiente*, haber hecho historia en nuestro país siendo la primera narradora de un partido de una de las mejores ligas del mundo solo deja claro “lo lejos que estamos todavía de la igualdad real”²⁸. De esta forma queda en evidencia que, pese a la normalización en la incorporación de las periodistas deportivas a los medios de comunicación convencionales en las últimas épocas, la realidad es que los puestos que éstas ocupan están determinados por los roles y estereotipos de género que se les atribuye. En ese sentido, los puestos laborales que pueden ocupar son secundarios en relación al que pueden ocupar los periodistas deportivos.

En relación con la idea anterior, cabe mencionar brevemente el caso de la periodista Sara Carbonero. A pesar de que la periodista toledana tenía una carrera consolidada en el periodismo deportivo -en los mismos puestos que las compañeras mencionadas con anterioridad -alcanzó la popularidad una vez se hizo pública su relación con el futbolista Iker Casillas (en aquel entonces portero del Real Madrid). Durante su carrera trabajó en medios como Radio Marca, Cadena Ser y La Sexta. Más tarde, fue contratada por Telecinco donde comenzó a presentar la información deportiva en el

²⁷ Entrevista a Danae Boronat publicada por Natalia Pastor para La Vanguardia (2019) <https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20200303/473906578618/danae-boronat-primera-mujer-narradora-futbol-laliga-santander-laliga-eslaliga-brl.html> Recuperada el 24/04/2020

²⁸ Entrevista a Danae Boronat publicada por Ana Belén Ramos para El Independiente (2019) <https://www.elindependiente.com/tendencias/2019/05/26/danae-boronat-en-el-periodismo-deportivo-el-techo-no-es-de-cristal-es-de-hormigon-armado/> Recuperada el 24/04/2020

telediario y cubrió tanto el Mundial (2010) como la Copa Confederaciones (2013). Sin embargo, su carrera profesional fue obviada siendo reconocida por su relación sentimental como muestra, una vez más, del lastre que suponen los estereotipos de género para el desarrollo de las carreras profesionales de las periodistas deportivas.

Como vemos por todo lo anterior, la normalización de la incorporación de las mujeres en el periodismo deportivo convencional es una cuestión cuantitativa, pero no cualitativa. Pues este hecho no ha propiciado la igualdad de género real, pues esta supone que las carreras profesionales de las y los periodistas deportivos pueda desarrollarse en igualdad de condiciones, es decir, sin que los atributos de género signifiquen una especialización de las tareas laborales como en la práctica supone. El hecho de que la primera periodista deportiva no haya narrado un partido de fútbol hasta 2019 da buena prueba de ello.

4.2. ¿Se han roto las barreras? Una mirada retrospectiva sobre los roles y estereotipos de género

En los cuarenta años de democracia española, se han dado pequeños pasos en el avance hacia una sociedad igualitaria, pero la desigualdad de género sigue formando parte de la sociedad, del periodismo y del periodismo deportivo. Tal y como expone Pedraza Bucio (2012), la incorporación de las mujeres al ámbito deportivo ha estado siempre un paso por detrás de sus compañeros masculinos, principalmente, por las limitaciones impuestas a las mujeres en el acceso al mundo deportivo. Según la autora, este acceso diferencial se debe a tres variables a tres variables principales: Primero, se asume que las mujeres que practican deportes se alejan de los roles femeninos, acercándose a roles masculinos, sufriendo una especie de masculinización que las aleja de su “verdadera esencia” como mujeres; Segundo, su falta de interés por el deporte, en consecuencia de la primera variable y, tercero, las trabas impuestas a la incorporación de las periodistas al periodismo deportivo al ser un sector masculinizado (PEDRAZA BUCIO, 2012).

Las primeras mujeres que se iniciaron en el mundo deportivo tuvieron que luchar contra los cánones establecidos en una sociedad en la que se concebía el deporte desde una perspectiva androcéntrica (DÍAZ DOMÍNGUEZ, 2013). El periodismo, al

igual que ocurría con la actividad deportiva, se construyó como un espacio público y la mujer no estaba hecha para trabajar fuera de la vida privada (la casa y el cuidado de los niños), de este modo, la ecuación periodismo y deporte excluía por sí misma a las mujeres. María del Carmen Izquierdo, María Escario y Olga Viza forman parte de una generación pionera de mujeres que se dedicaron al periodismo deportivo cuando este todavía suponía un espacio exclusivo de hombres en todas las tareas y desempeños que se relacionaban con esta disciplina. Fue muy difícil lograr que una mujer comenzase a trabajar en un medio deportivo; tuvieron que esforzarse mucho más que sus compañeros varones, pero esto no les impidió lograr acercarse a un espacio que, hasta ese momento, estaba reservado para los periodistas deportivos. Este fue el caso de las pioneras del periodismo deportivo, como Izquierdo, Escario o Viza.

En general, que las mujeres que se han dedicado al periodismo deportivo han tenido que adaptarse en mensajes y estructura organizativa al género dominante y que han padecido la misma inequidad que las mujeres del resto de medios de comunicación (PEDRAZA BUCIO, 2012). En una entrevista en *La Vanguardia*, Paloma Del Río relataba cómo el periodismo deportivo estaba masculinizado, tanto la estructura informativa como organizativa: “con un lenguaje androcéntrico y dejando muy poco espacio a la mujer”. Muchas de las desigualdades a las que se ven sometidas las mujeres en la prensa deportiva es consecuencia del machismo imperante en la sociedad que hace a los hombres considerarse superiores a las mujeres. María del Carmen Izquierdo se atrevió a hablar del desprecio con el que algunos hombres miraban a las mujeres que formaban parte de los medios deportivos.

A pesar de los avances en la igualdad de género, las periodistas deportivas tienen que seguir haciendo frente al machismo que emana de un sector que sigue masculinizado. Actualmente, el periodismo deportivo sigue siendo un espacio dominado por hombres, a pesar de la incorporación progresiva de un mayor número de mujeres periodistas a esta disciplina (GARCÍA GÓMEZ, 2017). En los comienzos de la Transición y la Democracia, lo novedoso era ver a mujeres dedicadas al periodismo deportivo, ahora la novedad la constituye que ellas desempeñen las mismas tareas que ellos. Cada vez es más común que las periodistas presenten informativos o trabajen en las redacciones de medios deportivos convencionales, pero

es menos común la presencia de las periodistas en determinados puestos reservados todavía a sus compañeros de profesión. En una entrevista con La Vanguardia²⁹, la propia Boronat comentaba la desigualdad de género presente en la prensa deportiva convencional aludiendo al hito histórico que había supuesto su retransmisión en el partido de la liga de fútbol nacional ya mencionado. Y apostilla la periodista: “Me alegro si eso abre camino, hace reflexionar y la gente se da cuenta de lo raro que es que en un ámbito como el de la comunicación, con tantas mujeres haciendo tantas cosas, ninguna estuviera haciendo esto: narrando un partido”³⁰.

Como vemos, tanto las pioneras del periodismo deportivo, como las generaciones actuales de mujeres periodistas, deben seguir enfrentándose a los obstáculos que una sociedad machista impone a sus carreras profesionales. Los avances hacia la igualdad de género, en el periodismo deportivo, parecen resumirse a una cuestión cuantitativa, es decir, el único cambio significativo es que se han incorporado de forma masiva periodistas deportivas a estos medios, pero no ha cambiado el papel que ocupan en estos espacios que siguen definidos por una posición subalterna con respecto a sus compañeros de profesión, como veremos en el capítulo siguiente.

²⁹ Entrevista a Danae Boronat publicada por Natalia Pastor para La Vanguardia (2019) <https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20200303/473906578618/danae-boronat-primera-mujer-narradora-futbol-laliga-santander-laliga-eslaliga-brl.html> Recuperada el 24/04/2020.

³⁰ *Ibíd.*

5. La posición social de las periodistas deportivas y del deporte femenino: una vida en segundo plano

La desigualdad de género que afecta al mundo del deporte tiene dos planos diferenciados: por un lado, el deporte femenino apenas tiene presencia en los medios de comunicación y, por otro lado, las periodistas deportivas desempeñan tareas y roles asociados a los estereotipos de género que las definen y estos les impiden ocupar una posición igualitaria con respecto a sus compañeros de profesión. Las periodistas deportivas se han visto abocadas a ocupar posiciones secundarias o accesorias al cubrir o tratar la información deportiva; resulta frecuente conectar con programas de información deportiva y encontrar un plató repleto de periodistas hombres, ya que pocas mujeres tienen cabida en estos espacios, y cuando la tienen su función queda relegada a un segundo plano, teniendo que dar paso a un video o limitarse a la lectura de opiniones de los seguidores del programa. Además, mientras que el físico del hombre suele importar poco a los espectadores, el estilo y forma de vestir de las periodistas es muy comentado, incurriendo en el sexismo que predomina cuando se trata de periodistas deportivas y, en general, de las mujeres en cualquier ámbito profesional (COVARRUBIAS, 2009).

Al hablar de periodismo deportivo, también se refleja cómo las mujeres siguen siendo minoría en las secciones de deportes, aunque exista cierta paridad en los porcentajes de presentadores hombres y mujeres. La diferencia aparece cuando se trata de las tareas y roles desempeñados por cada sexo; podemos encontrarlas al hablar de reporteros o reporteras y retransmisores o retransmisoras de eventos, así como enviados especiales, en los que solo dos de cada diez puestos están ocupados por mujeres³¹. El tiempo de pantalla que ocupan los periodistas y las periodistas en los informativos también son un dato significativo a la hora de hablar de desigualdad en el periodismo deportivo; los hombres, ya sean reporteros o periodistas, ocupan en torno al 29% del tiempo de los informativos deportivos, mientras que las mujeres periodistas solo aparecen un 16% de tiempo; este dato se hace todavía más notable si hablamos de deportistas, mientras que el deporte masculino ocupa más de la mitad

³¹ Consejo Audiovisual de Andalucía (2008). Informe del Consejo Audiovisual del Parlamento de Andalucía. Capítulo 3.4.4. Género y deporte en televisión.

del informativo, el deporte femenino aparece solo en un 2.5% del tiempo de duración del informativo³². Calvo Ortega (2014) concluyó en que el ente público nacional, TVE, es el canal más igualitario en lo que al género se refiere en el ámbito deportivo, pues, la mujer deportista aparece en un 44%, la no deportista un 32%, la mujer periodista un 20% y la mujer como dirigente deportiva un 4%.

En los que respecta al deporte femenino, según Sainz de Baranda Andújar (2013a) la presencia de mujeres deportistas en los medios ha sido escasa. Siguiendo el informe realizado por el Consejo Audiovisual de Andalucía en 2008³³, el 82% de la población opina que “el deporte femenino está discriminado respecto al masculino en el tiempo de programación de las televisiones”³⁴, siendo este un fiel reflejo de la sociedad en la que vivimos donde la equidad entre hombres y mujeres no se ha logrado. Estos datos son apoyados por Calvo Ortega (2014), quien realizó un estudio acerca de la presencia de la mujer en los medios durante un periodo de tiempo concreto, la semana del 6 al 11 de febrero de 2014, analizando un total de 24 informativos deportivos de televisión, incluyendo tres cadenas privadas, Cuatro, Telecinco, la Sexta y, una pública, Televisión Española. Teniendo en cuenta el estudio de los informativos durante esa semana, se concluyó que un 94,5% de las noticias deportivas transmitidas fueron sobre deportes masculinos frente al 5,5% que ocuparon las noticias de deportes femeninos; este dato es todavía más impactante si cambiamos la variable utilizada, en este caso el número de noticias por el tiempo dedicado, obteniendo como resultado que el 99,15% del total de tiempo analizado corresponde a noticias sobre el deporte masculino y tan solo el 0,85% se le dedica al deporte femenino.

En síntesis, tanto periodistas deportivas como deporte femenino ocupan lugares marginales en sus representaciones mediáticas. Y, además, en el caso de las periodistas deportivas sus puestos laborales se corresponden con unos estereotipos de género que limitan las posibilidades de desarrollo profesional.

³² *Ibidem*.

³³ *Ibidem*.

³⁴ Consejo Audiovisual de Andalucía (2008) Informe del Consejo Audiovisual del Parlamento de Andalucía. Capítulo 3.4.4. Género y deporte en televisión: pp. 137.

5.1 Estereotipos y roles de género: sexismo en la prensa deportiva convencional

Según Sainz de Baranda Andújar (2014), los medios de comunicación nacionales dejan poco espacio para la representación de las mujeres, tanto en lo que se refiere a las periodistas deportivas como al deporte femenino. La prensa deportiva convencional utiliza un discurso sexista en sus informaciones; en este sentido el discurso sexista no solo afecta al deporte femenino, sino también a las periodistas que trabajan en los medios de comunicación (ROJAS TORRIJOS, 2010).

