

EL DEPORTE FEMENINO Y LA MUJER PERIODISTA EN LA PRENSA ESPECIALIZADA.

ESTUDIO DE CAMPO: "MUNDO DEPORTIVO" Y "ESTADIO
DEPORTIVO", LONDRES 2012.



GONZALO CORNEJO GÓMEZ

TRABAJO DE FIN DE GRADO

TUTORA: IRENE TENORIO VÁZQUEZ

ÍNDICE

RESUMEN	5
1.-INTRODUCCIÓN	6
2.-OBJETIVO	6
3.-HIPÓTESIS DE PARTIDA	7
3.1.-Hipótesis de partida	7
4.-METODOLOGÍA	7
4.1.-Criterios del objeto de estudio	7
4.2.-Método de análisis	9
4.3.-Proceso de investigación llevado a cabo	9
4.4.-Herramientas metodológicas	11
5.-LA MUJER EN LAS OLIMPIADAS	11
6.-CONTEXTO SOCIO-CULTURAL ACTUAL	13
7.-CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS	15
7.1.-El código de la FAPE	15
8.-LOS ESTEREOTIPOS	16
9.-ROLES DE GÉNERO Y REPRESENTACIÓN SOCIAL	17
10.-MUESTRA	19
11.-RESULTADOS	20
11.1.-Mundo Deportivo	20
11.2.-Estadio Deportivo	28
12.-COMPARACIÓN	33
13.-DISCUSIÓN	34
14.-CONCLUSIONES	39
BIBLIOGRAFÍA	40

RESUMEN

La investigación abarca cómo ha evolucionado el protagonismo de la mujer deportista y la mujer periodista antes, durante y después de los Juegos Olímpicos de Londres 2012, en un periodo de 3 meses y donde, desde la perspectiva española, las deportistas tuvieron un gran protagonismo.

La imagen del cuerpo femenino, la relación de las mujeres con ésta por una parte y con el deporte por otra, también están determinadas por estereotipos que aún se mantienen a pesar del avance de la mujer en casi la totalidad de las actividades. Los estereotipos y patrones culturales marcan ya un condicionante respecto a las niñas desde la infancia más temprana y hacen que se vayan cultivando las identidades en ambos sexos.

Por lo anterior, se espera de las mujeres una diferencia en cuanto a rendimiento, expectativas de éxitos, competencia, entrenamiento, y por el contrario, mayor aptitud para la creatividad e intelectualidad, y la sensibilidad.

Londres 2012 marcó un punto de inflexión en el deporte femenino. Las mujeres conquistaron 11 de las 17 medallas de España –el 65% de podios– a pesar de que sólo representaron el 40% de la delegación: 112 por 166. Pese a los grandes resultados, la representación del deporte femenino en la prensa deportiva sigue siendo desigual.

Palabras clave mujer, deporte, desigualdad, Juegos Olímpicos, Mundo Deportivo, Estadio Deportivo.

1.- INTRODUCCIÓN

La mujer tiene una gran importancia en el deporte español y es más visible que nunca desde que se celebrasen los Juegos Olímpicos de Londres 2012, con los numerosos triunfos de las deportistas. Desde Londres hasta nuestros días, estas mujeres son las que mejor representan, en cuanto a triunfos, nuestro deporte y han dado un golpe en la mesa. Algunas de ellas, como Mireia Belmonte, han reclamado una mayor cobertura al ámbito femenino, haciendo declaraciones tan contundentes a los medios como que "importa más el pelo de Sergio Ramos que mis medallas". También, como nombres propios, hay que destacar a Carolina Marín, Ruth Beitia, Laia Sanz o, en lo colectivo, la selección de balonmano o de baloncesto, reciente subcampeona del mundo.

Pero no sólo en el deporte existe esta infrarrepresentación, sino que el bajo retrato femenino en las redacciones de la prensa especializada es un posible mecanismo de reproducción de estereotipos de género, ya que puede influir en la inhibición de temas relacionados con el género, con el objetivo de no caer en la descalificación profesional por parte de las pocas mujeres que, finalmente, han conseguido reconocimiento de sus superiores o iguales.

La prensa femenina en España o la mujer en la prensa siempre se ha relacionado con la prensa del corazón. Ya sea como protagonistas de las revistas o como lectoras. Por ello, hay que remover la conciencia de los periodistas para que incorporen a su forma de entender la realidad una nueva concepción social y moral de la relación entre hombres y mujeres y puedan así informar desde un conocimiento diferente y nuevo. Para ello, primero hay que reconocer que la situación de enquistamiento del problema es responsabilidad de todos y cada uno de nosotros, especialmente de los generadores de opinión.

2.- OBJETIVO

El propósito de esta investigación radica de la importancia que ha conseguido la mujer periodista. Para ello, se ha elaborado el estudio, a través de un análisis de contenidos, del posicionamiento de la mujer en la prensa especializada española con el propósito de conocer si la progresiva incorporación de la mujer a la vida pública y laboral y el debilitamiento de algunos estereotipos, han sido reproducidos por un tipo de medio que ofrece facilidades para dar cabida a informaciones sobre colectivos y fuentes hasta ahora infrarrepresentados, como el de las mujeres, tuvieran la oportunidad de emerger.

Esto último no estaría mal en unos momentos en los que la actividad periodística está siendo tan criticada y los medios de comunicación tan denostados. Los medios de comunicación tienen un papel social importante que no pueden ni deben hacer dejación de su responsabilidad. Son las ventanas a través de las cuales podemos ver el exterior, y deben poder ofrecernos las mejores y más profundas vistas posibles

El estudio toma como punto de partida la prensa especializada en un periodo concreto de tiempo donde la mujer fue la gran protagonista del deporte español.

3.-HIPÓTESIS DE PARTIDA

Esta investigación trata de responder a cómo ha sido la evolución del deporte femenino antes, durante y después de Londres 2012, tras los numerosos éxitos conseguidos por nuestras deportistas y de las periodistas que redactaban durante esos días las informaciones que salían a la luz en los periódicos *Mundo Deportivo* y *Estadio Deportivo*.

3.1.-Hipótesis de partida

Las noticias sobre deporte femenino son mínimas en ambos diarios porque no hay un público interesado en ellas y, sobre todo, no son económicamente rentables.

Las periodistas que trabajan en la prensa especializada, sobre todo deportiva como es el caso que nos abarca, son muy pocas. Además, suelen escribir sobre deportes que todo el mundo conoce, como el fútbol.

Los estereotipos sobre la mujer deportista existen y a grandes rasgos. Esta circunstancia provoca que la igualdad, en cuanto a sexos, sea muy difícil de conseguir.

4.-METODOLOGÍA

En este apartado expondremos cuáles fueron las técnicas necesarias y los parámetros de seguimiento para elaborar esta investigación académica, es decir, la metodología. Con la ayuda de una serie de métodos de análisis hemos tratado de extraer los datos más relacionados con nuestra investigación y así poder ratificar si las hipótesis planteamos fueron acertadas.

4.1-Criterios del objeto de estudio.

Para describir la metodología que sigue este Trabajo Fin de Grado hay que tener en cuenta la naturaleza de la línea de investigación. En este caso, se trata de la cantidad de noticias que genera o redacta una mujer dentro de dos medios de comunicación: *Mundo Deportivo* y *Estadio Deportivo*, con tiradas de 102.365 de promedio y con 18.200 respectivamente, según los últimos datos del OJD.

Se escogen estos dos periódicos por la facilidad de acceder a su hemeroteca. Además, podemos observar cuál es el protagonismo de la mujer en un diario de ámbito nacional y en otro de tirada local. *Mundo Deportivo* cuenta en su página web con una magnífica hemeroteca, donde cuenta con todos sus ejemplares desde la aparición del diario. Sin embargo, *Estadio Deportivo* la tiene en su sede de Sevilla, por lo que hemos acudido en varias ocasiones a su redacción para trabajar en ella.

Esta investigación se realiza con el fin de comprobar si la desigualdad sobre el deporte femenino y las periodistas como redactoras de noticias sigue existiendo tras los grandes logros femeninos que se obtuvieron en Londres 2012. Se trata, básicamente, de un modelo de análisis cuantitativo con el fin de una interpretación posterior de esos datos obtenidos durante el estudio de estos dos diarios.

Mundo Deportivo

Mundo Deportivo es un periódico español de información diaria y deportiva. La versión en papel es de pago, aunque se puede acceder gratuitamente al contenido del diario en internet. En distintas provincias españolas, *Mundo Deportivo* sigue conservando su nombre, aunque hay unas hojas centrales a modo de cuadernillo con el nombre del club al que hacer referencia la información. Los suplementos son: *Mundo Deportivo Betis*, *Mundo Deportivo Espanyol*, *Mundo Deportivo Valencia*, *Mundo Deportivo Atlético*, *Mundo Deportivo Bizkaia* y *Mundo Deportivo Guipuzkoa*

Su redacción central está situada en Barcelona, que es su sede social. Como dato curioso y cuya disponibilidad nos ha facilitado en gran medida la investigación, el 1 de febrero de 2009, *Mundo Deportivo* abrió su hemeroteca online, donde cualquier persona puede consultar lo sucedido en el deporte desde 1906.

Mundo Deportivo es el tercer diario deportivo con más tirada, tras *As* y *Marca*. Además, tiene una gran presencia en las redes sociales, con más de 1.380.000 seguidores.

Mundo Deportivo nació el 1 de febrero de 1906, primero como semanario y desde 1929 como diario. Es la publicación deportiva más antigua que todavía se edita en España y la segunda más antigua de Europa, tras la italiana *La Gazzetta dello Sport* fundada en 1896. Es un diario deportivo editado en Barcelona por el Grupo Godó (grupo al que también pertenece el periódico *La Vanguardia*). Su Consejero delegado y director es el periodista Santi Nolla. Se centra principalmente en informar acerca de la actualidad futbolística, en especial la del Fútbol Club Barcelona, y polideportiva.

Mundo Deportivo colabora desde el año 1926 en la organización de la carrera pedestre más antigua de España, la Jean Bouin de Barcelona, cuya primera edición tuvo lugar en 1920.

A principios de julio de 1999 presentó un nuevo diseño en su formato: con una edición más colorida, más páginas, mejores fotos y una nueva cabecera. En el año 2006 celebró su centenario, organizando varios actos en los que participaron grandes deportistas (como Ronaldinho y Pelé) y grandes autoridades de España como los, entonces, Príncipes de Asturias: don Felipe de Borbón y doña Letizia Ortiz.

Estadio Deportivo

Estadio Deportivo es un periódico español de información diaria y deportiva. La versión en papel es de pago, aunque se puede acceder gratuitamente al contenido del diario en internet. Durante el verano, el diario lanza ediciones especiales a zonas de playa donde, mayoritariamente, veranean los sevillanos. La empresa Información ESTADIO Deportivo S.A., sociedad editora del periódico, está participada mayoritariamente por el Grupo Unidad Editorial (que a su vez pertenece al Grupo Rizzoli Media Group) y, como accionista minoritario por el Grupo E.P.I. (Editorial Prensa Ibérica).