Se entiende por estereotipos de género “un conjunto de creencias compartidas acerca de los atributos personales que poseen los miembros de un grupo” (MACÍAS MORENO, 1999: 64). Estos estereotipos están relacionados con los roles de géneros asignados a cada sexo en función de la cultura, en las sociedades occidentales, el estereotipo que predomina es aquel basado en el esquema: hombre fuerte, mujer débil, muscularidad y delicadeza respectivamente, por ello el deporte quedó vetado para las mujeres ya que se consideraba que las masculinizaba; esto quedó tan interiorizado la sociedad que asumieron su rol en función de cada contexto sociocultural (MACÍAS MORENO, 1999).

Del sexismo en los medios deportivos hablaba Mónica Planas, columnista en *Mundo Deportivo*; según la periodista deportiva, a las mujeres, además de profesionales, se les exige un físico que se corresponda con los cánones estéticos impuestos a las mujeres en nuestras sociedades, poniendo el ejemplo de Sara Carbonero como víctima de este machismo que “prioriza el físico al talento”³⁵. Continúa la periodista insistiendo en que el machismo en el periodismo deportivo se traduce en “tolerar a mujeres bellas niveles profesionales”³⁶ que no se permitirían en un hombre, porque “machistas son los que creen que ejercemos nuestro trabajo como mujeres y no como periodistas”³⁷. Tras analizar veinticuatro informativos deportivos, Calvo Ortega (2014) alerta del sexismo en estos medios al concluir que la mujer objeto, aquella que se

³⁵ Number 1 Sport. Machismo y periodismo deportivo, por Mónica Planas <http://www.number1sport.es/los-blogs-opina/machismo-y-periodismo-deportivo-2/> Recuperado el 26/04/2020.

³⁶ *Ibíd.*

³⁷ *Ibíd.*

representa a través de tópicos y estereotipos de género, aparece en televisión por encima de la mujer sujeto, es decir, aquella que se representa de forma igualitaria con respecto a sus compañeros de profesión. Estas no son más que dos verificaciones más de lo que puede comprobarse a diario en los medios de comunicación deportivos, donde las mujeres cumplen con un papel determinado por ser jóvenes y atractivas, afirmando que la información deportiva sigue siendo a día de hoy un entorno concebido para hombres (GARCÍA GÓMEZ, 2017). Realidad que queda contrastada por el Proyecto De Monitoreo Global De Medios (2015)³⁸ donde, al hacer una diferenciación entre hombres y mujeres, se encuentran más presentadoras jóvenes respecto a los presentadores, pero en el sector de 50-65 no hay apenas mujeres. Pese a que en este grupo de edad sea menos numeroso en los medios, el pasado 2017 dos veteranas periodistas formaron un tándem informativo ocupando el puesto de presentadoras en uno de los telediarios de la cadena Antena 3³⁹. Ambas periodistas se encuentran en el rango de edad de la madurez, constituyendo un rango de edad minoritario para las periodistas como consecuencia de los sesgos y estereotipos de género, como hemos mencionado en apartados anteriores: “La realidad es que los hombres con peso en informativos son veteranos, pero las mujeres (...) se siguen buscando de 25”⁴⁰. Paloma del Río también se manifestaba sobre el machismo en la profesión, incidiendo en que no debería valorarse la belleza femenina, ya que si hablamos de hombres esto no ocurre; añadiendo que pese a “currar como las que más (...) en la mayoría de redacciones son los tíos los que mandan”⁴¹.

Otro de los puntos a destacar dentro del sexismo en el ámbito deportivo se encuentra en el discurso utilizado por los medios de comunicación. Si hablamos del campo del contenido informativo, es la comunicación deportiva una de las manifestaciones donde más estereotipos sexistas pueden encontrarse (ROJAS TORRIJOS, 2010). Por su parte, García Meseguer (1994) explica que el sexismo lingüístico se da al emplear

³⁸ Proyecto de Monitoreo Global de medio 2015, informe ya citado sobre las desigualdades de género en los medios de comunicación. <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>

³⁹ Entrevista a Sandra Golpe y María Rey por Álvaro Sánchez León para El Confidencial Digital el 11/02/2017 <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/medios/periodismo-mujer-reivindica-trabajo-diario/20170210210528084387.html> Recuperada el 26/04/2020

⁴⁰ *Ibidem*.

⁴¹ Entrevista a Paloma del Río por Clara Ferrero para El País publicada el 30/06/2015. <https://smoda.elpais.com/moda/no-creo-que-del-bosque-le-diga-a-ramos-se-un-hombre-y-ponme-un-gin-tonic/> Recuperada el 26/04/2020

palabras u oraciones que por su forma de ser expresadas resultan discriminatorias por una razón de sexo. El sexismo en el periodismo deportivo se debe a la masculinización que históricamente rodeaba tanto al deporte como al periodismo; y a pesar de la incorporación que la mujer ha vivido en este sector, ello no ha supuesto un cambio en los roles y estereotipos asignados al género (ROJAS TORRIJOS, 2010). La prensa deportiva es el campo de la comunicación donde con mayor frecuencia se recurre al sexismo, ya que el lenguaje que utiliza mantiene valores ligados a esa concepción masculina del mundo (ROJAS TORRIJOS, 2010).

Asimismo, los temas tratados en las informaciones deportivas también están mediados por estereotipos machistas, ya que a la hora de referenciar a las mujeres suelen tratarse temas como el físico, su forma de vestir o su vida privada, temas que son irrelevantes cuando se trata de hombres. Además, son muchas las ocasiones en las que los méritos deportivos de las deportistas se relacionan con hombres que no deberían ser protagonistas de estas noticias. Dos de los titulares más recientes para referenciar este aspecto han sido los relacionados con Carolina Marín; el primero de ellos fue publicado por Diario AS, una vez la onubense había conseguido el oro en los Juegos Olímpicos de Río 2016: “Rivas, el hombre que convirtió en oro las rabietas de Carolina”⁴². Este titular es el reflejo del paternalismo con el que la sociedad trata a las mujeres a las cuales considera menores de edad mentales. Otro titular criticado y también relacionado con Carolina Marín fue el publicado por *El Mundo*: “Y hasta se ha echado novio”⁴³, anteponiendo su vida personal a sus méritos deportivos, cuando sus logros deportivos han sido históricos para el deporte español. Si bien no solo encontramos sexismo al hablar de quienes se dedican al deporte, ya que este es todavía más notable cuando en las noticias deportivas se incorporan mujeres ajenas a la práctica, siendo consideradas objetos de reclamo. Esto ocurre al mencionar, entre otros, a las esposas de los futbolistas en medios de comunicación; un claro ejemplo fue el titular del Cadena Ser tras el fichaje de Marko Jaric, en 2009, por el Real Madrid de baloncesto: “Adriana Lima y Marco Jaric fichan por el Real Madrid”⁴⁴. En este caso

⁴² Revista Líderas (25 de agosto de 2016). Carolina Marín y el rodillo más machista de la prensa española. Recuperado de <https://www.revistalideras.com/carolina-marin-y-el-rodillo-mas-machista-de-la-prensa-espanola/> el 15/03/2020.

⁴³ *Ibíd.*

⁴⁴ Artículo escrito en Cadena Ser: *Adriana Lima y Marco Jaric fichan por el Real Madrid*. Recuperado de https://cadenaser.com/ser/2009/12/24/sociedad/1261624407_850215.html el 30/05/2020.

prima el físico de la modelo internacional Adriana Lima por encima de las cualidades deportivas de su marido, evidenciando que la cosificación de las mujeres en la prensa deportiva convencional no se circunscribe a aquellas que participan de forma activa en él, sino que es un problema estructural de representación de la mujer en los medios deportivos.

Por todo lo anterior, tanto las periodistas deportivas como el deporte femenino, se encuentran bajo el dominio de un discurso sexista que incluso afecta a las mujeres que son ajenas a la profesión periodística y al deporte. En la práctica, esto significa que existe un trato discriminatorio hacia las profesionales del periodismo deportivo y hacia las profesionales del deporte, promoviendo la reproducción de “estereotipos tradicionales que no hacen más que prolongar, en lugar de corregir, las desigualdades entre hombres y mujeres imponiendo trabas y obstáculos para alcanzar una sociedad plenamente igualitaria” (ROJAS TORRIJOS, 2010: 1).

5.2 El techo de cristal: la otra gran barrera

El techo de cristal es la barrera que impide que las mujeres progresen en sus carreras profesionales, limita la movilidad vertical impidiendo que alcancen puestos de máxima responsabilidad que están reservados históricamente para los hombres. El término “techo de cristal” apareció durante la década de los ochenta cuya pretensión era representar los mecanismos discriminatorios que imposibilitaban el ascenso profesional de las mujeres, y poco a poco ha ido ganando popularidad hasta lograr su plenitud en los noventa (SARRIO, M., RAMOS, A., BARBERÁ HEREDIA, E., CANDELA, C., 2002). Hay varios obstáculos que impiden a la mujer llegar a los puestos de responsabilidad en el mundo del deporte, el más destacado, como ya hemos dicho, es la concepción androcéntrica y la masculinización que rodea al deporte desde su aparición; pero a este se suman otros, como la asignación de roles de género que relacionan a la mujer con la dulzura, siendo el deporte una actividad “donde se muestra la identidad masculina a través del contacto, la agresión”⁴⁵.

⁴⁵ Artículo escrito por Borja Gimeno Alacreu (2014). “El techo de cristal deportivo” Recuperado de <https://eixamestudis.wordpress.com/2014/09/25/el-techo-de-cristal-deportivo/> el 27/04/2020.

Acabar con el techo de cristal es uno de los grandes retos de este siglo XXI y así lo expone Sainz De Baranda Andújar (2013a), quien considera a los medios como una herramienta imprescindible de transformación en el nuevo escenario de igualdad y equidad. Pepa Bueno recuerda cuál fue su primera impresión una vez comenzó a trabajar como periodista en la década de los 80 del siglo XX: “Las redacciones están llenas de mujeres y los despachos de hombres”⁴⁶, pero la misma periodista confiesa que treinta años después, esto sigue igual pese a los avances producidos tanto en el periodismo como en la sociedad. Las periodistas María Rey y Sandra Golpe tienen la misma opinión que su compañera de profesión: “los consejos de Administración y las cúpulas de las empresas sigue habiendo mayoría abrumadora de hombres. Nos siguen dirigiendo ellos”⁴⁷.

Como evidencia de este problema, en el mundo se han encontrado distintos movimientos que luchan por aumentar la representación de las mujeres en puestos de dirección de empresas. A pesar de que las mujeres sean mayoría en las redacciones o en las facultades de comunicación, siguen siendo minoría en los puestos de dirección en las empresas de comunicación. El techo de cristal es una barrera socio-laboral que no sólo afecta a las periodistas, sino que también afecta a las deportistas femeninas. La mayoría de deportistas que ven su carrera deportiva finalizada deciden reorientarla hacia otra rama del ámbito deportivo, como puede ser el equipo técnico de un club, pero al “optar por puestos directivos se topan con el mismo problema” (GARCÍA GÓMEZ, 2017: 28). Según datos de la Memoria 2015 del Consejo Superior de Deportes, en lo referido a cargos federativos, las mujeres son una minoría tanto en las juntas directivas, donde encontramos 202 mujeres frente a los 744 hombres, como entre el personal técnico de alta competición, donde solo 171 de los 1064 dirigentes son mujeres (GARCÍA GÓMEZ, 2017). Según datos estadísticos de la Memoria de 2018 del Consejo Superior de Deportes⁴⁸, encontramos

⁴⁶ Bueno, Pepa. “Los techos de cristal en el periodismo”. [en línea] Recuperado de <https://ctxt.es/es/20181107/Firmas/22521/Pepa-Bueno-periodismo-jornadas-feministas-zaragoza-empoderamiento.htm> el 27/04/2020.

⁴⁷ Entrevista a Sandra Golpe y María Rey por Álvaro Sánchez León para El Confidencial Digital el 11/02/2017 <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/medios/periodismo-mujer-reivindica-trabajo-diario/20170210210528084387.html> Recuperada el 27/04/2020

⁴⁸ Consejo Superiores de Deportes (2018). Recuperado de <https://www.csd.gob.es/es/federaciones-y-asociaciones/federaciones-deportivas-espanolas/otras-estadisticas>

233 mujeres al cargo de una junta directiva, por los 693 hombres; en cuanto al personal técnico de alta competición, de un total de 1.098 solo 248 son mujeres. Convirtiendo estos datos en porcentajes obtenemos que, en 2015, el 21.3% de los directivos de las juntas eran mujeres frente al 25% de directivas que encontramos en 2018, suponiendo un ligero avance, al igual que ocurre al hablar del personal de alta competición, donde el porcentaje de mujeres en este sector era de un 16% en 2015 frente al 22.6% que se alcanzó en 2018.

Sin embargo, aunque se haya producido un ligero incremento en el porcentaje de deportistas femeninas en puestos de dirección, no se ha producido una ruptura del techo de cristal, pues no se ha conseguido alcanzar, ni siquiera, un grado de paridad. Igual ocurre en los medios de comunicación donde las mujeres siguen sin poder acceder a los puestos de mayor responsabilidad.