Entre los medios de comunicación españoles editados por la mayoría se encuentran *El Mundo*, *Expansión*, *Actualidad Económica* y *Telva*, entre muchos otros.

El Grupo Prensa Ibérica, por su parte, es editor de periódicos regionales, entre ellos *La Nueva España*, *Levante*, *La Opinión de Granada*, *Málaga*, *Murcia*, *Canarias 7*, *Superdeporte*...

Este periódico se fundó en Sevilla, como semanario en 1995. Desde agosto de 1996 comenzó a publicarse diariamente, convirtiéndose en el primer y único periódico deportivo en Andalucía. Su distribución, actualmente, abarca las provincias de Sevilla, Huelva, Cádiz y Málaga. Desde 2006 ocupa el liderazgo en ventas entre todos los periódicos deportivos en Sevilla y su provincia.

Su redacción central está situada en Sevilla, que es su sede social. Es el único diario deportivo andaluz y líder de ventas de prensa deportiva en la provincia de Sevilla, con 18.200 ejemplares. Preferentemente, está dedicado a las aficiones del Sevilla FC y Real Betis Balompié (las más numerosas en Andalucía). *Estadio Deportivo* es una referencia obligada del fútbol sevillano y andaluz. También destaca por su información exhaustiva de los equipos de todas las categorías provinciales. Con un estilo directo y profundamente arraigado en su tierra, es una de las opciones favoritas de los lectores de prensa deportiva en Sevilla. Su director es el periodista Joaquín Adorna.

Estadio Deportivo colabora con el fútbol base, ya sea con el patrocinio de torneos infantiles u ofreciendo información de las distintas categorías o fotografías de los pequeños jugadores de los equipos sevillanos.

4.2- Método de análisis

A partir de un análisis exhaustivo del diario sobre las noticias relacionadas con el deporte femenino y las autoras de las noticias, ya sean de deporte femenino o masculino, se llevará a cabo esta investigación.

Este análisis se basa en reunir la información sobre un caso con la finalidad de interpretar o teorizar acerca del mismo. Si tenemos el conocimiento de que los medios dan poca cobertura al deporte femenino y cuentan con pocas periodistas en sus redacciones, se pretende comprobar hasta qué punto es así y afecta a la transformación de los imaginarios del colectivo social.

Entrando más concretamente en definir las técnicas que han sido necesarias para la obtención de la información precisa para corroborar las hipótesis, cabe destacar el recuento de las noticias protagonizadas por mujeres deportistas y el número de noticias publicadas por periodistas como el parámetro de seguimiento principal a seguir para la investigación. En definitiva, lo que se pretende es clarificar a través del contexto de las informaciones y su análisis, la importancia que le dan a la mujer los distintos medios estudiados.

4.3.- Proceso de investigación llevado a cabo

Partiendo de que la finalidad de esta investigación es más interpretativa que cuantitativa, ya que nos vamos a servir de los datos para explicar una realidad a través de la interpretación. Es muy importante para este trabajo de fin de grado seguir en todo momento un análisis minucioso con objeto de intentar encontrar las representaciones mentales compartidas por el público en general.

Para organizar el estudio se irán elaborando una serie de análisis siguiendo unos parámetros que permitan clasificar las noticias publicadas por autoras y las que son protagonizadas por mujeres.

Es de gran importancia para esta investigación saber de antemano las posibles pruebas que se van a necesitar para aportar credibilidad final al estudio y perseguir la validez de los resultados y las conclusiones siendo convincentes, por lo que hemos leído numerosos artículos, los cuales se exponen en la bibliografía, y hemos entrevistado a varias personas del mundo del periodismo y del deporte femenino. Por ejemplo, Candela Vázquez e Isabel Morales, periodistas de *Estadio Deportivo*. Sin embargo, nuestro intento por conseguir entrevistas con las periodistas de *Mundo Deportivo*, como Anna Cordovilla o María del Carmen Juárez, cayeron en saco roto.

Más tarde, tras plantear la investigación en un primer momento y el desconocimiento del trabajo fin de grado, pudimos ver que la magnitud de la investigación planteada (desde marzo a noviembre de 2012) iba a ser demasiado extensa. También, el profundo análisis en las hemerotecas que se debía realizar, hizo que desestimásemos la propuesta. Ante esta situación, se tomó la decisión conjunta con la tutora de disminuir el tiempo de estudio, por lo que el objeto de análisis sería el mismo pero aplicado a un mes antes de Londres 2012, la celebración del evento, y un mes después a Londres.

Llevaremos a cabo un análisis del discurso acerca de las portadas, editoriales y noticias. Normalmente hay un clima de sintonía entre el medio y su audiencia, ya que el periodista suele escribir lo que el lector quiere leer, es la dictadura del público. Por este motivo, al haber pocas lectoras de *Mundo Deportivo* y *Estadio Deportivo*, hay muy pocas noticias sobre el ámbito femenino. Al centrarnos únicamente en las noticias protagonizadas por mujeres o donde escriba una mujer, dejando de lado la publicidad, en muchos casos sin ética alguna, como podemos ver en la imagen de abajo, y secciones como opinión, nos hemos centrado en indagar lo que queríamos desde un primer momento: la evolución de la mujer, tanto deportista como periodista, en la prensa especializada durante los Juegos Olímpicos de Londres 2012.

Es un buen estudio porque, aunque el periodo de análisis se redujese a 3 meses, vemos de igual forma la evolución que ha seguido la mujer. Al principio se mantiene en valores muy bajos, luego empieza a aumentar a medida que se acerca Londres 2012, alcanza su punto álgido durante la celebración y, una vez que acaban los Juegos Olímpicos, empieza a decaer hasta valores mínimos donde se encontraba antes.



Publicidad sobre líneas telefónicas eróticas en Estadio Deportivo (06/07/2012)

4.4- Herramientas metodológicas

Una vez establecidos el esquema que seguirá el análisis del discurso de esta investigación, se puede observar que se trata de una guía minuciosa y al detalle del número de noticias que nos interesan, pero para ello habrá que analizar todas las noticias de estos diarios durante 3 meses. Este estudio permitirá observar la dimensión que tuvieron las Olimpiadas para el deporte femenino, ofreciendo una mayor cobertura, y el trabajo de las periodistas en las redacciones de *Mundo Deportivo* y *Estadio Deportivo*.

5.- LA MUJER EN LAS OLIMPIADAS

En la antigua Grecia, las referencias sobre las mujeres deportistas son escasas. Dependiendo de la polis, por ejemplo en Atenas, estas mujeres raramente practicaban algún deporte. En Esparta, sin embargo, el deporte era un aspecto importante de la educación. Asimismo los romanos consideraban que un ejercicio liviano como por ejemplo la carrera y juegos de pelota eran saludables también para el género femenino.

Las mujeres, a diferencia de los hombres, no participaban en las Olimpiadas, incluso no les estaba permitido asistir a ellas como espectadoras. Como en toda regla, había excepciones, ya que algunas mujeres de la nobleza sí concurrieron en la modalidad de carreras de caballos. La primera vencedora conocida fue la princesa

Kanitska. Esta noble ganó dos veces, incluso ella misma alzó el trofeo conseguido, convirtiéndose así en una heroína.

En la época romana el deporte femenino se propagó gracias a la imposición de la gimnasia como parte de la educación de los estudiantes. En los Juegos Panhelénicos, conjunto de cuatro contiendas diferentes que eran celebradas en la antigua Grecia, hubo competiciones destinadas exclusivamente a las mujeres e incluso llegaron a organizar ellas mismas sus propios juegos locales.

Referente a la Historia de los Juegos Olímpicos, los primeros tuvieron lugar en el año 770 a.C. En esta competición sólo actuaban los hombres como participantes y como espectadores. Pese a ello, también se celebraban unos juegos en honor a Hera en los que participaban las mujeres..

Los juegos olímpicos modernos se iniciaron en Atenas (1896) por sugerencia y con la coordinación del barón de Coubertin. Desde entonces se realizan cada 4 años, con contadas excepciones (I y II Guerra Mundial) en las que no se han llevado a cabo. Las olimpiadas modernas han generado un movimiento mundial basado en el deporte y en la sana competencia, enmarcados en innumerables hechos anecdóticos que hacen de la historia del olimpismo mundial algo interesante y ameno para ser leído.

Hacia el año 1894, el barón de Coubertin dio origen al movimiento olímpico mundial, al convocar a 14 países, creándose el primer Comité Olímpico Internacional (COI), con sede en la prestigiosa universidad parisina de la Sorbona. Dentro de ese contexto académico se adjudicaron los primeros juegos olímpicos de la era moderna a la ciudad de Atenas en reconocimiento histórico a los juegos de la antigüedad.

En el mismo congreso fue elegido el primer presidente del COI, cargo asumido por el griego Demetrios Bikelas, mientras que el *barón del deporte*, como se le llamó a Coubertin, ocupó el cargo de secretario general. A pesar de las dificultades políticas y financieras que afrontó la organización y gracias a diferentes aportes económicos, especialmente el de un acaudalado comerciante griego llamado George Averof, residente en Alejandría, el cual aportó un millón de dracmas, nombre de una antigua moneda de las ciudades-estado griegas y los reinos helenísticos de Asia, para la construcción del estadio olímpico, se logró la inauguración de los juegos por el rey Jorge I en el año 1896 en el monumental estadio olímpico de Grecia y ante 70.000 espectadores.

En ellos participaron 311 atletas de 11 países y a pesar de los reveses de la mayoría de los atletas griegos, el humilde panadero Spiridon Louis consiguió el triunfo en la Maratón de 42 kilómetros. La prueba, una de las más prestigiosas de la competencia olímpica, fue diseñada recordando la gesta heroica del soldado ateniense que en la antigüedad y después de la batalla, recorrió la misma distancia entre el valle de Maratón y Atenas para anunciar la gran noticia del triunfo de los atenienses sobre los persas. Al terminar su recorrido, cayó muerto por la fatiga y el cansancio

Pierre de Coubertin el creador de los Juegos Olímpicos modernos, se opuso hasta su muerte a la participación de las mujeres, en los mismos.

Las primeras mujeres que compitieron en un acontecimiento olímpico fueron las francesas Filleaul Brohy y Marie Ohnier, que lo hicieron en el deporte de

croquet (deporte que sólo participó en esta edición) en los Juegos Olímpicos de París de 1900, donde sólo participaron siete mujeres de un total de 1.066 deportistas.

La tenista Charlotte Cooper, de Gran Bretaña, fue la primera mujer que ganó un campeonato, en tenis individual en 1900. Hubo alguna presencia femenina en los JJOO de Londres de 1908. Pero fue en Amsterdam, en 1928, donde finalmente tuvieron lugar los verdaderos comienzos olímpicos de las mujeres con cerca de 300 deportistas –casi 10 por ciento del total– y sobre todo con su participación en el deporte rey, el atletismo, de la mano de Betty Robinson y Lina Radke.