6. La emergencia de nuevos medios de comunicación deportivos: la especialización en el deporte femenino por las periodistas deportivas

Como veremos en el presente capítulo, la particularidad de estos medios de comunicación es doble en lo que se refiere a su estructura organizativa y composición y al contenido informativo: por un lado, están creados por mujeres periodistas y, por otro, solo cubren información deportiva femenina. En este sentido, siguiendo con la hipótesis establecida, pensamos que suponen una oportunidad para que las mujeres de estos dos ámbitos profesionales puedan solventar, en cierto sentido, los obstáculos que los estereotipos de género imponen al desarrollo de sus respectivas carreras profesionales y, de otro, generar nuevas representaciones de las mujeres que permiten construir referentes femeninos socio-culturales no cosificados.

6.1. Principales sesgos de género de la prensa deportiva convencional

El deporte es un espectáculo y producto de consumo de masas, por ello el periodismo deportivo es un sector que no deja de crecer en cuanto al número de lectores y oyentes; sin embargo, el periodismo deportivo es uno de los ámbitos del periodismo en el que la calidad de la información está muy cuestionada (ÁNGULO RINCÓN, MORENO CANO, 2016). En este sentido, los medios de comunicación no dedican el mismo tiempo a todos los deportes en sus contenidos, pues el deporte que tenga más aficionados será el deporte sobre el que se emitan más contenidos. En su estudio, Yifei Li (2014) quiso reflejar en una gráfica el tiempo televisivo medio dedicado a diferentes temáticas, donde aparecían deporte, economía y política entre otros. Concluyó que era el deporte a la segunda especialidad a la que más tiempo se le dedicaba, empatado con la economía y solo superado por la política. Dentro del tiempo ocupado por el deporte, del que más se habla en medios es del fútbol, ocupando más de la mitad de tiempo, dejando poco porcentaje para el resto de disciplinas deportivas.

Siguiendo con el análisis del periodismo deportivo, en este caso, atendiendo a sus fortalezas y debilidades puede destacarse que es la especialidad más demandada y que a su vez más ha evolucionado siendo las fortalezas la universalidad que le permite a través de un lenguaje sencillo llegar a un mayor público que otras temáticas

como la información política o económica no acceden (ÁNGULO RINCÓN, MORENO CANO, 2016). Como señalan Angulo Rincón y Moreno Cano (2016), esto es consecuencia, principalmente, con la construcción de un lenguaje propio del periodismo deportivo que incorpora gran cantidad de términos especializados, estando este lenguaje inserto en la sociedad debido a la difusión de este género periodístico. En cuanto a las debilidades, cabe mencionar, en primer lugar, el conflicto idiomático, relacionados con errores gramaticales o abuso de extranjerismos y vulgarismos, entre otros; además es una especialidad con tendencia al sensacionalismo, con tendencia a magnificar actividades con la finalidad de producir sensaciones en el receptor (ÁNGULO RINCÓN, MORENO CANO, 2016). Otras de las debilidades son el sexismo informativo, la incitación a la violencia y la confusión entre información y opinión. El sexismo es una de las características más criticadas del periodismo deportivo; se manifiesta con la invisibilización de la mujer, así como con la tendencia a hablar de las deportistas asignándoles estereotipos de géneros y recurriendo al sexismo lingüístico en su discurso. En cuanto a la incitación a la violencia, podemos decir que está ligeramente relacionada con el sensacionalismo, ya que su fin es estimular a la audiencia sin regirse por la información a difundir (ÁNGULO RINCÓN, MORENO CANO, 2016). Por último, podemos decir que el periodismo deportivo tiende a utilizar géneros híbridos, donde se combinan información y opinión, debido a los juicios de valor que los periodistas deportivos incluyen en sus informaciones, creando confusión en la lectura del receptor. Otra de las debilidades asociadas al periodismo deportivo es la falta de verificación como uno de los aspectos negativos que rodea al periodismo deportivo, donde se basan en difundir palabras de deportistas o técnicos (ÁNGULO RINCÓN, MORENO CANO, 2016).

Por último, los medios de comunicación deberían estar considerados como uno de los actores más importantes a la hora de transmitir enseñanzas y valores a la sociedad, por la influencia que ejercen sobre la población, por lo que para lograr una igualdad social entre hombres y mujeres, esa equidad debería existir primero en los medios, y aún más, en las informaciones deportivas, a la que se acusa de recurrir a un lenguaje discriminatorio hacia el género femenino, que refuerza estereotipos y roles asignados socialmente a las mujeres, además de potenciar la visión

androcéntrica del deporte a la sociedad presentando a las mujeres de una forma distinta a la que se hace con los hombres (ROJAS TORRIJOS, 2010).

6.2. Representaciones del deporte femenino en los medios de comunicación deportivos convencionales

Como se ha comprobado a través de los apartados anteriores, lo común en la prensa deportiva convencional es ofrecer información, casi en exclusiva, del deporte masculino. La prensa deportiva otorga a cada deporte un espacio en sus páginas en función a la trascendencia que este tenga en la sociedad: lo que más interesa a la audiencia es lo que más ocupa en el medio (VIRUÉS AZAUSTRE, 2016).

Según datos recogidos en la Memoria de 2018 del Consejo Superior de Deportes⁴⁹, en nuestro país podemos encontrar casi 5.000 deportistas con la clasificación de DAN (deportista de alto nivel); de estos, solo el 37.2% son mujeres, es decir, tan solo 1.848 de los 5.000 deportistas DAN son mujeres. La brecha de género se amplía al hablar de deportistas federados: en nuestro país encontramos 3.866.867 licencias de federación a deportistas, de estos al número de mujeres federadas no llega al millón correspondiéndose con el 23% sobre el total de deportistas federados en nuestro país⁵⁰. Esta desigualdad no solo se produce en el número de deportistas, sino también en su presencia en los medios de comunicación; cuantitativamente el deporte femenino ha estado invisibilizado en la prensa, y, en consecuencia, reproduce un imaginario colectivo machista en el que el deporte femenino tendría menos valor que el masculino por el hecho de ser practicado por mujeres y, al hacerlo, incurren en el desprestigio del trabajo de las deportistas femeninas (GÓMEZ COLLEL, MEDINA BRAVO, RAMÓN, 2017). Sainz de Baranda Andújar (2014), afirma que la presencia de las mujeres en medios deportivos de nuestro país es nula, lo cual supone una barrera para la creación de referentes socio-culturales femeninos posibles (GÓMEZ COLELL, MEDINA BRAVO, RAMÓN, 2017). La incorporación de la mujer al ámbito deportivo debería haber llegado acompañado de una mayor presencia en los medios

⁴⁹ Consejo Superior de Deportes (CSD) (2018) "Memoria 2018 - Deportistas"

<https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2019-07/Deportistas%202018.pdf>

⁵⁰ Consejo Superior de Deportes (CSD) (2018) "Memoria 2018 - Resumen General"

<https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2019-07/Resumen%20general%202018.pdf>

de comunicación especializados en deporte, pero tal y como expone Sainz De Baranda Andújar (2014) las deportistas aparecieron menos de lo que lo hacían anteriormente.

De otro lado, Rojas Torrijos (2010) se preguntaba si los vicios sexistas que trascienden lo lingüístico se producen y, con qué frecuencia, en los medios de comunicación deportiva. Su crítica feminista señaló el discriminatorio trato recibido por las mujeres del deporte en cuanto a “selección, distribución y composición de los contenidos” (ROJAS TORRIJOS, 2010:7) de las noticias que aparecen en los medios, lo que puede ocurrir por varias razones. La primera de ellas es la invisibilidad del deporte femenino motivando el trato discriminatorio ya que, como refleja el Consejo Audiovisual de Andalucía en su Estudio sobre género y deporte en televisión⁵¹, el 90% de las emisiones deportivas están protagonizadas por deportes masculinos, mientras que solo en un 5% de las emisiones se refieren al deporte femenino. Esta infrarrepresentación del deporte femenino se produce a pesar de que se celebran más competiciones femeninas que masculinas, reflejando la situación de discriminación que viven las deportistas en los medios audiovisuales. Teniendo en cuenta sólo las noticias aparecidas en informativos, en la sección de deporte el 96.6% de tiempo es dedicado al deporte masculino, quedando para el deporte femenino un tiempo de emisión marginal del 3.4% del tiempo total. En este mismo estudio, se refleja que es La 2 de Televisión Española la cadena que más protagonismo otorga a la mujer, apareciendo en un 56.3%, seguida por La Sexta. Calvo Ortega (2014), en su estudio, recogió que medios de comunicación como Cuatro y Telecinco, en sus respectivos espacios deportivos en el telediario, dedicaron todo el tiempo empleado para deportes en hablar de modalidades deportivas masculinas concluyendo que la transmisión de noticias relativas al deporte masculino alcanzó el 94.5% mientras que tan solo se dedicó un 5.5% del tiempo de emisión al deporte femenino.

Al mismo tiempo, las mujeres deportistas que aparecen en los medios son escasas y muchas de ellas no son identificables fácilmente por los espectadores; esto ocurre porque la prensa convencional coloca en un primer lugar al deporte masculino, en

⁵¹ Consejo Audiovisual de Andalucía (2008). Estudio sobre Género y Deporte en Televisión https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/estudio_sobre_gxnero_y_deporte_en_televisixn_2008.pdf

especial al fútbol, quedando el deporte femenino invisibilizado (ROJAS TORRIJOS, 2010). Rojas Torrijos (2010) realizó un estudio en el que se analizaron cinco diarios de referencia en nuestro país: *Marca*, *Diario As*, *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*, concluyendo que de las 864 páginas analizadas 527 se dedicaron al fútbol, coincidiendo con el 60% del total analizado; mientras tanto, el deporte femenino no superó el 1% del número de informaciones analizadas. Además, los resultados obtenidos por mujeres deportistas no suelen aparecer como información principal, sino que quedan desplazados a despices o lugares donde la información es menos llamativa (ROJAS TORRIJOS, 2010).

Tras comprobar el tiempo y espacio que ocupan las deportistas en medios deportivos convencionales, puede afirmarse que la invisibilización del deporte femenino es la tónica general de la información deportiva de estos medios quedando a la sombra de la información del deporte masculino. Además, estos medios ofrecen información extra deportiva de deportistas masculinos en vez de aumentar la información sobre el deporte femenino. En resumen, la representación del deporte femenino en la prensa deportiva convencional está sujeta a los mismos estereotipos de género que las periodistas deportivas que trabajan en estos medios: a nivel cuantitativo, le son dedicados unas cuotas de información marginales y, del plano cualitativo, son cosificadas y sexualizadas.

6.3. Estudio de caso: *De Tacón*, un medio de comunicación local pionero

En la última década, el deporte femenino ha ido ganando presencia en los medios de comunicación, pese a no equipararse a la cuota que alcanza el deporte masculino, tal y como ha quedado expuesto con anterioridad. Según el cuestionario que hemos realizado (Anexo 2), el 96% de los encuestados consideran que el deporte femenino debería tener en la actualidad mucha más visibilidad en los medios de comunicación de la que goza actualmente. Esta desigualdad ha sido señalada por organismos como el Instituto Oficial de Radio y Televisión, el Instituto de la Mujer y la Comisión de la Mujer, así como por el Comité Olímpico Español, como veremos a continuación.

Según un estudio realizado por el Instituto de la Mujer⁵², las mujeres, en tanto que audiencia, se interesan menos por el deporte que los hombres, pero afirma que las mujeres jóvenes, y sobre todo las que tienen estudios superiores, comienzan a mostrar mayor interés hacia la práctica deportiva. Ello se debe, según el informe, a que los medios de comunicación deportivos se dirigen también a las mujeres, aumentando la audiencia del sector. De este modo, el interés en los eventos se ve marcado por la calidad de los periodistas, así como por el atractivo que levanta entre la población; el deporte masculino es considerado más atractivo que el femenino, lo que supone que su visibilidad en los medios es mayor, invisibilizando el deporte femenino, provocando que la equidad entre hombres y mujeres no sea considerada posible a corto plazo. En el mercado convencional no hay medios deportivos dirigidos exclusivamente a las mujeres, pero sí podemos encontrar revistas relacionadas con la salud y el bienestar (*Mente Sana, Cuerpo Mente o Saber Vivir*) protagonizadas por mujeres y dirigidas a las mismas, aunque no se trata de prensa deportiva.