Coubertin, muy a su pesar ve cómo la mujer empieza a participar en los Juegos Olímpicos de 1900 en número no superior a 24 y en cinco deportes. En los Juegos de la XXVII Olimpiada en Sydney, las mujeres competieron en 25 de los 28 deportes incluidos en el programa. El 38% de los 10.382 atletas inscritos, fueron mujeres. Y dos atletas inauguraron estas Olimpiadas: La nadadora australiana Kevin Berry y Miriam Wyzenbeek, en conmemoración del centenario de la participación de la mujer en los Juegos Olímpicos.

En toda la historia de los Juegos Olímpicos Modernos de Verano (de 1900 a 1996), el porcentaje de participación femenina fue del 17,55% (13.988), sobre un total de 79.702 hombres; mientras que en los Juegos de Invierno (de 1908 a 1998) fue del 21,85% (2.908) sobre un total de 13.310 participantes.

El crecimiento significativo comenzará en 1976 con 20 por ciento de mujeres en los Juegos Olímpicos; el 25% ciento en 1988; y el 35% en Atlanta. Los Juegos de Sydney del año 2000 marcaron un gran paso hacia la igualdad entre las mujeres y los hombres dentro del deporte olímpico.

En las Olimpiadas de Londres 2012 las mujeres son el 45% del total de los atletas y por primera vez se introduce la participación de mujeres en boxeo, que hasta ahora era la única disciplina que no la contemplaba. Quedan en cambio dos deportes cerrados a los varones: la natación sincronizada y la gimnasia rítmica. Los juegos de Londres tienen además otra novedad: es la primera vez que todas las naciones inscritas tienen al menos una mujer como parte de su delegación, lo que supone que por primera vez algunas naciones musulmanas han permitido la participación de mujeres. Por ejemplo, Arabia Saudita ha inscrito a dos de ellas: una en atletismo y otra en judo. También Brunei ha inscrito una participante en atletismo y Qatar, cuatro féminas en atletismo, tiro, natación y tenis de mesa; una de las atletas de esta última nación fue la portadora de la bandera durante la ceremonia de apertura.

No obstante, pese a esta historia de creciente participación y presencia femenina en los Juegos Olímpicos, no falta quien sigue viendo discriminaciones en el hecho de que el número de atletas varones sea aún superior al de las mujeres o en que algunas disciplinas contengan más categorías de competencia para hombres que para mujeres y, como consecuencia, el número de medallas asignadas a varones es superior al que se asigna al género femenino.

Otras voces piden la completa abolición de las "discriminaciones de género" en las competencias, haciendo competir varones y mujeres en las mismas competencias, quitando toda división según el sexo de los competidores. Este pedido por ahora no parece lograr demasiado consenso porque para muchos prevalece la evidencia de los hechos que muestran que esta decisión sería absurda. En efecto, la mejor mujer en un

maratón sigue estando al menos 12 minutos atrás del mejor varón y existe siempre más de un segundo que separa hombres y mujeres en la carrera de 100 metros y más de un metro en el salto largo.

Las Olimpiadas son sin duda una ocasión preciosa para una "radiografía" de nuestro mundo y de la cambiante situación de hombres y mujeres y de las relaciones entre ambos. En pocos años, en dos o tres generaciones, la presencia de las mujeres en la sociedad, y en consecuencia también en el mundo del deporte, ha aumentado notablemente. Se trata sin duda de un desarrollo muy positivo, que hay que agradecer.

6.-CONTEXTO SOCIO-CULTURAL ACTUAL

El análisis de cualquier fenómeno implica, necesariamente, su inserción en un contexto social y desde él se debe tener en consideración a todos los protagonistas.

El contexto social y cultural condiciona los comportamientos, ha conformado las conductas y nos ha modelado en función de las dos constelaciones de valores existentes, cada una de ellas correspondientes a un género: el masculino y el femenino. En este estado de cosas, la cosmovisión de género que domina en las redacciones es la masculina, quien proporciona todo el sustrato ideológico que después los profesionales verterán en sus prácticas cotidianas.

Todos los periodistas pertenecen a un sexo y han sido socializados en los valores atribuidos a cada uno de los géneros. Esta realidad entra en contradicción con los postulados "neutros" y "universales" en que descansa la cultura periodística. Cada uno de los profesionales, hombre o mujer, tiene que encontrar su propio equilibrio entre sus propias preferencias e inquietudes, su competencia vital debido al género en el que han sido socializados, la cosmovisión de género dominante en la sociedad y los supuestos en los que se fundamenta su profesión. Las mujeres periodistas, en este sentido, viven las contradicciones con mayor profundidad, ya que han de asumir los planteamientos del género dominante con tal de ganar la consideración de buenas profesionales.

En el contexto adquiere gran importancia social y cultural donde cada medio esté instalado. Igual que cada uno de nosotros ha sido socializado en los valores tradicionalmente atribuidos a los dos sexos, también existe una visión social dominante que otorga más importancia al aspecto masculino que a los femeninos. Es un rasgo de la cultura en la que vivimos.

Aunque actualmente se tiende a una igualdad cultural y social entre hombres y mujeres, todavía permanecen ciertos tópicos, creencias y prácticas sociales en las que las mujeres salen desfavorecidas.

En definitiva, el contexto social y cultural traiciona a veces a los periodistas, ya que son subjetivos, y ponen de manifiesto estereotipos que parecían olvidados para vergüenza de muchos profesionales.

7.-CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS

La deontología es la ciencia que estudia el deber.

Las profesiones deben conllevar una particular forma de ser moral a la que cabe exigirle determinados comportamientos (códigos deontológicos) cuya finalidad sería la generación de unos hábitos que, a la larga, se conviertan en los más habituales y significativos. El desiderátum sería que las normas recogidas en estas normas deontológicas dejen de ser estrictamente tales porque han sido asumidas e integradas por cada profesional.

Un código deontológico es un documento que recoge un conjunto de criterios, normas y valores que formulan y asumen quienes llevan a cabo una actividad profesional. Un código tiene que nacer y ser asumido por la actividad, para que no se vea como un recorte del derecho de esa profesión. Son los profesionales los que conocen su empleo y los que dan pautas de conductas morales, le dan calidad al producto final. Se ocupan de los aspectos más sustanciales y fundamentales de un ejercicio profesional. Estos códigos aparecen cuando hay una necesidad de regular las profesiones que tienen un gran margen de decisión personal con un alto contenido social cuyas consecuencias afectan a la sociedad.

7.1.-El código de la FAPE

El código deontológico de la Federación de Asociaciones de la Prensa Española supone un compromiso en una doble dirección: periodistas y directores de los medios.

En la actualidad existe una carencia absoluta de valores morales, principalmente en el ámbito económico, lo que ha propiciado que la sociedad vea como normal el enriquecimiento a corto plazo con independencia de los medios usados para ello. Este aspecto es muy importante, ya que el deporte femenino "vende" poco si lo comparamos con el masculino.

La primera función que cumple el código es la creación de una conciencia moral colectiva de la profesión, es decir, al lado de los conocimientos técnicos tenemos los conocimientos deontológicos, que nos sirven como escudo para enfrentarnos a las presiones económicas.

Esta exigencia deontológica pone de manifiesto la necesidad de canalizar la conducta en función de los valores básicos. Los profesionales, en primer lugar, son personas y luego periodistas. Dichos valores se reflejan en la elaboración del trabajo profesional. Si falla la formación moral, los valores también se reflejarán en su trabajo.

En el preámbulo del código deontológico de la FAPE, podemos leer: "El Periodismo representa un importante compromiso social. Los periodistas reconocen y garantizan que su ejercicio profesional es el cauce de manifestación de una opinión pública libre dentro del pluralismo de un Estado democrático y social de Derecho".

Es decir, al hacer periodismo ya estamos comprometiéndonos con la sociedad, por lo que la cobertura informativa del deporte femenino es un gran compromiso que cumplir ante una audiencia que reclama, en grandes dosis, información deportiva. También podemos deducir que el periodista "garantiza" el pluralismo en un estado como el español. Otra muestra más de que esta actividad deportiva debería ser más protagonista con el objeto de que haya un mayor pluralismo.

En otro párrafo y dentro de los Principios Generales del código deontológico de la FAPE, en el séptimo principio podemos leer: "el periodista extremará su celo profesional en el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados. Por ello, debe mantener una especial sensibilidad (...) y debe abstenerse de aludir, de modo despectivo o con prejuicios a la raza, color, religión, origen social o sexo de una persona".

Este principio, aplicado a la prensa especializada en deporte, alude claramente a los estereotipos que habitan en nuestro imaginario social a la hora de ver o redactar una competición femenina. Además, el ámbito de la mujer deportista es discriminado por los medios como veremos más adelante en este reportaje. De acuerdo a este principio que se incumple continuamente, los periodistas deben tener una especial empatía, más que sensibilidad, a la hora de informar sobre el mundo femenino dentro del deporte.

8.-LOS ESTEREOTIPOS

El primer autor que utilizó el término estereotipo con sentido actual fue Walter Lippman en 1922 en *La opinión pública*. Los estereotipos nos sirven para simplificar los hechos, pues ayuda a dar sentido y comprender la realidad.

El periodista no mira desde la nada. Muy al contrario, mira desde un contexto y los estereotipos, así entendidos, nos simplifican la tarea de dar sentido a lo que nos rodean y nos ayudan a percibir con una meridiana claridad.

El periodista debe reconocerlos a la hora de hacer su trabajo. Es decir, en el momento de hacer su construcción de la realidad.

El periodista debe ser capaz de reconocer lo que está condicionado por su percepción (estereotipos) y hacer el esfuerzo de considerar los hechos de los que se debe informar, como la guía de su quehacer periodístico.

Hay que reconocer que la noticia y el mensaje que en ella está inserto son una construcción en cuyo proceso influyen varios factores personales, que deben ser reconocidos, en la medida de lo posible. Pero esa construcción no es un proceso creativo arbitrario, sino que está sometido a dos exigencias: es primordial narrar lo que es sustancial, lo que es relevante y reconocible, en términos informativos. Y no menos importante es evitar que cualquier tipo de prejuicios desfigure la materia informativa.

Pese a la desigualdad evidente hay que ser positivo de cara al futuro, pues el interés hacia la mujer deportista crece, aunque sea lentamente. Han proliferado todo tipo de congresos, jornadas y simposios, han aumentado la edición de libros y se han consolidados algunos medios dedicados a este ámbito, como *Campeonas*. Partiendo de la gran diferencia existente, hay que tener esperanza en el periodista. Las victorias de las deportistas españolas están contribuyendo a la divulgación del mundo femenino.

9.-ROLES DE GÉNERO Y REPRESENTACIÓN SOCIAL

En un momento en el que se detectan en la conciencia individual los avances sobre la categorización de los roles sociales que desempeñan hombres y mujeres, se analiza la determinación del rol de género en la prensa diaria nacional y local española, que muestra en sus discursos y, sobre todo en el número de noticias existentes, la permanencia de una imagen estereotipada y tradicional de los roles de género, así como una infrarrepresentación de la mujer.

Es evidente que estamos aún lejos de una realidad más igualitaria. Sin embargo, paralelamente, está presente la idea de que, aunque puede asegurarse que se mantiene, se ha detectado una disminución en la visión estereotipada en la representación de mujeres y hombres. Se trata de una progresión que apenas se nota.

También está latente la idea de que como los medios actúan como agentes activos de socialización, son capaces de transmitir y perpetuar estereotipos, y también tendrán capacidad para contribuir a que esas perspectivas cambien, aunque en un proceso más lento del que la propia conciencia social consiga asumirlas.

La asignación social de funciones y actividades a las mujeres y a los hombres naturaliza sus roles y es la naturalización lo que lleva a mantener que existe una relación determinante entre el sexo de una persona y su capacidad para realizar una tarea. Reconocer que son etiquetas culturales es la forma de permitir transformarlas.

La prensa transmite las actitudes y prejuicios a través de estereotipos y sigue reproduciendo los mismos que, desde siempre, han acompañado a la mujer deportista.

Estos signos, entendidos como una herramienta de representación, determinan los actuales modelos e iconos de género en la prensa y, a su vez, permiten la comparación con la situación real de la mujer española contemporánea.

El primer autor que utilizó el término estereotipo con sentido actual fue Walter Lippman en 1922 en *La opinión pública*. Los estereotipos son una de las principales herramientas que utilizamos a diario para comprender e interiorizar la realidad que nos rodea y de la cual, en mayor o menor medida, también participamos.

Los medios de comunicación, piedra angular de las sociedades democráticas, dada su capacidad de representación y sus habilidades para proporcionar referentes y modelos de conducta, también utilizan estos mismos estereotipos para expresar una visión concreta de la realidad social. Los estereotipos se han convertido en la herramienta básica para establecer conexión entre el público y el producto. La estereotipia proporciona un grado de representatividad tan elevado que la audiencia se siente con frecuencia identificada con las situaciones reflejadas y se crea un fuerte vínculo, fidelizando a dicha audiencia.

La situación actual dista mucho de la que vivían las mujeres españolas de hace 90 años, cuando las primeras españolas, Lili Álvarez y Rosa Torras, participaron en unos Juegos Olímpicos.

Los estereotipos negativos son mucho más abundantes que los positivos porque ayudan a marcar las diferencias y a consolidar una jerarquía de poderes.

Los estereotipos femeninos, así como los masculinos, no son construidos por los medios de comunicación sino por las circunstancias históricas, sociales, culturales, políticas, religiosas y económicas de cada momento.

Los medios de comunicación recogen y transmiten distintas imágenes de la mujer, haciendo especial incidencia en la «perfección» en todas sus facetas. Como consecuencia, a la mujer se le exige y se le hace sentir en la obligación de parecer joven, ser buena ama de casa, buena madre y cuidadora, buena compañera y buena profesional, y además de todos estos roles, la mujer debe estar siempre delgada y bella.

Es necesario un cambio de valores que devuelva a la persona su auténtica importancia como ser humano, y que las nuevas generaciones de niños y niñas entiendan la imagen y la belleza desde la racionalidad, aprendan a sentirse bien consigo mismos y sean capaces de ver lo que hay detrás de la apariencia física.

La capacidad de influir que tienen los medios de comunicación en el entorno de nuestra cultura occidental hacen de ellos un vehículo idóneo para el cambio social y, en este sentido, son una plataforma inmejorable para el estudio de la variable de género, ayudando a eliminar prejuicios y estereotipos, aceptando el nuevo papel, cada vez más amplio, que le corresponde a la mujer dentro de la sociedad, y promoviendo su integración en el proceso de desarrollo en un plano de igualdad con el hombre. De este modo, no es de extrañar que desde la declaración de 1975 como Año Internacional de la Mujer por las Naciones Unidas hasta el momento presente, el interés por las industrias de la comunicación y su relación con la mujer hayan adquirido cada vez más un papel protagonista en nuestra sociedad.

Por todo lo dicho, a la mujer aún le quedan muchas metas que alcanzar y más obstáculos que superar. En la actualidad, que hablamos de igualdad, se sigue perpetuando el desequilibrio en la representación de ambos sexos en los medios de comunicación.

Tanto el afán de consumo como el de información son recibidos de forma masiva por la sociedad actual como reclamos que llegan, sobre todo visualmente, por los medios de comunicación, cuyo poder es por todos reconocido.

El poder de la imagen y el lenguaje se introduce en los detalles más insignificantes de nuestra vida cotidiana. Así, la marca de la ropa que vestimos, los productos de belleza que usamos, el coche con el que soñamos, las bebidas que consumimos, e incluso la mujer a la que nos gustaría parecernos proceden de la prensa en general.

Cuando la mujer deportista aparece en la prensa especializada, no suele ir sola. Se presentan varias informaciones e imágenes reunidas en la misma página. Esta saturación se refuerza continuamente con la aparición de noticias que tratan sobre deportes minoritarios, aunque no sean practicados por mujeres. Es decir, las noticias blandas o *soft news*.



Ejemplo de *soft news* en Estadio Deportivo. 29/05/2012

10.-MUESTRA

El objeto de análisis de la investigación es el número de noticias protagonizadas por mujeres, y el número de periodistas que aparecen emitiendo una información u opinión. Es decir, análisis cuantitativo. La publicidad donde aparecen mujeres en *Mundo Deportivo* o *Estadio Deportivo* es muy escasa.

El tamaño de las muestras para cada diario ha sido de 3 meses.

Los datos se obtuvieron a partir del muestreo de los periódicos españoles *Mundo Deportivo* y *Estadio Deportivo*, de información especializada. El primero es un periódico general, mientras que el segundo es de ámbito autonómico. Se analizaron un total de 74 ejemplares de cada rotativo, más los suplementos dedicados a los Juegos Olímpicos de Londres. Se hizo análisis de contenido de todas las secciones del periódico, excepto la de "opinión" y la programación televisiva. Y también se excluyeron del análisis las viñetas cómicas y las fotografías.

Hemos analizado tanto el género de los promotores de la información o protagonistas, como el de las profesionales redactoras, y de aquellos expertos consultados, en caso de que se diese tal circunstancia.

11.-RESULTADOS

11.1.- Mundo Deportivo

Todos estos datos se refieren al periodo comprendido entre el 27 de junio de 2012 y el 12 de septiembre de 2012 (27/06/12-12/09/12). No se incluyen suplementos.

Presencia media en *Mundo Deportivo*

La presencia femenina se refiere a las periodistas que escriben una noticia o a las deportistas que las protagonizan. No se incluyen suplementos.

La presencia femenina media, incluyendo periodistas y noticias, en *Mundo Deportivo* es de 5,94 (440/74) por día.

La presencia femenina media en noticias protagonizadas por mujeres en *Mundo Deportivo* es de 2,52 (187/74) por día.

La presencia media de las periodistas en *Mundo Deportivo* es de 2,85 (211/74) por día.

Los días en los que no han escrito periodistas en *Mundo Deportivo* son: 1, 2 y 8 de julio y 10 de septiembre, lo que representa que en el 95,5% de los días hay una firma femenina como mínimo.

Los días en los que no hay noticias protagonizadas por deportistas femeninas en *Mundo Deportivo* son: 29, 30 y 31 de julio, 1, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13 y 16 de agosto, y 1 de septiembre. Estos resultados dan lugar a que en el 83% de los días hay una noticia, como mínimo, protagonizada por deportistas femeninas.

Como conclusión, hay que destacar que existe una mayor presencia media de autoras que de noticias femeninas. Es decir, tienen una mayor visibilidad las periodistas que las deportistas.

A continuación, clasificamos las modalidades deportivas de acuerdo a la clasificación del Consejo Superior de Deportes.

Modalidades de acuerdo al CSD

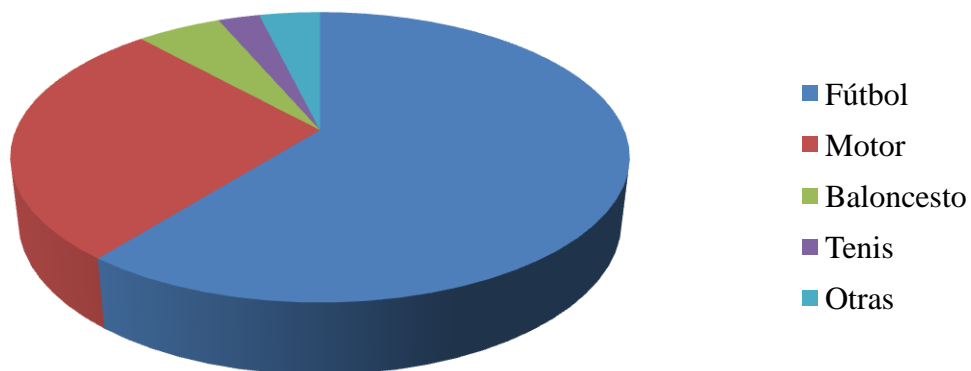
En la modalidad Motor se incluye automovilismo y motociclismo. No hemos creído oportuno desvincular una especialidad de otra.

En la siguiente página se exponen en la tabla las modalidades (masculinas o femeninas) sobre las que más escriben las periodistas:

Modalidad	Porcentaje del total
Fútbol	60,7%
Motor	27,6%
Baloncesto	5,3%
Tenis	2,6%
Otras*	3,8%

*En el apartado "Otras" se incluyen las modalidades de hockey, voleibol, tenis de mesa y atletismo.

Modalidades



Las periodistas de *Mundo Deportivo*, durante el periodo estudiado, han escrito sobre 8 modalidades deportivas diferentes.

Modalidades femeninas sobre las que más se informa (noticias escritas por los y las periodistas):

Modalidad	Noticias	Porcentaje del total	En el periódico se publica una noticia, como media, cada...
Baloncesto	28	18,5%	0,37 = 3 días.
Atletismo	20	13,24%	0,27 = 4 días.
Tenis	20	13,24%	0,27 = 4 días.
Fútbol	15	9,93%	0,2 = 5 días.
Natación	14	9,27%	0,19 = 6 días.
Motor	9	5,96%	0,12 = 9 días.
Paralímpicos	9	5,96%	0,12 = 9 días.
Hockey	7	4,63%	0,09 = 12 días.
Voleibol	5	3,31%	0,07 = 15 días.
Tenis de mesa	5	3,31%	0,07 = 15 días.
Golf	5	3,31%	0,07 = 15 días.
Balonmano	3	1,98%	0,04 = 25 días.
Gimnasia	3	1,98%	0,04 = 25 días.
Vela	3	1,98%	0,04 = 25 días.
Patinaje	1	0,66%	0,01 = 100 días.
Piragüismo	1	0,66%	0,01 = 100 días.
Judo	1	0,66%	0,01 = 100 días.
Taekwondo	1	0,66%	0,01 = 100 días.
Hípica	1	0,66%	0,01 = 100 días.