La poca presencia del deporte femenino en los medios de comunicación unido al creciente interés de las audiencias en el deporte femenino, ha propiciado la aparición de nuevas plataformas que cubren de la actualidad deportiva femenina. El primer medio dedicado a cubrir la actualidad femenina fue *Líderas: La revista del deporte femenino*⁵³, la cual apareció en marzo de 2015 de la mano de Paloma Zancajo, jugadora, entrenadora y directora de balonmano. Es una revista online orientada a todo el público interesado en el deporte femenino. *Líderas* cuenta con dos bloques diferenciados, el primero de ellos relacionados con la actualidad deportiva femenina, dividida por modalidad deportiva; y en segundo lugar, un bloque dedicado a aspectos relacionados con el deporte femenino como son formación, salud, nutrición, psicología y tecnología. No solo cubre el deporte femenino profesional, sino que dedica un espacio a deporte universitario, así como deporte base; realiza reportajes y entrevistas a deportistas, así como la publicación de informes o artículos de opinión. Además, la revista está concebida desde posiciones feministas: Zancajo explica que el título de la publicación es una reivindicación feminista en relación a la masculinización del lenguaje, por ello decidió inventar una palabra inexistente en el

⁵² Instituto de la Mujer (2006): Actitudes y Prácticas Deportivas de las Mujeres en España (1990 - 2005) <http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/AreaDeporte/docs/Estudios/SerieEstudios92.pdf>

⁵³ Revista Líderas <https://www.revistalideras.com/>

castellano como “líderas” como estrategia de visibilización de la mujer en el lenguaje⁵⁴. La misma directora de *Líderas* asegura que el deporte femenino se encuentra en auge y cada vez interesa a una mayor audiencia y espectadores; no obstante, se encuentran en una situación precaria en la medida en que la financiación es deficiente.

Líderas no fue la única web dedicada al deporte femenino ya que poco a poco aparecieron otras plataformas, como el *SDF Sólo Deporte Femenino*, el primer programa radiofónico dedicado al tratamiento del deporte femenino. Este programa radiofónico fue creado por alumnos de la Universidad Europea de Madrid para fomentar la igualdad entre alumnos de Periodismo y Comunicación Audiovisual mediante “metodologías activas y el aprendizaje de competencias y valores”⁵⁵. El nacimiento de *SDF Sólo deporte Femenino* se produjo en 2009, siendo desde sus inicios apoyado por el Consejo Superior de Deportes; en un primer momento fue un programa radiofónico semanal, pero más tarde, en 2013, apareció también en televisión. En julio de ese año, se presentó esta nueva iniciativa, cuya finalidad era hacer visibles a las deportistas femeninas mediante la emisión de entrevistas y reportajes.

Como ocurre en el periodismo deportivo convencional, ya sea impreso o digital, el deporte con mayor presencia informativa es el fútbol, esto también ocurre en los medios dedicados a cubrir el deporte femenino. Centrándonos en medios dedicados a un deporte femenino específico, García Gómez (2017) recoge medios como *futfem.com*⁵⁶ o *futfem.cat*⁵⁷. La plataforma *futfem.com* en un principio recogía información relacionada con campeonatos de fútbol tradicional, como Primera y Segunda División, la Copa de la Reina y campeonatos internacionales, así como aquellos relacionados con el fútbol sala. Actualmente, la información sobre fútbol sala escasea, dando protagonismo a la modalidad tradicional. En julio de 2016, aparece

⁵⁴ Entrevista realizada a Zancajo en el medio digital Sport Vosotras (24/01/2020) Recuperado el 04/05/2020 https://mediavod-ivlt.rtve.es/resources/TE_SSPVOSO/mp3/3/4/1453498836043.mp3

⁵⁵ Consejo Superior de Deportes. *Solo Deporte Femenino - SDF TV y SDF Radio* Recuperado el 04/05/2020 <https://www.csd.gob.es/es/mujer-y-deporte/actividades-en-relacion-con-mujer-y-deporte/solo-deporte-femenino-sdf-tv-y-sdf-radio>

⁵⁶ Enlace a la plataforma digital *futfem.com* <https://www.futfem.com/>

⁵⁷ Enlace a la plataforma digital *futfem.cat* <http://www.futfem.cat>

en Betis TV⁵⁸ el programa *En Femenino* de la mano de Margota Piñero⁵⁹, un programa dedicado, principalmente, a la actualidad del equipo de fútbol femenino del club, así como a cubrir otras informaciones relacionadas con el deporte femenino español. Era un programa de emisión semanal, que en su primera emisión contó con la presencia de María Pry, Irene Guerrero y Claudia Blanco, entrenadora y capitanas respectivamente del Real Betis Fémimas. En aquel año, el equipo consiguió el ascenso a la Primera División del fútbol femenino haciendo historia en el fútbol femenino a nivel provincial al ser el primer equipo de la provincia que lo conseguía. Este hito fue tomado por su directora, Margota Piñero, como hecho incontestable para comenzar a dar visibilidad al deporte femenino provincial. También participaría en este primer programa María Pujol, campeona de Triatlón de España, en una clara estrategia por afianzar el deporte femenino como una información de referencia en la prensa deportiva. No obstante, una participación disrumpía la línea informativa estratégica del primer programa y ésta fue la participación de un dermatólogo que alertaba sobre los riesgos del cáncer de piel asociados a la exposición al sol de las deportistas. La aparición del dermatólogo se debía a una exigencia de la dirección de la cadena para que *En Femenino* pudiese ver la luz: la incorporación en el programa de un bloque destinado a salud y belleza⁶⁰. La dirección de la cadena, en el momento de la creación del programa, consideró que al tratarse de deporte femenino la audiencia sería exclusivamente femenina, por tanto, habría que darles contenidos “apropiados” al género. Sin duda, fue una obligación que reproducía los estereotipos de género de los que su creadora quería alejarse abandonando la cadena poco después de la aparición del programa.

La creación de *En Femenino* llevó a Margota Piñero, una de las periodistas deportivas femeninas más destacadas a nivel provincial, a buscar colaboración para fundar un medio cuyo contenido informativo fuera en exclusividad el fútbol femenino, deporte marginal en la prensa deportiva convencional. Ada Peña⁶¹ aceptó la propuesta de Piñero y así nació *De Tacón – El portal del fútbol femenino*. Margota Piñero define su

⁵⁸ Televisión corporativa del Real Betis Balompié, club de fútbol sevillano, que destina toda su programación a la información deportiva de la entidad.

⁵⁹ Margota Piñero (1993) es una periodista deportiva local co-fundadora del medio De Tacón, el cual cubre en exclusividad el fútbol femenino nacional.

⁶⁰ Entrevista realizada a Margota Piñero, consultar Anexo 1.

⁶¹ Periodista deportiva local, co-fundadora de *De Tacón*.

experiencia en el periodismo de forma desigual debido, principalmente, al “paternalismo propio de un medio mayoritariamente masculino en el que las mujeres somos una dolorosa minoría”⁶². Las consecuencias de este paternalismo se traducen en obstáculos para desarrollar la carrera profesional: “(...) me han concedido licencias que he agradecido profundamente, pero he visto muy frustrada mi evolución, ya que había ciertas tareas que no se me estaban permitidas llevar a cabo. Si analizáramos más detalladamente cada uno de los medios en los que he trabajado, podríamos ver cómo cambian estas tareas de unos a otros, pero el resumen es que me quedaban lejos porque era mujer”⁶³. Este trato sexista, como revela la entrevistada, está naturalizado en la prensa deportiva convencional, es decir, no existe una intencionalidad consciente de discriminación de género, pero está asumida en el imaginario colectivo y, en consecuencia, se reproducen los estereotipos de género que impiden un desarrollo igualitario de la profesión.

Pese a su juventud, ha trabajado en medios deportivos convencionales destacados en nuestro país, como *El Descuento* de El Correo de Andalucía o colaboraciones con *El Pelotazo* de Canal Sur Radio. En lo que a prensa escrita se refiere, fue redactora en *Betis Vavel*, *El Decano Deportivo* o *Revista Balompié*. Pero su carrera vivió un auge al incorporarse a las filas de *Betis TV*, donde propuso la creación del ya mencionado programa *En Femenino*. Desde que abandonó *Betis TV* su objetivo profesional sería la creación de un medio que solo cubriera información deportiva femenina. *De Tacón* es un medio digital que nació en 2016, el principal objetivo era dar visibilidad al fútbol femenino, ya que por aquel entonces nadie lo hacía. Con esta plataforma consiguieron cubrir un espacio hasta entonces inexistente en la prensa deportiva convencional, en un primer momento centrándose en el deporte local, informando acerca de la actualidad de Betis y Sevilla femenino, y más tarde abriendo su abanico al ámbito nacional.

Desde el punto de vista de la entrevistada, la prensa deportiva convencional necesita igualdad de género en lo que a la representación y representatividad del deporte femenino se refiere, es una cuestión de “(...) justicia informativa. Se sigue dando

⁶² Entrevista realizada a Margota Piñero, consultar Anexo 1.

⁶³ *Ibidem*.

prioridad a noticias muy poco relevantes en los medios, antes que a noticias muy prioritarias del deporte femenino. Es una norma: hombres antes que mujeres. Por eso desconocemos tantísimas cosas del deporte femenino (...)"⁶⁴. Esta necesidad de <<justicia informativa>> reclama la presencia de información relevante del deporte femenino en lugar de información irrelevante, y en muchos casos extra deportiva, del deporte masculino. Así pues, una de los principales objetivos de *De Tacón* es acabar con la desigualdad informativa en el periodismo deportivo. *De Tacón* nació con el objetivo de cubrir esos espacios de información que la prensa deportiva convencional no trataba. Al margen de lo anterior, debido a la emergencia de nuevos medios que cubren en exclusividad la información deportiva femenina ha generado una competencia entre estos medios, siendo uno de los principales problemas la diferenciación entre estos medios emergentes como explica la entrevistada⁶⁵.

Una de las principales características que definen a los medios de comunicación dedicados a la información deportiva femenina es que suelen estar en manos de mujeres periodistas. Sin embargo, para Piñero, el principal problema para las periodistas deportivas sigue estando en la prensa deportiva convencional donde es muy difícil trabajar en condiciones de igualdad de género, ya que las periodistas deportivas suelen ocupar puestos que se corresponden con los estereotipos de género asociados a las mujeres y, en consecuencia, asumen tareas secundarias que merman su desarrollo profesional. Como se aprecia en los resultados del cuestionario (Anexo 2), el 85% de los encuestados consideran que los estereotipos de género son uno de los principales motivos que afectan al desarrollo profesional de las mujeres en el periodismo deportivo y, por el mismo motivo, el 70% considera que las posibilidades de las mujeres para acceder a los puestos de responsabilidad son menores que las de los hombres.

Por último, la emergencia de estos medios de comunicación ha propiciado una mayor visibilidad del deporte femenino, así como su representación no cosificada basada en la no reproducción de los estereotipos de género. Especialmente, éste ha sido el caso del fútbol femenino que es el deporte que más cuota informativa ocupa en estos

⁶⁴ *Ibíd.*

⁶⁵ *Ibíd.*

medios, al igual que en la prensa deportiva convencional. Del mismo modo ha ocurrido con las mujeres dedicadas al periodismo deportivo que encuentran en estos medios una oportunidad para desarrollar sus carreras profesionales sin barreras y obstáculos de género.

7. Conclusiones

Como hemos tenido ocasión de comprobar en el presente estudio, las periodistas ocupan una posición sesgada en cuanto al género se refiere en los medios de comunicación y ésta se ve reforzada cuando la periodista se dedica a la información deportiva, donde los principios machistas y sexistas están instaurados de forma más explícita y contundente debido, principalmente, a que es un espacio masculinizado a todos los niveles. Pese a una cierta normalización de la incorporación de las periodistas en la prensa deportiva convencional, su papel profesional sigue vinculado a estereotipos y roles de género que siguen cosificando a las mujeres y reproduciendo desigualdades. De este modo, no desempeñan las mismas funciones hombres que mujeres lo que impide, en última instancia, que las periodistas deportivas puedan desarrollar sus carreras profesionales en igualdad de condiciones que los periodistas deportivos. Hace más de 50 años de la incorporación de la primera mujer al periodismo deportivo, pero no ha sido hasta hace un año cuando una periodista deportiva ha alcanzado un puesto laboral históricamente reservado para los periodistas, como es la retransmisión de un partido de fútbol. Esto solo evidencia que el papel de la mujer en los medios deportivos convencionales sigue estando muy lejos de la igualdad real.

De forma paralela, el deporte femenino sufre una invisibilización que se refleja en los en los distintos estudios y autores que se han mencionado en el presente trabajo, donde puede verse la gran diferencia de cuota de pantalla ocupada por el deporte masculino respecto al insignificante porcentaje que ocupa el deporte femenino. Esta desigualdad informativa es lo que ha llevado a muchas periodistas deportivas a buscar esa <<justicia informativa>> que revierta la situación. Esto se tradujo en la creación de medios dedicados a cubrir la actualidad deportiva femenina de forma exclusiva persiguiendo dos objetivos principales: por un lado, generar espacios donde las periodistas deportivas pudieran desarrollar su profesión sin barreras de género y, por otro lado, ofrecer información de calidad sobre el deporte femenino que permitiera su representación, también, sin cosificaciones de género. De este modo, se produce una doble visibilización de las mujeres en dos ámbitos profesionales ampliamente masculinizados.