Los distintos profesionales, durante el periodo de nuestro estudio, han escrito sobre 19 modalidades deportivas diferentes donde la mujer ha estado presente.

Modalidades

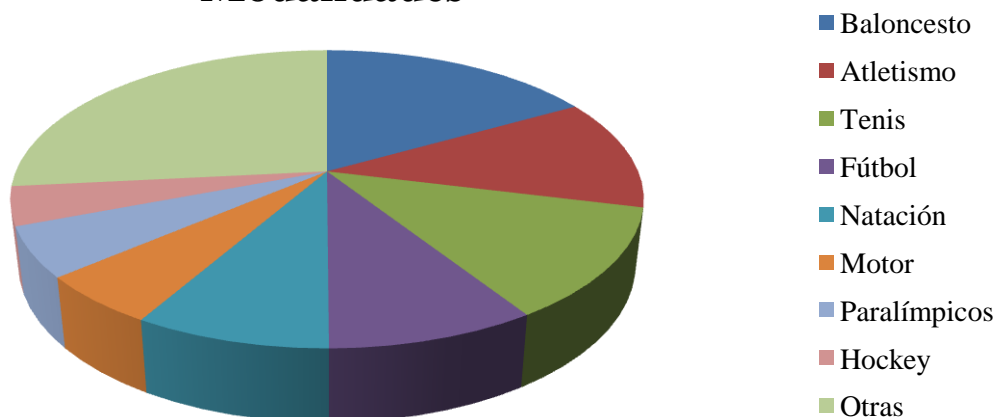
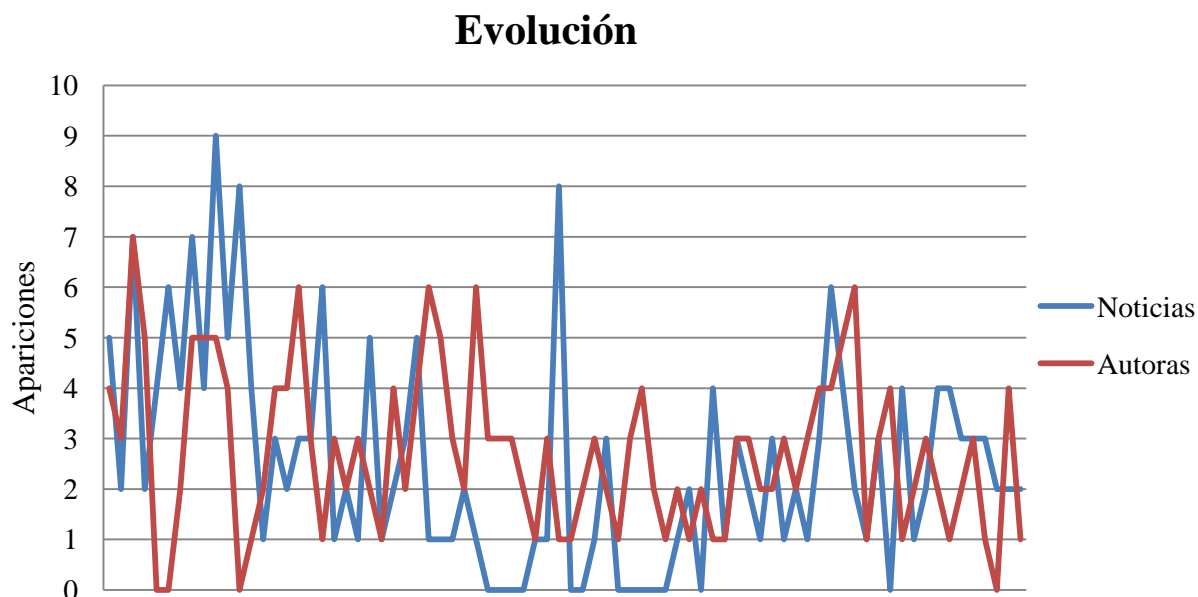


Gráfico de evolución durante los 3 meses sobre el número de noticias relacionadas con el deporte femenino y el número de firmas de las periodistas.



Este gráfico refleja la evolución de las noticias relacionadas con el deporte femenino y las periodistas que publican información desde julio a septiembre de 2012, coincidiendo con el antes, durante y después de los Juegos Olímpicos de Londres 2012. Todo ello en el diario *Mundo Deportivo*. En azul observamos las informaciones que protagonizan las deportistas, mientras que en rojo el número de periodistas que publican noticias.

Los Juegos Olímpicos de Londres 2012 fueron, desde la perspectiva española, un gran acontecimiento donde las mujeres fueron las protagonistas. Los diarios españoles reconocieron, aunque de forma tardía, la labor de las deportistas en estas Olimpiadas, ya que consiguieron el 65% de las medallas obtenidas, a pesar de que sólo representaron el 40% de la delegación.

Por los datos numéricos reflejados, aunque pueda sorprender, el mayor número de noticias sobre deporte femenino aparece antes de la celebración de Londres 2012. Luego, en los meses del evento vuelve a repuntar.

En cuanto a las autoras de las publicaciones, también en el mes anterior al festejo alcanza el punto álgido con siete periodistas escribiendo en las páginas de *Mundo Deportivo*. Durante el paso del tiempo, sigue habiendo una continua aparición de periodistas y sólo en contadas ocasiones no aparece ninguna mujer como fuente de información. Las autoras que más aparecen son Anna Cordovilla, Elvira González y María del Carmen Juárez. A continuación mostramos una imagen de uno de los reportajes sobre motor de Elvira González.

26 **MotoGP**

Atkinson por Araujo en el Team Mini Italia

El equipo Mini Italia, que representa de forma oficial a la marca en el Mundial de Balón tras los problemas que hubo entre Mini y Prodrive, ha decidido sustituir al portugués Armando Araujo por el australiano Colin Atkinson.

Atkinson, que fue piloto oficial de Subaru, ha estado participando de forma esporádica en las últimas temporadas en el Mundial tras la retirada de Subaru. Este año repareció en Raasdalen con un Ford y en Finlandia fue llamado para asistir a Nazier Al Attiyah, asistente por sus compromisos olímpicos, en el Circuito Doha del equipo de Qatar.

Hasta la fecha los resultados de Mini Italia -con Araujo y el brasileño Paulo Nobre, dos pilotos de pago- han decepcionado. Y se ha tomado esta decisión en busca de mejoras de forma inmediata.

REPORTAJE

Elvira González

Independientemente de que contase o no el título a final de temporada, Dani Pedrosa está protagonizando su mejor temporada. Momento en el que el piloto de la escudería Honda, cumpliendo su séptimo campeonato, ha conseguido el título del equipo Repsol Honda y, manteniéndose invicto, ha conseguido la consecución de que un día una plaza con su nombre adorna la torre de campanas de MotoGP.

Shaneha y Accuro y colider en Kccorri con Lorenzo. Cuando resca- pero no traves el Infinito en la Capi (Repsol a 4 y Stoner a 25 puntos) lingo al inicio de la temporada, siguiente Gran Premio, en forma de irrompida caida cuando litore- to una extraña en agua que lo co- otro poco por el quinielero y el año a casi opeacion de título.

Este año ha terminado en pas- to de punto en las últimas seis curvas, su presencia sucesiva- mo lo que en una temporada pura, aunque ya se lo contabilizó una por su- al ojón más alto en Ar- gon. Y en todos, salvo Phillip Is- laria, ha hecho primero o segundo en MotoGP, las plazas con las que se cimientan los títulos.

Alguna victoria más

La temporada, hecha el crecimiento ha sido bien. Hemos hecho buenas roushidos, y todo ha estado bastante equilibrado. Noe ha estado alguna victoria más, así que es- ramos mejorar el número de triun- fos en lo que queda de temporada. Este año se los estamos yendo muy bien en todos los circuitos, en los que nos gustan y en los que

Duelo entre Marc Márquez y Pol Espargaró

1º Marc Márquez, Pol Espargaró y Maverick Viñales, tras unos largos vacaciones -sus categorías no continúan en Laguna Seca-, indican el acabo final a los respectivos títulos -Moto2 para los dos primeros y Moto3 para el tercero-, este fin de semana en Indianapolis.

En Moto2, la categoría más disputada del momento, Marc Márquez llega con el claro objetivo de incrementar su ventaja al frente de la clasificación. Cuenta con 34 puntos sobre Pol Espargaró, que no se lo está poniendo nada fácil.

Los dos españoles están claramente por encima de todos los rivales y solo Thomas Lüthi o Andrea Iannone son capaces de discutirles la supremacía. El italiano ganó la última carrera, en Mugello, y figura empatado con Pol.

Pero hay otros pilotos también motivados en esta carrera. Scott Redding, que estuvo probando la Ducati Desmosedici de MotoGP o Bradley Smith, a quien le ha querido subir de Moto2 a MotoGP en 2013, tienen necesidad de lograr resultados.

Viñales, a por Moto3

En cuanto a Moto3, Maverick Viñales se enfrenta a una primera final. Quiere saltar a Moto2 en 2013 con el título en el botellín y el piloto de Repsol debe

La temporada de su vida

Dani Pedrosa está consiguiendo los mejores números personales en su séptimo año en categoría MotoGP

Dani Pedrosa pelea por el título con su compañero de equipo Stoner y Lorenzo. Prácticamente con un Mundial MotoGP en su palmarés.

MotoGP

Reportaje de Elvira González sobre motor en Mundo Deportivo 17/08/2012

Volviendo a la gráfica, vemos un descenso durante la celebración de Londres 2012, tanto en las noticias como en las autoras. Parte de esta bajada es debido a que estas noticias y algunas periodistas se ubican en el suplemento de los Juegos Olímpicos de 2012 que ofrecía *Mundo Deportivo* aparte del diario. Pese a la "buena" cobertura, la desigualdad es evidente.

En definitiva, podemos observar que *Mundo Deportivo* suele informar sobre deporte femenino, aunque sean pocas las noticias, y consta en su plantilla de mujeres periodistas que redactan noticias.

Suplementos de *Mundo Deportivo*

Mundo Deportivo publicó suplementos desde el 25 de julio al 14 de agosto de 2012. Estaba dedicado a los Juegos Olímpicos de Londres 2012 y era diario durante los días mencionados en el anterior periodo (27/06/12-12/09/12).