La marginalidad de la información deportiva femenina en los medios de comunicación deportivos convencionales, así como el papel estereotipado que ejercen las periodistas deportivas en estos medios, provoca una escasez de referentes sociales posibles para las mujeres en la sociedad. Así, se contribuye a la reproducción de la cosificación de las mujeres en los medios de comunicación como objetos, no pudiendo aparecer nunca como sujetos posibles. Esto ocurre no solo con la representación de las deportistas que aparecen en las noticias, sino también con aquellas periodistas que trabajan en medios de comunicación deportivos, donde sus funciones no se igualan a las realizadas por sus compañeros masculinos ya que las mujeres que trabajan para estos medios frecuentemente ocupan una posición subalterna determinada por el género.

Por todo lo anterior, los medios de comunicación emergentes especializados en el tratamiento del deporte femenino supone una estrategia de empoderamiento de las mujeres tanto en la profesión periodística como en el deporte. Ello es así porque conscientes de las desigualdades de género de la que han sido objeto como profesionales de la comunicación deportiva, sus medios, desde posiciones feministas en la mayoría de los casos, ofrecen una representación del deporte femenino sin sesgos de género y no cosificada, demostrando que se puede ofrecer una información del deporte femenino que no reproduzca los estereotipos de género contribuyendo, en este sentido, a la igualdad de género en la sociedad. Sin embargo, la creación de medios de comunicación donde la totalidad o casi la totalidad de sus trabajadoras son mujeres puede suponer un efecto contraproducente para la igualdad, pues puede suponer la creación de “guetos” comunicativos para mujeres quedando aún pendiente el gran reto para el sector: la consecución de la igualdad de género en el periodismo deportivo convencional.

ANEXOS

ANEXO 1: ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Entrevista realizada a Margota Piñero, directora del medio de comunicación *De Tacón*, realizada en Sevilla a 08/05/2020.

1. Mujer y periodista deportiva, dos de los grandes ámbitos reservados para el hombre desde la aparición del deporte y el periodismo. ¿Cómo ha sido tu experiencia en medios deportivos? ¿Crees que por ser mujer se te han exigido cosas diferentes de las que podían hacer tus compañeros?

Mi experiencia en los medios deportivos diría que ha sido agrídulce. En su generalidad, no ha ido mal, porque tenemos que tener en cuenta la inexperiencia (y en gran parte, la inocencia) que tenía entonces. Para ubicarnos, la última vez que trabajé por cuenta ajena en un medio deportivo fue en Radio Marca Cádiz, durante los últimos meses del año 2017 y algo de principios de 2018.

Ha sido agrídulce porque, en la mayoría de los casos, me han tratado con un paternalismo propio de un medio mayoritariamente masculino en el que las mujeres somos una dolorosa minoría y, en mi caso, siendo bastante pequeña de edad en comparación con el resto. A causa de este paternalismo, me han concedido licencias que he agradecido profundamente, pero he visto muy frustrada mi evolución, ya que había ciertas tareas que no se me estaban permitidas llevar a cabo. Si analizáramos más detalladamente cada uno de los medios en los que he trabajado, podríamos ver cómo cambian estas tareas de unos a otros, pero el resumen es que me quedaban lejos porque era mujer.

En ese sentido se me atribuía más el lado creativo en uno de los medios, excluyéndome de todo lo técnico y del trato directo con los protagonistas. En otro medio se entendía que tenía que ocuparme yo del lado femenino del deporte, también alejándome de los protagonistas masculinos. Hay muchos ejemplos y anécdotas que lo corroboran. Pero insisto en que creo que, en general, directamente no creo que

sean conscientes de este paternalismo y esta discriminación. Era muy natural y estaba disuelto en el ambiente.

2. Son muchas las mujeres que se han incorporado al periodismo deportivo en los últimos años, ¿qué oportunidades pueden ofrecer las féminas a este ámbito que no aporten los hombres? Y, en consecuencia, ¿crees que existen debilidades a la hora de ver a mujeres trabajando en el periodismo deportivo?

Siempre intento defender que creo que, tanto hombres como mujeres, podemos ofrecer lo mismo. Que, al final, es cuestión de profesionalidad. Aunque sí es cierto que muchas mujeres aportan un lado humano al periodismo que, en general, no se encuentra en el periodismo realizado por hombres. Pero generalizar, al final, nos condena y no nos habla de realidades. Y yo creo que la realidad es que todos podemos aportar muchas cosas, y va a depender de nuestras aptitudes que sean más interesantes o menos en relación con nuestro trabajo.

Con respecto a la segunda pregunta, puedo contar una anécdota muy ilustrativa. Estudiando el máster de Periodismo Deportivo, acudió a darnos una clase el periodista Siro López. No es conocido precisamente por su feminismo y, en la ronda de preguntas, quise saber qué opinaba de la irrupción de la mujer en el mundo del periodismo deportivo. De su respuesta políticamente correcta y previsible, siempre destaco que dijo algo como “Las mujeres pueden aportar casi lo mismo que los hombres. Excepto narrar partidos: tienen una voz muy aguda y resultaría desagradable para algunos oídos.”

3. El deporte femenino viene siendo el gran olvidado por parte de los medios de comunicación, ¿a qué crees que se debe?

Falta de público. Es triste, pero es verdad. El deporte femenino vende muchísimo menos que el masculino y los consumidores de deporte aún están familiarizándose con la irrupción de la mujer deportista profesional.

Dentro de esta generalización también hay matices: no es lo mismo hablar de fútbol femenino que de rugby femenino. Si de por sí, los deportes minoritarios tienen mucho

menos públicos que los deportes principales, si lo practican mujeres, mucho peor. Las mujeres deportistas de deportes minoritarios sufren mucho más a la hora de encontrar patrocinadores como para poder vivir del deporte. Mucho más que sus colegas hombres.

En el caso del fútbol, la distancia entre futbolistas hombres y futbolistas mujeres ya es totalmente abismal. Ellas mismas reconocen que no pretenden ganar lo mismo porque saben que no generan lo mismo. Estamos en ese proceso de captar fieles e invitarles a quedarse. No es una tarea fácil.

4. Siempre has reivindicado el papel de la mujer en todos sus ámbitos y en tu etapa en Betis TV quisiste dar visibilidad al deporte femenino en televisión. ¿Cómo surgió la idea de En Femenino? ¿Conseguiste tu propósito de dar a la mujer el lugar que merece en los medios?

Para que En Femenino viera la luz, de primeras, tuve que lidiar con que tuviera una sección “para mujeres”. Cuando oferté la idea de crear el programa que hablara fundamentalmente del área femenina del Real Betis Balompié, añadí que podíamos ayudar a dar visibilidad a mujeres deportistas profesionales de otros ámbitos. Pero tuve que consentir que el programa tuviera un último bloque sobre “salud y belleza” femenina. Se entendía en aquella directiva de la RTV (que no es la actual) que el público que iba a tener En Femenino era eminentemente femenino. Y eso, a mi parecer, es un error. El deporte femenino lo consumen hombres y mujeres, y darle hueco en los medios enfocándolos a un grupo solo de su afición es restar demasiado a un ámbito ya con poco público.

Conseguí lo que me propuse, sí. Hice En Femenino en versión TV y en versión radio. Pero, por desgracia, ni pude llevarlo a cabo de la forma en que me hubiera gustado ni durante el tiempo necesario. Mientras estuve allí no pude tomar decisiones y, después de irme, el programa cambió radicalmente.

5. Una vez tu etapa en el canal televisivo verdiblanco finalizó, apareció De Tacón, un medio donde se habla exclusivamente del fútbol femenino. ¿Cómo nació esta plataforma? ¿Cómo fue el proceso de creación?

La idea estaba en mi cabeza de forma perenne desde que salí de RTV Betis. Tenía claro que no quería hacer otra cosa que no fuera esa. Lo hablé con mi entonces compañera del máster y ahora mi socia, Ada Peña, y nos lanzamos al vacío. Le dedicamos muchísimas horas antes de que viera la luz. Reuniones con los clubes, análisis de viabilidad. Spoiler: no es viable, aún después de 4 años. Pero es nuestra pasión.

Para llevarlo a cabo de forma legal, nos asesoramos en el servicio de Ventanilla Única del Ayuntamiento de Sevilla para crear la sociedad, ya que cuando ambas estudiamos la carrera no existía ninguna asignatura que asesorara en la creación de empresas y en ser emprendedor.

6. ¿Cuál fue la motivación que te llevó a crear un medio donde exclusivamente se hablara de fútbol femenino? ¿Qué ofrece De Tacón que no puedan ofrecer otros medios?

La motivación fue precisamente que no había nadie que lo hiciera entonces. Por suerte, cada vez hay más portales web dedicados al futfem. Pero entonces no había casi nada. A modo local 100% no había nada y teníamos un equipo en Liga Iberdrola y a otro a punto de ascender para aquel entonces. Mucha calidad y muy poca voz. Decidí darles, a priori, un altavoz a los equipos femeninos sevillanos. Ahora, con ambos equipos asentados en Primera, salen más informaciones en periódicos locales. Pero entonces era una “pérdida de espacio”.

Ahora es más difícil diferenciarse. Estamos en una etapa de cambio y desarrollo, encontrando nuestra propia identidad. Nos hemos expandido al territorio nacional teniendo la veracidad y la información fundamental como bandera, además de tratar siempre de acercar a las jugadoras a la afición.

7. ¿Crees que a partir de la creación de un medio como De Tacón, dirigido por mujeres, la presencia de las periodistas en los medios deportivos aumentará?

No lo creo del todo. Es más común encontrarte mujeres periodistas en el futfem. Es una tendencia. Pero el gran obstáculo sigue siendo realmente ese campo dominado por hombres, el deporte masculino. Para las mujeres sigue siendo difícil abrirse paso ahí dentro. Hay que tener mucha suerte, muchos contactos o mucho físico y encontrarte con uno de estos medios que buscan mujeres normativas para ponerlas en un rincón. Esas son las opciones más reales. Hay muchas mujeres capaces y con mucho talento que no están encontrando sus caminos. Pero estamos en esta transición y tenemos que derribar el techo de cristal cuanto antes.

8. Además de De Tacón, existen algunos otros medios dedicados a la información deportiva femenina, como es la revista *Líderas*. En tu opinión, ¿qué más se necesita para lograr la equidad entre hombres y mujeres deportistas en cuanto a la cobertura de los medios de comunicación?

La equidad nos queda muy lejos. Lo único que pido a día de hoy es justicia informativa. Se sigue dando prioridad a noticias muy poco relevantes en los medios, antes que a noticias muy prioritarias del deporte femenino. Es una norma: hombres antes que mujeres. Por eso desconocemos tantísimas cosas del deporte femenino, pero sí sabemos el peinado de Cristiano, aunque ya ni juegue en nuestra liga.

Es cuestión de prioridades para los medios, en lugar de ser justos. Se necesitan directivos capaces de arriesgar y comenzar a dar la visibilidad que se merecen las deportistas profesionales, a expensas de que puede salir mal económicamente hablando. Prueba-error.

9. Según datos del Consejo Superior de Deporte, el fútbol es el deporte predominante en nuestro país, pero la sociedad muestra interés en el deporte practicado por hombres, dejando a un lado el que practican las mujeres. ¿Crees que el dar más visibilidad a deportes femeninos aumentará el interés de la ciudadanía hacia estas disciplinas deportivas? ¿Por qué?

Creo que puede ser probable. No te diría que 100% sí. Pero la sociedad es muy educable y consume lo que le ofreces. Si al final, todos los medios aumentan considerablemente las noticias sobre fútbol femenino, la sociedad se va familiarizando

con sus nombres, con los equipos, con sus normas. Y poco a poco va picando el gusanillo y creando nuevos adeptos. Como te decía antes, es cuestión de hábitos. Y nos solemos habituar a lo que se le da voz. Pero ni es fácil, ni todos los aficionados entrarían por el aro.

10. Como creadora de un medio, eres la directora del mismo. ¿Cuál es tu opinión acerca del techo de cristal? ¿Crees que de haber seguido trabajando para algún otro medio hubieses tenido posibilidades de alcanzar los puestos de responsabilidad?

Creo que rotundamente no habría alcanzado puestos de responsabilidad. Al menos, no en los sitios donde he trabajado. No había (y sigue sin haber) ninguna mujer en puestos de responsabilidad. Queda muchísimo para eso, aunque es probable que sí las haya en otros sitios.

De todas formas, yo soy muy joven y, aunque haya rellenado mucho el currículum y muy pronto, sigo necesitando muchísima experiencia que me estoy perdiendo por no poder trabajar para otros medios y no poder vivir del periodismo. Para mí, vivir del periodismo es una utopía que quién sabe si alguna vez podré conseguir.

Y, como ves, apenas puedo aspirar a vivir de mi profesión, como para plantearme tener un puesto de responsabilidad en una empresa ajena a la mía. El techo de cristal está aún muy lejos y sigue siendo muy resistente. Pero nosotras lo somos más. Aunque es difícil y cueste concentrarse en el objetivo con tantos obstáculos, estoy segura de que conseguiremos derribarlo en el futuro. Ojalá sea próximo.

ANEXO 2

CUESTIONARIO

Cuestionario realizado mediante *Google Formularios* a nivel nacional, difundida por *Twitter*, *Instagram* y *Whatsapp*, disponible desde el 16/04/2020 hasta 20/04/2020, realizada por 540 personas.

- 1) Edad
 - a) Menor de 18
 - b) 18-25
 - c) 26-40
 - d) 40-55
 - e) Mayor de 55
- 2) Sexo
 - a) Hombre
 - b) Mujer
- 3) ¿Con qué frecuencia consume información deportiva?
 - a) Diariamente
 - b) Semanalmente
 - c) En ocasiones
 - d) Pocas veces
 - e) Nunca
- 4) ¿A través de qué medio suele informarse de la actualidad deportiva?
 - a) Televisión
 - b) Radio
 - c) Prensa escrita
 - d) Redes sociales
 - e) No consumo prensa deportiva
- 5) ¿Cree que el lugar que ocupa la mujer en el periodismo deportivo está a la sombra del ocupado por el hombre?
 - a) Si
 - b) No

- c) Es indiferente
- 6) En su opinión, ¿tiene la mujer menos oportunidades de alcanzar un puesto de responsabilidad respecto al hombre?
- a) Sí
 - b) No
 - c) El sexo es indiferente
 - d) NS/NC
- 7) La mayoría de la población sería capaz de nombrar al menos a 5 periodistas deportivos masculinos, ¿sería capaz de hacerlo con 5 mujeres?
- a) Sí
 - b) No
- 8) Si ha marcado sí en la pregunta anterior, nombre al menos a 3 mujeres que se dediquen al periodismo deportivo.
- 9) En su opinión, ¿son o han sido los estereotipos de géneros un lastre para aquellas mujeres que quisieran dedicarse al periodismo deportivo?
- a) Sí
 - b) No
 - c) Es indiferente
- 10) ¿Crees que el deporte femenino debería tener más cobertura por parte de los medios?
- a) Sí
 - b) No

RESULTADOS DEL CUESTIONARIO

Figura 1. Se corresponde con la primera pregunta, donde se preguntaba acerca de la edad de los encuestados. Los mayores de 55 se corresponden con el 17.8%. El 35.6% de quienes respondieron se encuentran entre los 40 y los 55 años. El grupo de edad entre los 26 y los 40 años se corresponde con un 14.8%. El 29.1% respondió que su edad estaba entre los 18 y los 25 años; los menores de edad se corresponden con un 2.7%.

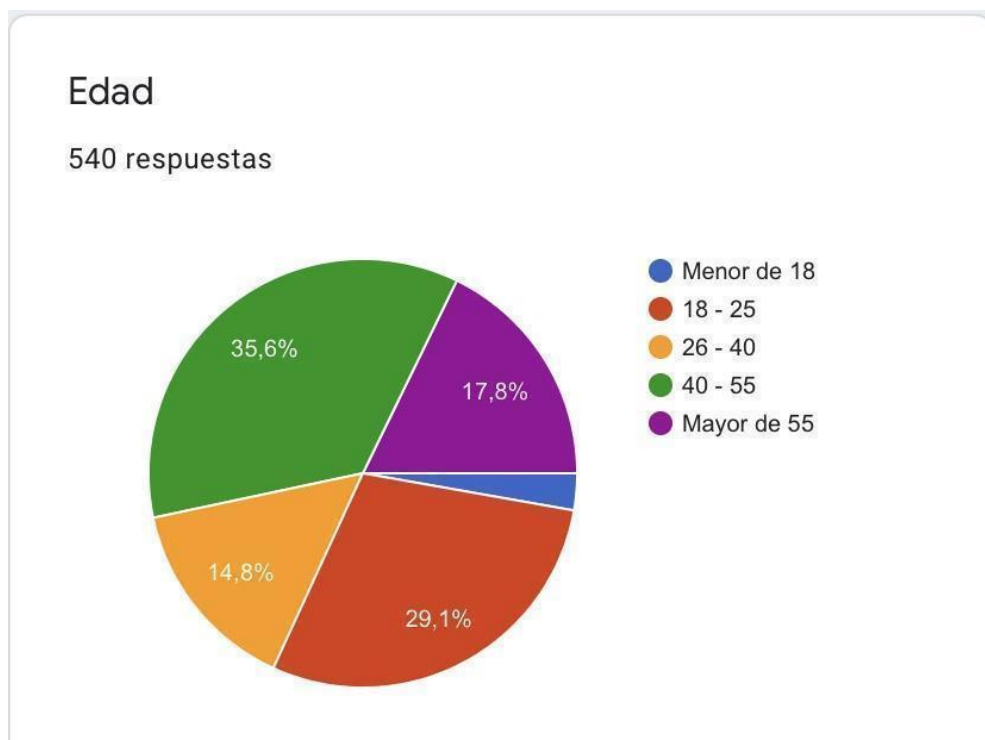


Figura 1. Rango de edad.

Figura 2. Cuestión acerca del sexo de los encuestados. En torno a 7 de cada 10 personas de las que respondieron al cuestionario son mujeres, siendo hombres alrededor de un 30%.

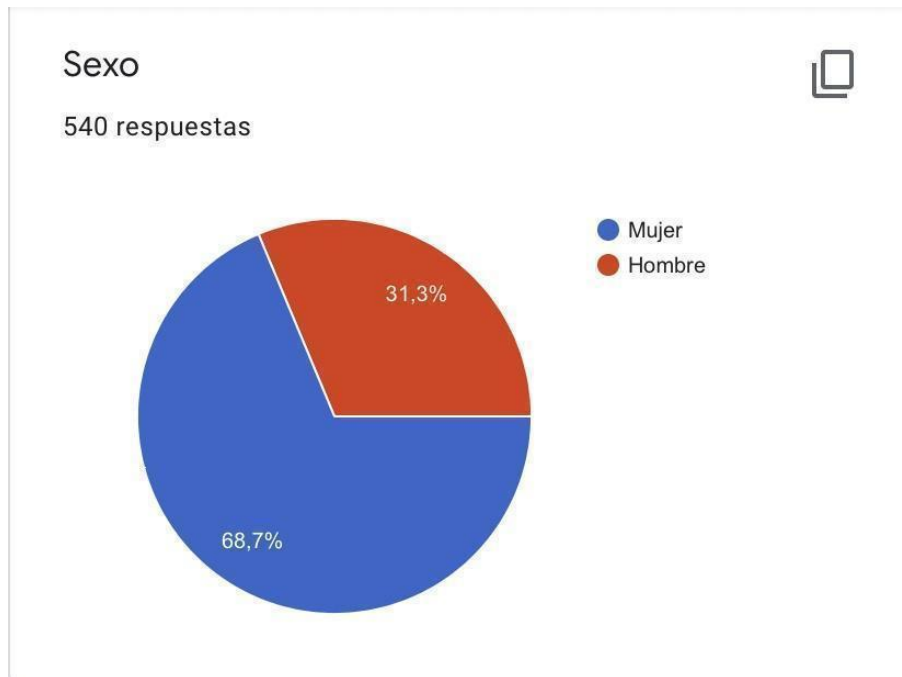


Figura 2. Distinción por sexo.

Figura 3. Esta pregunta recoge la frecuencia con la que los encuestados consumen información deportiva. El 38% de los encuestados reconocen informarse diariamente acerca de la actualidad deportiva. Semanalmente lo hace el 12%, en ocasiones un 19.6% y pocas veces un 21.3%. El 8.7% no consume información deportiva.

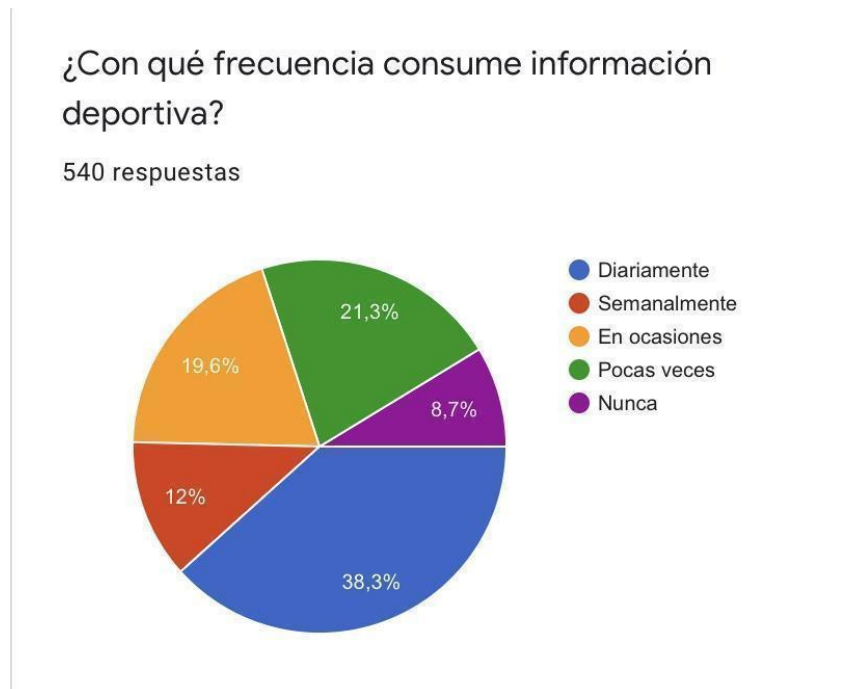


Figura 3. Frecuencia de consumo de información deportiva.

Figura 4. Relacionado con la pregunta anterior y en un formato de múltiples respuestas, los encuestados utilizan la televisión y las redes sociales, en este orden, para consumir información deportiva. La prensa escrita es el medio menos recurrente, precedido por la radio.

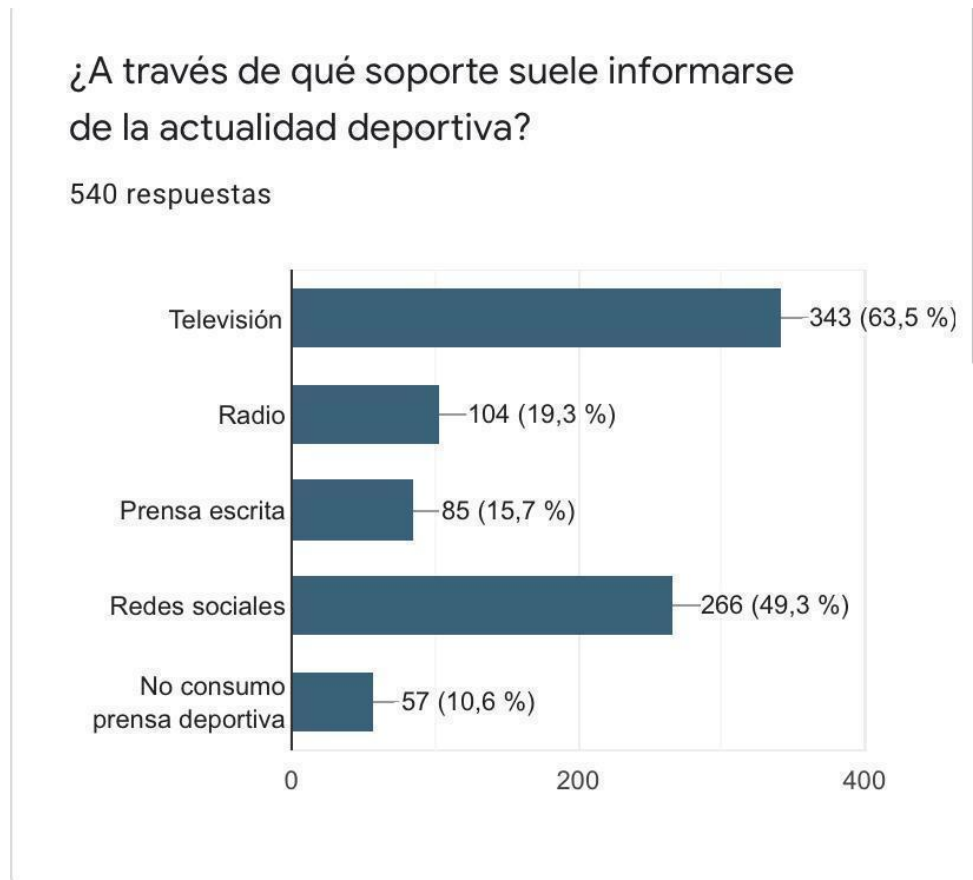


Figura 4. Medios a través de los cuales se informa acerca de la actualidad deportiva

Figura 5. La pregunta pretende buscar si los encuestados consideran que las mujeres tienen una posición secundaria con respecto a los hombres en el ámbito deportivo. En torno a 3 de cada 4 encuestados opinan que sí; un 20% de la población encuestada cree que no y para un 6.7% es indiferente.