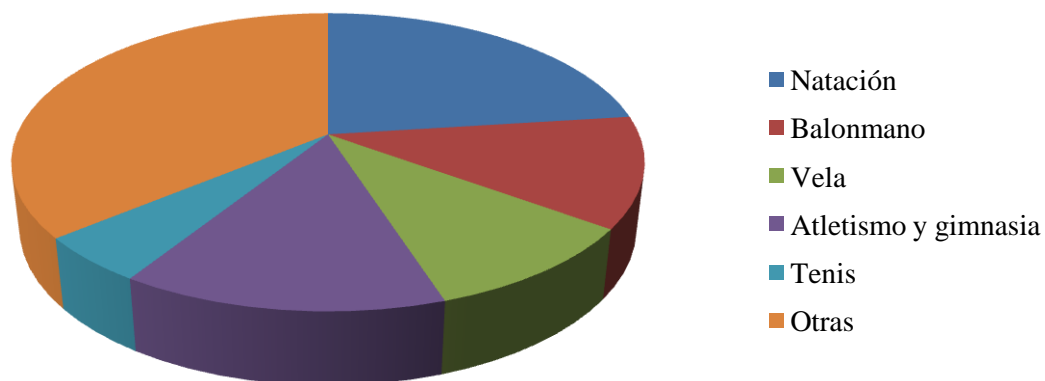
Ejemplar del suplemento especial de Mundo Deportivo para los JJOO. 03/08/2012

Respecto a los suplementos, las modalidades (masculinas o femeninas) sobre las que más escriben las periodistas son:

Modalidad	Porcentaje del total
Natación	23%
Balonmano	12%
Vela	10%
Atletismo, gimnasia	7%
Tenis	5%
Otras*	43%
*Baloncesto, piragüismo	4%
*Halterofilia, lucha olímpica	3%
*Ciclismo, hípica, taekwondo, judo, voleibol	2%
*Bádminton, tenis de mesa, tiro olímpico, patinaje, esgrima, triatlón	1%
*Tiro con arco, remo, boxeo, hockey	0,6%

*En el apartado "Otras" se incluyen las modalidades de baloncesto, piragüismo, halterofilia, lucha olímpica, ciclismo, hípica, taekwondo, judo, voleibol, bádminton, tenis de mesa, tiro olímpico, patinaje, esgrima, triatlón, tiro con arco, remo, boxeo y hockey. Todas ellas están detalladas en el anterior cuadro con el porcentaje del total que pertenece a cada una. En total, 19 modalidades deportivas.

Modalidades



Los periodistas de *Mundo Deportivo* han escrito sobre 25 modalidades diferentes en el suplemento de Juegos Olímpicos de Londres 2012.

Modalidades femeninas sobre las que más se informa (noticias escritas por los y las periodistas) en el suplemento diario de *Mundo Deportivo*, que tiene una duración de 20 días.

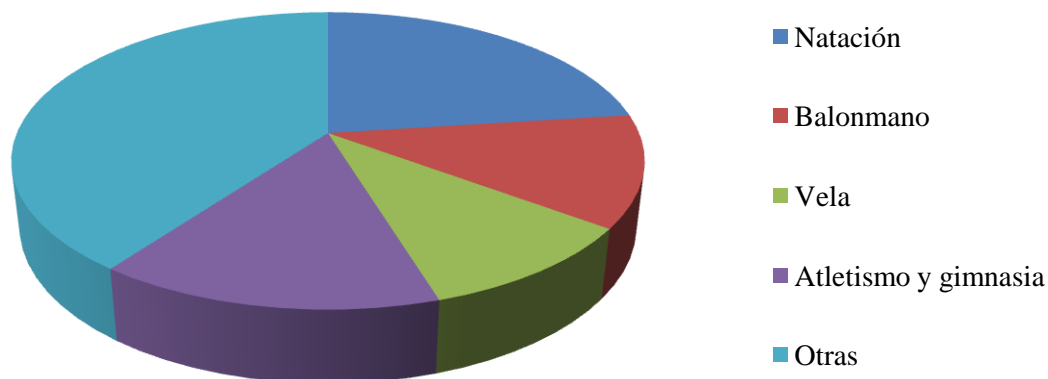
Modalidad	Noticias	Porcentaje del total	En el suplemento se publica una noticia, como media, cada...
Natación	34	22,97%	1,7 = 1 día.
Balonmano	18	12,16%	0,9 = 2 días.
Vela	15	10,13%	0,75 = 2 días.
Atletismo	11	7,43%	0,55 = 2 días.
Gimnasia	11	7,43%	0,55 = 2 días.
Baloncesto	7	4,73%	0,35 = 3 días.
Tenis	7	4,73%	0,35 = 3 días.
Piragüismo	6	4,05%	0,3 = 4 días.
Judo	4	2,7%	0,2 = 5 días.
Halterofilia	4	2,7%	0,2 = 5 días.
Lucha	4	2,7%	0,2 = 5 días.
Ciclismo	3	2,03%	0,15 = 7 días.
Hípica	3	2,03%	0,15 = 7 días.
Taekwondo	3	2,03%	0,15 = 7 días.
Hockey	3	2,03%	0,15 = 7 días.
Voleibol	3	2,03%	0,15 = 7 días.
Bádminton	2	1,35%	0,1 = 10 días.
Tenis de mesa	2	1,35%	0,1 = 10 días.
Tiro olímpico	2	1,35%	0,1 = 10 días.
Esgrima	2	1,35%	0,1 = 10 días.
Triatlón	2	1,35%	0,1 = 10 días.
Tiro con arco	1	0,67%	0,05 = 20 días.
Remo	1	0,67%	0,05 = 20 días.
Boxeo	1	0,67%	0,05 = 20 días.

Los distintos profesionales, durante el periodo de nuestro estudio en los suplementos, han escrito sobre 24 modalidades deportivas diferentes donde la mujer ha estado presente. Sobre las que más se informan guardan un gran vínculo con el éxito cosechado de nuestras deportistas en Londres 2012

En el apartado "Otras", se incluyen 19 modalidades de las 24 sobre las que se informaron.

A continuación acompañamos un gráfico, donde se desglosan las modalidades, para su mejor visualización.

Modalidades



Como puede apreciarse, las modalidades sobre las que más escriben las periodistas y las modalidades que protagonizan las mujeres en las noticias son muy parecidas. Este paralelismo se debe a que la gran mayoría de noticias donde aparecen son escritas también por mujeres.

Número de páginas que protagonizan las noticias de modalidades femeninas dentro de los suplementos:

Las páginas son 92, que representa un 27,46% del total de las páginas de los suplementos (92/335).

Número de autoras que publican informaciones sobre las distintas modalidades (masculinas o femeninas) dentro de los suplementos

De 335 páginas que contienen el total de los suplementos, 9 páginas son realizadas por autoras. Es decir, el 2,69% del total (suplementos JJOO y suplemento Barcelona '92)

Hay que destacar el **suplemento OCIO**, que no trata de deporte pero alude a él de forma indirecta. Está escrito íntegramente por Cristina Cubero y, en nuestra investigación, aparece en siete ocasiones. En el siguiente folio podremos ver una página de uno de esos ejemplares.



Ejemplar del suplemento OCIO de Mundo Deportivo

11.2.- Estadio Deportivo

Todos estos datos se refieren al periodo comprendido entre el 27 de junio de 2012 y el 12 de septiembre de 2012 (27/06/12-12/09/12)

Presencia media en *Estadio Deportivo*

La presencia femenina se refiere a las periodistas que escriben una noticia o a las deportistas que las protagonizan. No se incluyen suplementos.

La presencia femenina media, incluyendo periodistas y noticias, en *Estadio Deportivo* es de 4,33 (321/74) por día.

En *Estadio Deportivo* hemos encontrado, de media, dos páginas de publicidad sobre prostitución, que no hemos contado como presencia femenina, ya que hablamos sobre deporte.

La presencia femenina media en noticias protagonizadas por mujeres en *Estadio Deportivo* es de 2,27 (168/74) por día.

La presencia media de las periodistas en *Estadio Deportivo* es de 1,23 (91/74) por día.

Los días en los que no han escrito periodistas en *Estadio Deportivo* son: 27 de junio, 7, 14, 17, 18 y 25 de julio, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13 y 30 de agosto, y 11 y 12 de septiembre. Representa que en el 73% de los días hay una firma femenina como mínimo.

Los días en los que no hay noticias protagonizadas por deportistas femeninas en *Estadio Deportivo* son: 28 de junio, 2, 3, 6, 11 y 23 de julio, 19, 20, 21, 24, 25, 29 y 30 de agosto, y 1 y 6 de septiembre. Representa que en el 80% de los días hay una noticia, como mínimo, protagonizada por mujeres deportistas.

Como conclusión, hay que destacar que existe una mayor presencia media de más presencia media de noticias protagonizadas por mujeres que de autoras. Es decir, tienen una mayor visibilidad las deportistas que las periodistas.

A continuación, clasificamos las modalidades deportivas de acuerdo a la clasificación del Consejo Superior de Deportes.

Modalidades de acuerdo al CSD

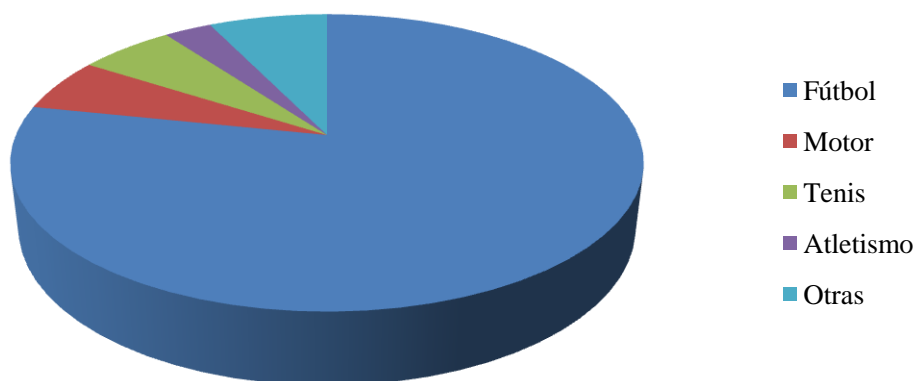
En la modalidad Motor se incluye automovilismo y motociclismo. No hemos creído oportuno desvincular una especialidad de otra.

Modalidades (masculinas o femeninas) sobre las que más escriben las periodistas:

Modalidad	Porcentaje del total
Fútbol	78,26%
Motor, tenis	5,8%
Atletismo	2,9%
*Otras	7,25%

*En el apartado "Otras" se incluyen las modalidades de tenis de mesa, vela, natación, voleibol y baloncesto

Modalidades



Las periodistas de *Estadio Deportivo*, durante el periodo estudiado, han escrito sobre 9 modalidades deportivas diferentes.