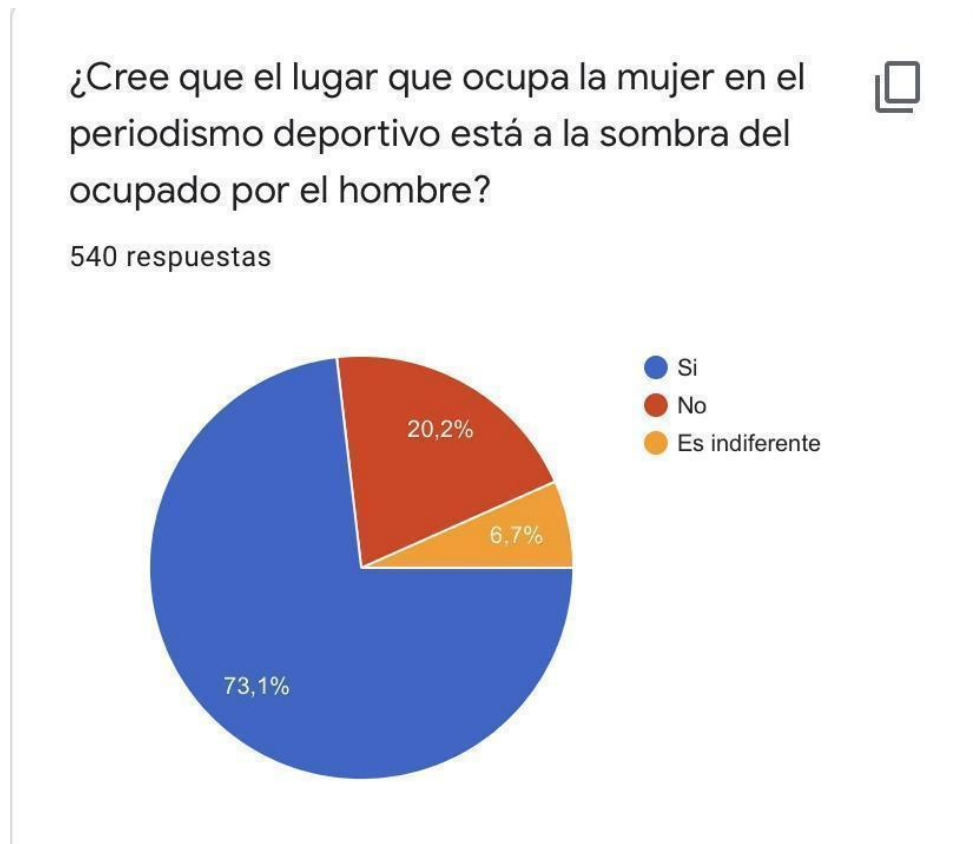


Figura 5. ¿Está la mujer a la sombra del hombre?

Figura 6. Relacionado también con el papel de la mujer en el ámbito periodístico deportivo, encontramos que más del 70% cree que la mujer encontrará más dificultades a la hora de alcanzar un puesto de responsabilidad por el simple hecho de ser mujer, mientras que el 13% que no cree que esto sea así y, en torno al 10% consideran que el sexo es indiferente a la hora de lograr estos puestos. Un 5.4% no sabría qué responder a esta pregunta.

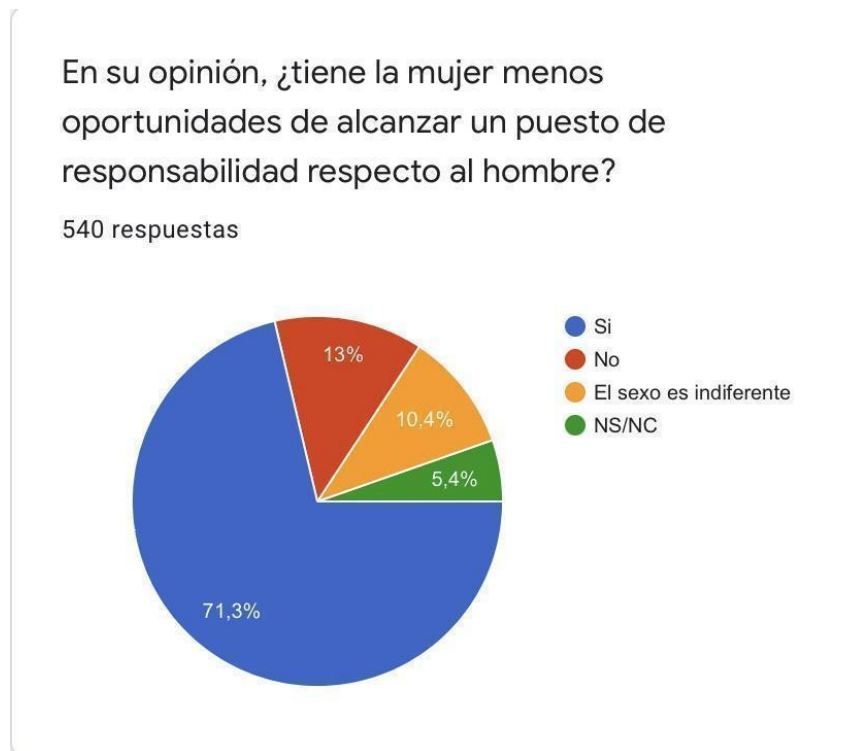


Figura 6. Posibilidades de alcanzar puestos de responsabilidad por parte de las mujeres.

Figura 7. En esta cuestión vemos como casi el 90% de la población no es capaz de reconocer a 5 periodistas deportivas, a pesar de que la incorporación de las periodistas deportivas a la prensa deportiva convencional se ha normalizado.

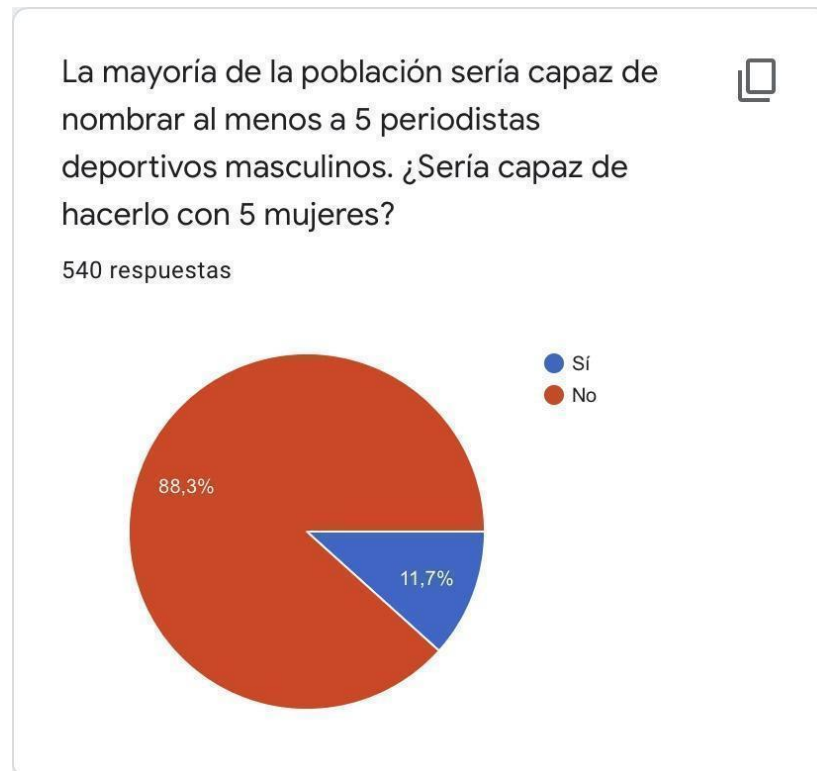


Figura 7. Posibilidad de los encuestados de nombrar a 5 periodistas deportivas.

Figura 8. Esta cuestión iba dirigida a aquellas personas que respondieron sí en la figura 7. Las periodistas más nombradas han sido Sara Carbonero y Susana Guasch.

Si ha marcado "sí" en la pregunta anterior, nombra al menos a 3 mujeres que se dediquen al periodismo deportivo.

65 respuestas

Danae Boronat, Natalia Arroyo y Cristina Bea

Maria Escario, Sara acarbonero, Melissa Himenez

OlgaViza-Maria Escario-Susana Guas-Garcia Campos.

Sara Carbonero, Susana Guasch, Lucía Villalón

Susana wash, Sara carbonero y Lucia villalon

Izaskun Ruiz, Danae Boronat, Noemí De Miguel

Susana guash, leire barriocanal y Isabel forner

Sara Carbonero, Ángela Lerena, Carolina Guillén

Silvia Barba// Susana Guasch// Helena Condis

Figura 8. Nombre de las 5 periodistas deportivas recordadas por los encuestados.

Figura 9. Una abrumadora mayoría de los encuestados, un 85%, cree que los estereotipos de género son un obstáculo para las mujeres que quieren dedicarse al periodismo deportivo. Para un 5% esto es indiferente y en torno al 10% opinan que los estereotipos de género no han sido un lastre.

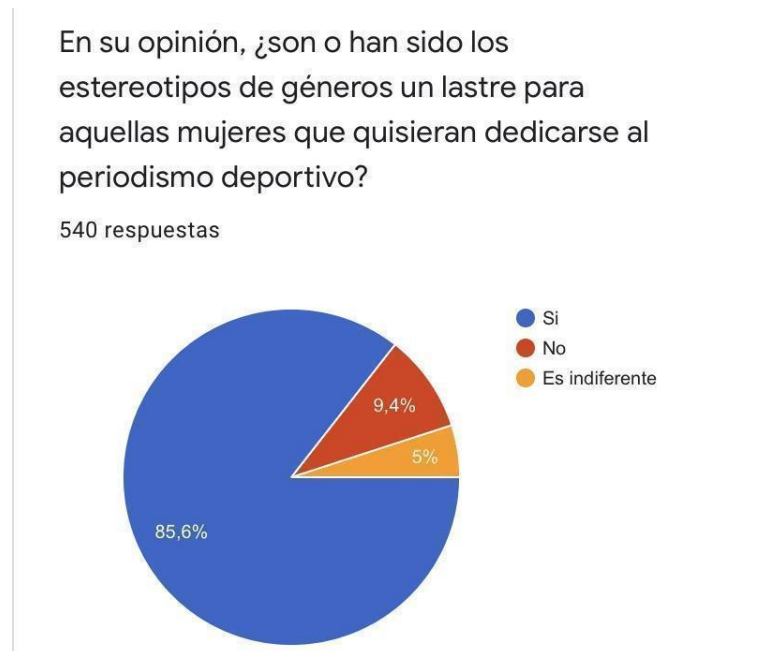


Figura 9. Estereotipos de géneros.

Figura 10. En relación a la cobertura que debería tener el deporte femenino en los medios de comunicación, un 96.1% de los encuestados contesta que debería tener más cobertura.

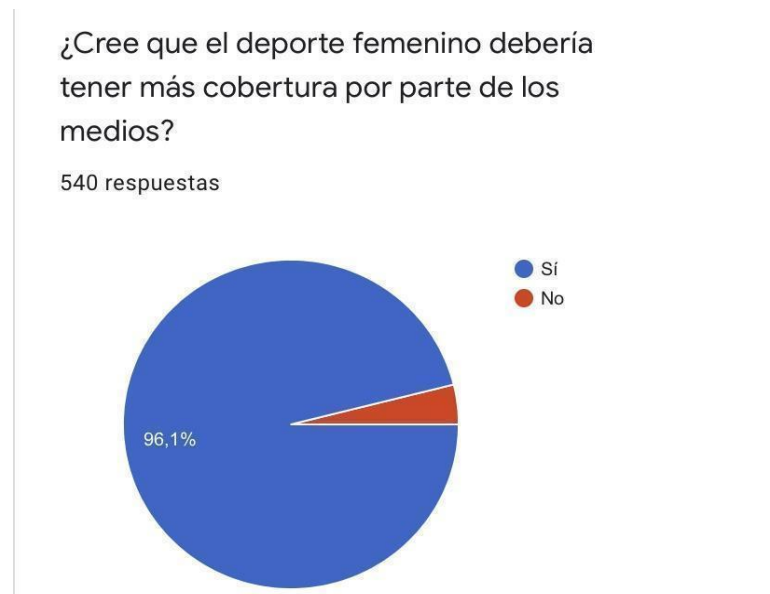


Figura 10. Cobertura del deporte femenino en medios.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

ÁNGULO RINCÓN, L. Y MORENO CANO, A. (2016) *Periodismo Deportivo: El fútbol es el rey*. Revista Luciérnaga Comunicación, ISSN 2027-1557, 8(16), págs. 10-26.

ARANGO FORERO, G. (2005) *Siglo XXI: hacia una nueva deontología del periodismo deportivo*, Revista Palabra Clave, ISSN 0122-8285, nº 13, 2005.

Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana. Proyecto Monitoreo Global de Medios (2015). Recuperado de:

<http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>

BERASATEGUI, M. L. (2000) *Datos para la historia de la prensa deportiva en Cataluña*. Revista General de Información y Documentación, 10(1), págs.153-169.

CALVO ORTEGA, E. (2014). *La representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión*. Journal of Communication, ISSN 2172-9077, Nº8, págs. 111-129.

CARBALLAR DURÁN, O. (2015) *La situación de las mujeres periodistas en Sevilla durante el franquismo y la incipiente democracia (1939 – 1981)* (Tesis Doctoral). Universidad de Sevilla.