Modalidades femeninas sobre las que más se informa (noticias escritas por los y las periodistas):

Modalidad	Noticias	Porcentaje del total	En el periódico se publica una noticia, como media, cada...
Natación	20	13,24%	0,28 = 4 días.
Vela	18	12,5%	0,24 = 5 días.
Balonmano	8	5,5%	0,11 = 10 días.
Fútbol	8	5,5%	0,11 = 10 días.
Gimnasia	7	4,9%	0,09 = 12 días.
Judo	4	2,78%	0,05 = 20 días.
Baloncesto	4	2,78%	0,05 = 20 días.
Motor	4	2,78%	0,05 = 20 días.
Bádminton	3	2,09%	0,04 = 25 días.
Lucha olímpica	3	2,09%	0,04 = 25 días.
Piragüismo	3	2,09%	0,04 = 25 días.
Tenis de mesa	2	1,39%	0,03 = 34 días.
Atletismo	2	1,39%	0,03 = 34 días.
Voleibol	2	1,39%	0,03 = 34 días.
Triatlón	2	1,39%	0,03 = 34 días.
Taekwondo	2	1,39%	0,03 = 34 días.
Golf	1	0,7%	0,01 = 100 días.
Patinaje	1	0,7%	0,01 = 100 días.
Tiro con arco	1	0,7%	0,01 = 100 días.
Ciclismo	1	0,7%	0,01 = 100 días.
Hípica	1	0,7%	0,01 = 100 días.
Tiro olímpico	1	0,7%	0,01 = 100 días.
Halterofilia	1	0,7%	0,01 = 100 días.

Los distintos profesionales, durante el periodo de nuestro estudio, han escrito sobre 23 modalidades deportivas diferentes donde la mujer ha estado presente.

En el gráfico que aparece en la siguiente hoja observamos los distintos porcentajes sobre el total de noticias publicadas.

Modalidades

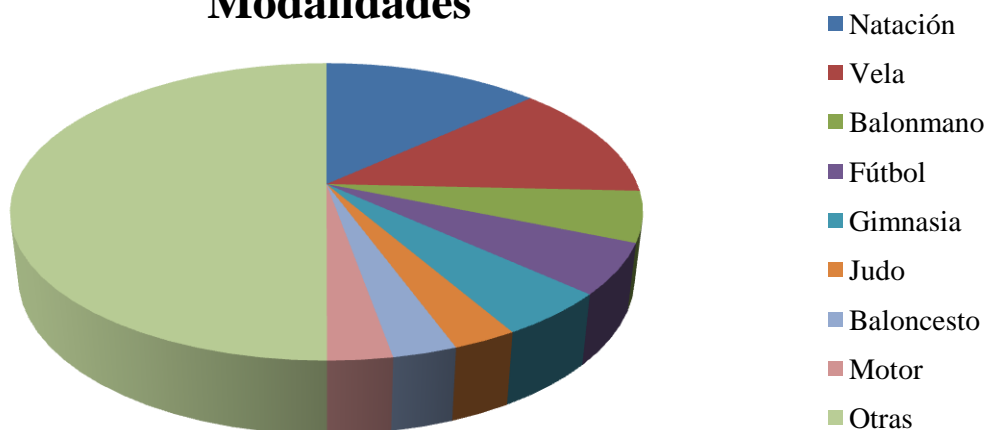
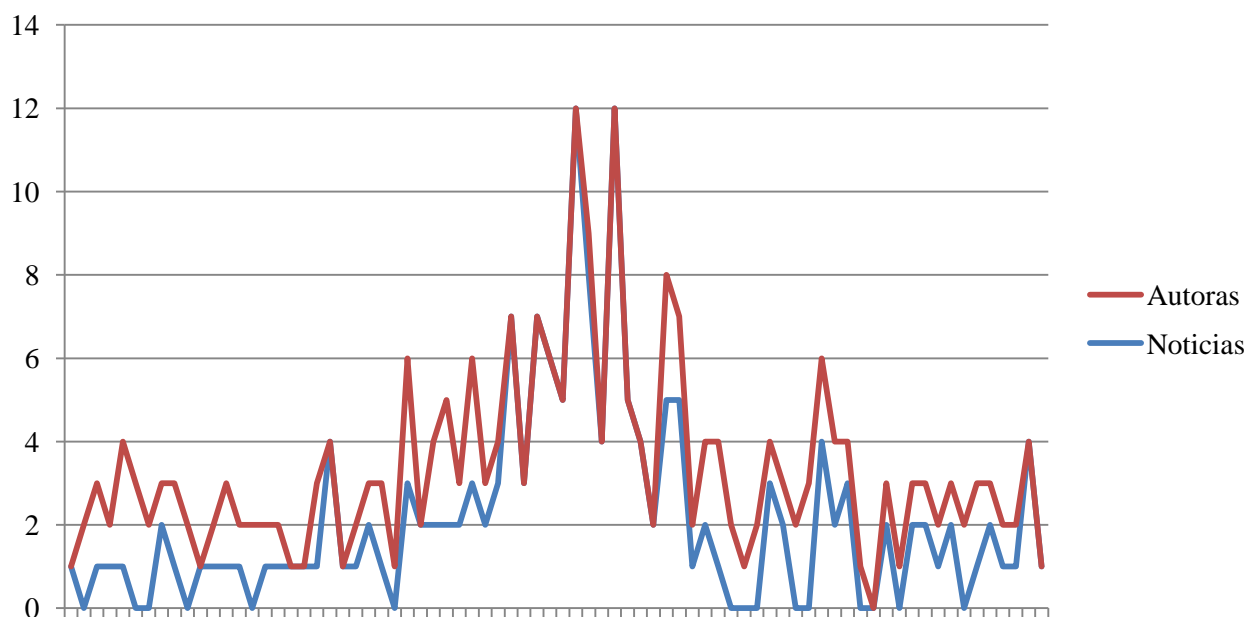


Gráfico de evolución durante los 3 meses sobre el número de noticias relacionadas con el deporte femenino y el número de firmas de las periodistas.



Utilizando el mismo esquema que en *Mundo Deportivo* para comentar la última gráfica, en ésta también se refleja la evolución de las noticias relacionadas con el deporte femenino y las periodistas que publican información desde julio a septiembre de 2012, coincidiendo con el antes, durante y después de los Juegos Olímpicos de Londres 2012. Todo ello en el diario *Estadio Deportivo*. En azul observamos el número de informaciones que protagonizan las deportistas, mientras que en rojo el número de periodistas que publican noticias.

Los Juegos Olímpicos de Londres 2012 fueron, desde la perspectiva española, un gran acontecimiento donde las mujeres fueron las protagonistas. Los diarios españoles reconocieron, aunque tardíos, la labor de las deportistas en estas Olimpiadas,

ya que consiguieron el 65% de las medallas obtenidas, a pesar de que sólo representaron el 40% de la delegación.

Por los datos numéricos reflejados, se puede apreciar perfectamente el momento en el que empieza Londres 2012. El mayor número de noticias sobre deporte femenino aparece durante la celebración del evento, con doce noticias. Tras los Juegos Olímpicos empieza a decaer hasta valores muy similares a los anteriores al festejo.

En cuanto a las autoras de las publicaciones, también alcanzan el máximo valor durante el evento, con doce periodistas escribiendo en las páginas de *Estadio Deportivo*. Durante el paso del tiempo, siguen apareciendo autoras pero en valores mínimos. Las periodistas que suelen escribir en este periodo de tiempo son Isabel Morales y Candela Vázquez.

Volviendo a la gráfica, vemos un ascenso a medida que se acercan los Juegos Olímpicos y, una vez que alcanzan el mayor valor, vuelven a descender tras la celebración de Londres volviendo prácticamente a los valores anteriores. Esto también es muy similar en el caso de las periodistas. El gráfico de *Estadio Deportivo* muestra de forma clara la cobertura que la mayoría de medios ofrecieron durante los Juegos Olímpicos de 2012. Primero los valores mínimos, más tarde con el protagonismo de la mujer subieron y, finalmente, tras Londres 2012 volvieron a sus valores iniciales.



Noticia de Isabel Morales sobre fútbol en Estadio Deportivo 17/08/2012

En definitiva, *Estadio Deportivo* es la muestra evidente de la evolución que el deporte femenino y las periodistas experimentaron durante el periodo de julio hasta septiembre de 2012.

12.-COMPARACIÓN

La presencia femenina media en noticias protagonizadas por mujeres es mayor en *Mundo Deportivo* (2,52) que en *Estadio Deportivo* (2,27). En *Mundo Deportivo* ofrecen una mayor cobertura al deporte femenino que en *Estadio Deportivo*.

La presencia media de las periodistas es mayor en *Mundo Deportivo* (2,85) que en *Estadio Deportivo* (1,23). Es decir, en el diario catalán escriben más del doble de periodistas que en el periódico sevillano.

En conclusión, la presencia femenina media, incluyendo periodistas y noticias, es mayor en *Mundo Deportivo* (5,94) que en *Estadio Deportivo* (4,33). Este dato muestra que la mujer tiene más protagonismo en el diario catalán que en el andaluz.

En *Estadio Deportivo* hay una firma femenina como mínimo en el 73% de los días estudiados, mientras que en *Mundo Deportivo* es en el 95,5% de los días. Es decir, casi todos los días.

En *Estadio Deportivo*, en el 80% de los días hay como mínimo una noticia protagonizada por mujeres deportistas, mientras que en *Mundo Deportivo* es levemente superior el porcentaje (83%). Como conclusión, existe una noticia sobre deporte femenino con más frecuencia en el diario catalán.

En *Estadio Deportivo* hay una mayor presencia media de noticias sobre deporte femenino que firmas de autoras, mientras que en *Mundo Deportivo* es al revés. En el diario barcelonés existe una mayor presencia de autoras que de noticias sobre la mujer deportista.

Respecto a la modalidad sobre la que más escriben las periodistas ambos periódicos coinciden: el fútbol. Sin embargo, en *Mundo Deportivo* han escrito en este periodo de tiempo analizado sobre 8 modalidades deportivas diferentes, mientras que en *Estadio Deportivo* lo han hecho sobre 9.

Como vemos, no en todo supera *Mundo Deportivo* a *Estadio Deportivo*. También, en el diario sevillano llegan a informar sobre 23 modalidades femeninas diferentes, mientras que en *Mundo Deportivo* lo hacen sobre 19.

Y para terminar, en la gráfica de *Estadio Deportivo* sobre la evolución de la presencia femenina, se puede apreciar cómo se ofrece una mayor cobertura al mundo de la mujer durante la celebración de los Juegos Olímpicos y luego vuelve a la normalidad, mientras que en la gráfica de *Mundo Deportivo* observamos una mayor regularidad.

Dentro de lo investigado, no sabemos de la existencia de suplementos referentes a los JJOO en *Estadio Deportivo* como sí ocurre en *Mundo Deportivo*. En *Estadio Deportivo* se mezclan con la información general, mientras que en *Mundo Deportivo* dispone de un suplemento especializado y diferenciado respecto a la información general. En estos suplementos existe la desigualdad entre sexos, aunque ofrecen, en buena parte, información sobre las diferentes modalidades femeninas.

También, las periodistas de ambos diarios que escriben suelen hacerlo sobre deportes mayoritarios, que se suponen que entiende todo el mundo. Como por ejemplo el fútbol o el baloncesto. Sin embargo, en la sección Motor de *Mundo Deportivo*, un buen número de veces está redactado por Elvira González. Pese a ello, esa atipicidad

cae en saco roto cuando el lector de *Mundo Deportivo* encuentra entre sus páginas un suplemento llamado OCIO, escrito por Cristina Cubero, donde aparecen referencias a la moda y al cuidado estético. Pese al creciente interés de esta temática por parte de los varones, solemos asociarla al ámbito femenino, quizás de ahí que la redactora sea una mujer. Además, en la prensa deportiva, seguimos sin entender la relación entre el deporte y la moda o la estética, algo más propio de otras revistas.