CASTILLA, A.; LINARES, E. (2015). *El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo* (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Sevilla. Sevilla. Departamento de Periodismo II.

Centro de Investigaciones Sociológicas (2010). Hábitos Deportivos en España IV. Estudio 2833, marzo-abril 2010.

CHICA, M.A. (23 de diciembre de 2017). Concepción Arenal, una revolucionaria feminista nacida en 1820. *Eldiario.es*. Recuperado de

https://www.eldiario.es/cantabria/cantabrosconhistoria/Concepcion-Arenal-comienzo-revolucion_6_720987896.html

Consejo Audiovisual de Andalucía (2008) *Informe del Consejo Audiovisual del Parlamento de Andalucía. Capítulo 3.4.4. Género y deporte en televisión.* https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/iii_memoria_2008_caa.pdf

Consejo Superior de Deportes (CSD) (2018) “Memoria 2018 – Deportistas”. Recuperado de <https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2019-07/Deportistas%202018.pdf>

Consejo Superior de Deportes (CSD) (2018) “Memoria 2018 – Resumen General”. Recuperado de <https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2019-07/Resumen%20general%202018.pdf>

Consejo Superior de Deportes: *Solo Deporte Femenino. SDF TV y SDF Radio.* Recuperado de <https://www.csd.gob.es/es/mujer-y-deporte/actividades-en-relacion-con-mujer-y-deporte/solo-deporte-femenino-sdf-tv-y-sdf-radio>

COVARRUBIAS, R. (2009), “*El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco*”. Revista Razón y Palabra, ISSN 1605-4806, 14(69).

DÍAZ DOMÍNGUEZ, P. (2013) *Cómo ser mujer y periodista en Huelva. Un repaso a las pioneras del periodismo onubense (1900 – 1985)*. Asociación de la Prensa de Huelva.

DÍAZ FERNÁNDEZ, P. (2005) *La dictadura de Primo de Rivera. Una oportunidad para la mujer*. Espacio, Tiempo y Forma, Serie V, Historia Contemporánea, ISSN 1130-0124, 2005, págs. 175-190.

EFE (6 de septiembre de 2015). María Escario: “Solo he pretendido ser honesta delante y detrás de la cámara”. *EFE*. Recuperado de <https://www.efe.com/efe/espana/gente/maria-escario-solo-he-pretendido-ser-honesta-delante-y-comunicación-de-la-camara/10007-2705181>

E.P. (24 de diciembre de 2009). Adriana Lima y Marco Jaric fichan por el Real Madrid. Cadena ser. Recuperado de https://cadenaser.com/ser/2009/12/24/sociedad/1261624407_850215.html

FERRERO, C. (30 de junio de 2015) “No creo que Del Bosque le diga a Ramos ‘sé un hombre y ponme un gintonic’”. *El País*. Recuperado de <https://smoda.elpais.com/moda/no-creo-que-del-bosque-le-diga-a-ramos-se-un-hombre-y-ponme-un-gin-tonic/>

GARCÍA GÓMEZ, E. (2017). *La presencia de la mujer en el periodismo deportivo* (Trabajo Fin de Grado). Universitat Oberta de la Catalunya. Barcelona.

GARCÍA MESEGUER, Á. (1994). *¿Es sexista la lengua española? Una investigación sobre el género gramatical*. Paidós Ibérica. Barcelona.

GARCÍA MUÑOZ, T. (2003). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*. Universidad Santa Ana (Almendralejo).

GARCÍA, Y. (21 de febrero 2019). Susana Guasch: “No elegiría esta profesión ahora mismo”. *Yeraigarcia.com* <https://www.yeraigarcia.com/single-post/2019/02/21/Susana-Guasch-No-elegir%C3%Ada-esta-profesi%C3%B3n-ahora-mismo>

GÓMEZ COLELL, E.; MEDINA BRAVO, P.; RAMÓN, X. (2017): *La presencia invisible de la mujer deportista en la prensa deportiva española. Análisis de las portadas de Marca, As, Mundo Deportivo y Sport (2010 – 2015)*. Estudios sobre el mensaje periodístico. ISSN-e 1134-1629, N° 23, págs. 793-810.

FERNÁNDEZ, Y. (2019): Carmen de Burgos, la primera periodista española y feminista olvidada. *Informauva.com* Recuperado de <http://www.informauva.com/carmen-de-burgos-la-primer-periodista-espanola-y-feminista-olvidada/>

Informe del Consejo Audiovisual del Parlamento de Andalucía. Estudio sobre Género y Deporte en Televisión. https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/estudio_sobre_gxnero_y_deporte_en_televisixn_2008.pdf

Instituto de la Mujer (2006): *Actitudes y Prácticas Deportivas de las Mujeres en España (1990 – 2005)*. ISBN: 84-7799-993-7. Rumagraf, S.A. Madrid.

Instituto Nacional de Estadística (2019): *Graduados según nivel educativo. Pruebas de acceso a la universidad. Estudiantes matriculados en la educación universitaria*. Recuperado de https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481211&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalle¶m3=1259924822888

LI, Y. (2014). *Estudio del tratamiento del concepto de imparcialidad en las noticias relacionadas con el fútbol en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport*. (Trabajo Fin de Máster). Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.

LUCAS, S. (23 de marzo de 2015): Entrevista a Silvia Barba periodista deportiva de TVE. *Lo que tus ojos no ven: Más allá de lo que tú sabes del fútbol*. <https://www.google.es/amp/s/silvialucas3.wordpress.com/2015/03/23/entrevista-a-silvia-barba-periodista-deportivo-de-tve/amp/>

MACÍAS MORENO, V. (1999). *Estereotipos y deporte femenino. La influencia del estereotipo en la práctica deportiva de niñas y adolescentes*. (Tesis doctoral). Universidad de Granada, Granada.

OTERO CARVAJAL, L.E. (2003). *Deporte en el nacimiento de la sociedad de masas. La socialización del deporte como práctica y espectáculo en la España del primer tercio del siglo XX*. Cuadernos de Historia Contemporánea. ISSN: 0214-400X. págs. 169-198.

PASTOR, N. (03 de marzo de 2020) Que hace una voz como tú, en un partido como este. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20200303/473906578618/danae-boronat-primera-mujer-narradora-futbol-laliga-santander-laliga-eslaliga-brl.html>

PEDRAZA BUCIO, C. I. (2012). *Mujeres en el periodismo deportivo: Reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes*. Derecho a comunicar. Nº4, págs. 46-69.

PLANAS, M. Machismo y periodismo deportivo, *Number 1 Sport* <http://www.number1sport.es/los-blogs-opina/machismo-y-periodismo-deportivo-2/>

PUELLES, M. (17 de enero de 2020). Paloma del Río: “El periodismo deportivo tiene un barniz masculino machista que no termina de quitarse”. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/television/20200117/472075791984/entrevista-paloma-del-rio-periodista-deportivo-rtve-machismo.html>

RAMOS, A. B. (26 de mayo de 2019). Danae Boronat: “En el periodismo deportivo el techo no es de cristal, es de hormigón armado”. *El Independiente*. Recuperado de <https://www.elindependiente.com/tendencias/2019/05/26/danae-boronat-en-el-periodismo-deportivo-el-techo-no-es-de-cristal-es-de-hormigon-armado/>

RIANDE, C. (24 de julio de 2019). Olga Viza: “La información es un acto de amor hacia el deporte”. *Mundo Esférico*. Recuperado de <http://mundoesferico.com/2019/07/24/olga-viza/>

ROBLES, B. (2011). *La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico*. Revista Cuicuilco, 18(52), 2011, págs. 39-49.

ROCHE DÍEZ, E. (2015). *Los estereotipos de géneros en la programación televisiva que ven los adolescentes*. (Trabajo Fin de Máster). Universidad de Cantabria, Cantabria.

ROJAS TORRIJOS, J.L. (2010). *La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista*. Vivat Academia. ISSN-e 1575-2844, Nº 113, págs. 1-15.

SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR C., (2013a). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación – Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. Tesis Doctoral. Universidad Carlos III de Madrid, Madrid.

SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, C. (2013b) *Orígenes de la prensa diaria deportiva: El Mundo Deportivo*. Materiales Para la Historia del Deporte, Nº 11, págs. 7-27.

SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, C. (2014). *El género de los protagonistas en la información deportiva (1979-2010): noticias y titulares*. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 20(2), págs. 1225-1236.

SÁNCHEZ, A. (11 de febrero de 2017). En el periodismo la mujer se reivindica con su trabajo diario. *El Confidencial Digital*. Recuperado de <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/medios/periodismo-mujer-reivindica-trabajo-diario/20170210210528084387.html>

SARRIÓ, M., RAMOS, A., BARBERÁ HEREDIA, E., CANDELA, C. (2002) “Más allá del techo de cristal”, *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, ISSN 1137-5868 Nº 40, 2002, págs. 55-68.

SDF: *Sólo deporte femenino*. (2014) Recuperado de <https://europeamedia.es/europea-radio/sdf-solo-deporte-femenino-10-iv-14>

Sport Vosotras RTVE (24/01/2020): Revista *Líderas*. Recuperado de https://mediavod-lvlt.rtve.es/resources/TE_SSPVOSO/mp3/3/4/1453498836043.mp3

SUÁREZ, O. (31 de julio de 2019). Mari Carmen Izquierdo, uno de los nuestros. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/deportes/mas-deporte/2019/07/30/5d407277fdddf60758b45ce.html>

TarracoSport (Febrero 2020). Danae Boronat, corazón grana. *TarracoSport*. Recuperado de <https://tarraco.esport.blogspot.com/2020/02/danae-boronat-corazon-grana.html>

VIRUÉS AZAUSTRE, F. (2016). *Análisis del funcionamiento y tratamiento de la información en los medios deportivos*. (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Sevilla, Sevilla.

VIZA, O. (31 de julio de 2019). Mari Carmen Izquierdo, la primera. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/deportes/2019/07/30/actualidad/1564506114_256902.html

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Asociación de la Prensa de Madrid. *Informe Anual de la profesión periodística 2018*. Recuperado de https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2019/07/Informe-profesi%C3%B3n-2018_baja.pdf

BENGOCHEA, M.. y CALERO, M. L. (2003) *Guía de Estilo 2. Sexismo y redacción periodística*. Valladolid, Dirección General de la Mujer e Igualdad de Oportunidades. Junta de Castilla y León.

CASTRO GARCÍA, M.I. (2019). *El papel de la mujer en los programas deportivos radiofónicos*. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

CORNEJO CÓMEZ, G. (2014). *El deporte femenino y la mujer periodista en la prensa especializada* (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Sevilla, Sevilla.

ESPINAR, E. (2009) *Infancia y Socialización. Estereotipos de géneros*. Revista Padres y Maestros. ISSN-E 2255-1042, Nº 326, págs. 17-21.

FERNÁNDEZ PORTA, E. (2017). *“El papel de las mujeres en el periodismo y los medios de comunicación”*.

<https://www.bsm.upf.edu/es/noticias/mujeres-periodismo-medios-comunicación>

GARCÍA CARIDAD, J. F. (2015): *Consumo de información deportiva en radio: El caso de Radio Marca*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

GÓMEZ-PERRER MORANT, G. (2015). *Las primeras alcaldesas de España. El acceso de la mujer a los poderes públicos*. <http://www.cervantesvirtual.com/obra/las-primeras-alcaldesas-de-espana-el-acceso-de-las-mujeres-a-los-poderes-publicos-888703/>

LOSCERTALES, F. y NÚÑEZ, T.(2008) *Los medios de comunicación con mirada de género*. Instituto Andaluz de la Mujer. Sevilla

LOSCERTALES, F. y NÚÑEZ, T. (2007) *La mirada de las mujeres en la sociedad de la información*. Editorial Visión Libros.

MIGUEL, C. (6 de abril de 2016) *Mujeres y dictadura franquista: la historia silenciada*. *Eldiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/contrapoder/mujeres_dictadura_franquista_6_502609735.html

PALLÁS, J. J. (16 de diciembre de 2019): *Periodistas deportivas*. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/deportes/20191216/472247354638/mujeres-periodistas-deportivas-futbol-machismo.html>

PANIAGUA, P. (2009) *Cultura y guerra del fútbol. Análisis del mensaje informativo*. Editorial UOC, Barcelona.

PESCHIERA CHANAMÉ, L. (2016) *El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo*. *Correspondencia & Análisis*. Nº 6, págs. 185-196. Universidad de San Martín de Porres (Perú).

ROJAS TORRIJOS, J.L. (2014) *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. *Correspondencias & Análisis*, Nº 4, págs. 177-190.

ROMÁN SAN MIGUEL, A. (2018). *Las mujeres en el periodismo deportivo: fuera del imaginario común*. En T. Núñez Domínguez, A. Míguez Salas (Ed.), *Re-creando imaginarios: actas "cine, deporte y género"*: Seminario internacional, págs. 48-57. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla, Servicio de la Mujer.