13.-DISCUSIÓN

Esta forma desigual de actuar cuando hablamos de sexos no es exclusiva de los medios, sino propia de todas las instancias sociales. La prensa, simplemente, colabora al mantenimiento de un sistema social que ha hecho posible la existencia de la desigualdad entre hombres y mujeres.

El número de informaciones en *Mundo Deportivo* y *Estadio Deportivo* no parecen responder a la importancia actual que cobra el deporte en el ámbito femenino, sino a la desigualdad reinante durante los años anteriores. Por ello, un cambio de mentalidad sería el primer paso para hacer visible el problema e introducirlo como debate en la opinión pública. O al menos en el público deportivo. Isabel Morales, de *Estadio Deportivo* (entrevista personal, 17 de septiembre de 2014), lo admite y afirma que "es un esfuerzo que tenemos que hacer desde todas las partes. Hay que ir dando pasitos para que gane protagonismo, tanto en calidad como en cantidad".

La información deportiva sobre la mujer tiene poco valor informativo para la prensa en general y, en especial, para estos dos diarios y se publican junto a los deportes minoritarios. Y, en ocasiones, se cuentan las historias más curiosas y más sensacionalistas con objeto de conseguir la atención del receptor. Es en general un tema que no merece una gran cantidad de espacio en las páginas de los diarios y que, como dijimos antes, se incluyen en un mismo lugar provocando la saturación, lo que se conoce como noticias blandas. María Pujol, triatleta reconocida, es optimista y se muestra contenta porque "está creciendo mucho la participación de la mujer en el triatlón. La verdad es que es un deporte que requiere tiempo y esfuerzo, pero nosotras estamos igual de capacitada, incluso nuestra característica de trabajadoras nos beneficia".

En los medios analizados, aparecen pocas informaciones relacionadas con el deporte femenino antes y después de los Juegos Olímpicos, algo que resta importancia, sobre todo después de Londres 2012, a los importantes éxitos de las deportistas españolas.

Los periodistas tienden a dar más valor a aquellos asuntos sobre los cuales se sienten más seguros, que conocen mejor. Denominado este mecanismo como el de la "competencia vital" porque entendemos que la socialización de hombres y mujeres ha sido diferente y, por lo tanto, los hombres dominan más algunos ámbitos de la experiencia vital, mientras que las mujeres, por su parte, están más versadas en otros. En el caso que nos ocupa, al ser las redacciones lugares frecuentados mayoritariamente por hombres, los campos de dominio con mayor presencia son los masculinos, y no aquellos sobre los cuales las féminas tienen mayor conocimiento. Por tanto, no resulta extraño que los profesionales tiendan a prestar más atención y a valorar más aquellos acontecimientos sobre los que se sienten vitalmente seguros. Sin embargo, en los

últimos tiempos, pese a la menor cobertura informativa existente, Isabel Morales se opone a estas afirmaciones: "no estoy de acuerdo. Se ha dado una cobertura importante al Mundial de Baloncesto femenino, también al de Balonmano, a la natación y a la gimnasia en todas sus modalidades".

La invisibilidad del deporte femenino en los medios podría estar ligada a la escasez de mujeres en cargos públicos y privados. Entre otras muchas iniciativas para cambiar esa realidad, se aprobó en España la Ley 3/2007 de 22 marzo para una igualdad efectiva de hombres y mujeres con la pretensión de acabar con la discriminación existente hasta la fecha. En la llamada Ley de Igualdad se establecen criterios y medidas para evitar la discriminación por motivos de sexo y se hace un llamamiento a los medios de comunicación tanto de titularidad pública como privada. Entre otras medidas se establecen porcentajes de presencia femenina en los organismos públicos no inferiores al 40%, al mismo tiempo que recomienda a las entidades privadas que traten de alcanzar objetivos parecidos.

TENIS

Los rivales, preocupados por Rafa Nadal

La baja del español Rafael Nadal en el Open USA fue tema central en el ATP de Cincinnati. Roger Federer confesó que "no es una sorpresa, porque le escribí y me dijo que no pintaba nada bueno. Lo imaginaba, sabía que podía pasar", dijo el suizo. "Supone una decepción para el tenis, de eso no hay duda", continuó el n.º1. "Me encantaría tenerlo en el sorteo, pero si se da de baja con tanto tiempo significa que debe ser algo serio. Eso es lo que da algo de miedo, y es lo que abre el gran debate sobre si volverá este año. Espero que lo haga. Está claro que ahora tiene más semanas libres. Ojalá sea una inteligente decisión por su parte, pero desde luego es un golpe grande y una noticia decepcionante para el mundo del tenis", añadió Federer.

Para el serbio Novak Djokovic, la baja de Nadal le preocupa porque "estoy seguro que, si estuviera en condiciones de competir, jugaría porque es un gran competidor y lo conozco muy bien dentro y fuera de la pista". "Le deseo una rápida recuperación. El hecho es que el tenis va a perder algo si Rafa no está



Federer, en el partido contra Bogomolov en Cincinnati que resolvió con victoria rotunda.

en acción y compitiendo, porque es alguien que ha hecho historia en este deporte", afirmó Djokovic. "Todos sabemos lo bueno que es y lo popular que es. Todos los demás, excepto él, vamos a jugar el Open, así que estoy seguro de que tendremos un buen torneo", apuntó. Para el británico Andy Murray, la ausencia del español le causa gran pesar porque lo considera un amigo. "Obviamente, es una pena porque Rafa me gusta mucho, ya que es además un amigo. Me da pena por él y también por el tenis. Ha tenido problemas con sus rodi-

las en el pasado. Así que espero que pueda descansar y que se arregle todo para que pueda volver a jugar su mejor tenis".

Volverá más fuerte

El argentino Juan Martín del Potro comentó que "todo el mundo conoce a Rafa, es un gran luchador. Estará con nosotros muy, muy pronto, y volverá a ser peligroso para cuando regrese, porque será mucho mejor. Es todavía muy joven y tiene muchos desafíos, por lo que estará listo muy pronto. Le deseo todo lo mejor porque es un buen tipo".

Prórroga

Balonmano

El Naturhouse se estrena
El Naturhouse La Rioja disputará hoy ante el Anaitasua su segundo amistoso de pretemporada, el primero que jugará ante sus aficionados del ogroño, en el que "eserá" su nuevo proyecto, probablemente el más ambicioso de su corta historia. Los aficionados del Naturhouse tendrán la primera oportunidad de ver a las nuevas incorporaciones Capote, Pavón, Mirdeguay y Cuartero, junto al resto de la plantilla. El choque tiene carácter benéfico y la recaudación se dedicará a la Asociación de Ayuda Contra el Cáncer.

Boxeo

Deprimido al no ir a Londres
El boxeador brasileño David Lourenço de Costa, campeón mundial juvenil en 2010 y desaparecido desde hacía seis días, regresó a su domicilio y dijo que estaba "deprimido" por su ausencia en los Juegos Olímpicos de Londres, informaron ayer sus familiares. "Está bien, descansando, pero todavía deprimido porque no pudo ir a los Juegos de Londres", explicó su padre, Alton Cardoso.

Giclismo

Vuelta a Portugal
1.ª etapa (200,8): J. J. Thomson (SAF/Unité) y D. H. E. J. Thomson (SAF/Unité) 2.ª etapa (Porto/LA Antarte) a 1047: A. G. Bravo (Esp/Caja Rural) a 1046; S. M. de Maar

Vanmarcke deja el Garmin
El belga, ganador de la Omloop Het Nieuwsblad, no regresa en el equipo estadounidense y su manager, Jonathan Vaughters, ha decidido no alinearle en la Vuelta a España para evitar que obtuviese puntos de mérito. No se ha hecho oficial cuál será su próximo equipo pero todo apunta al Rabobank.

La subasta de Vinoukov
El campeón olímpico de nata subacuática la bicicleta con la que se cogió la medalla de oro en los recientes Juegos de Londres. "Las bicicletas son bonitas y rígidas. He decidido que subastaré en breve la bicicleta, puede ser que a principios de septiembre, y el dinero que recaudemos irá destinado a un orfanato", dijo en rueda de prensa Vinoukov. El precio de salida será de 39.000 euros.

Zandio renueva por el Sky
El navarro, de 35 años, ha renovado por una temporada más su contrato con el Sky británico, al que pertenece desde 2011. Luchó en 2013 seis su decimotercera temporada como profesional.

Gimnasia

El futuro de Carolina
Beth Fernández, seleccionadora española junior y entrenadora de la gimnasta olímpica Carolina Rodríguez, fijó el futuro de su pupila en "su lesión y la recuperación de su tobillo". Fernández ha reconocido que "lo prioritario será la salud de la deportista", por lo que aconsejó un descanso de varias semanas a la gimnasta "para que limpie su mente y volvide la saturación de los últimos meses".

Golf

quín Blume, el esquiador y medallista olímpico José Ramón López Díaz-Flo, ha pedido que las medallas conseguidas en los Juegos Olímpicos tengan el mismo reconocimiento. "Ningún deporte debería tener más reconocimiento que otro, ya que se fijan demandas en los deportes más profesionales mientras que los otros trabajan en la sombra para ser finalmente los que sacan las castañas del fuego".

Piragüismo

Homenaje a Caviotto
El piragüista Saül Caviotto fue homenajeado ayer por la tarde en el ayuntamiento de Lleida, su ciudad natal, con motivo de la consecución de la medalla de plata en los Juegos Olímpicos de Londres en piragüismo en K-1 200. Caviotto se declaró emocionado por el recibimiento de la ciudadanía y agradeció el gesto del Ayuntamiento de poner su nombre al futuro centro de piragüismo de la ciudad.

Rugby

Aranza el Centro Naciones
Mariana empieza la primera edición del Cuatro Naciones, que releva 'The Nations' tras la incorporación de Argentina. Los dos primeros partidos enfrentarán a Australia y Nueva Zelanda en Sydney y a Surinámica y Argentina en Ciudad del Cabo.

Tenis

ATP Cincinnati
En EE.UU., pista dura, octavos 1. Chanda A. Murray 6-4, 6-4

Ejemplo de soft news en Mundo Deportivo 17/08/2012

La Ley de Igualdad constituye una trascendental apuesta institucional para forzar el camino a la paridad entre sexos, al menos en los organismos públicos. Aún así, como lo prueban los resultados expuestos, las periodistas que escriben a diario en *Mundo Deportivo* o *Estadio Deportivo* no llegan a tres. No se cumple la representación exigida por ley. La igualdad entre hombres y mujeres en el ámbito privado son muy lentos. Aunque en el periodismo la composición de las plantillas ha aumentado el número de redactoras, sigue estando pendiente el equilibrio de sexos en los puestos de responsabilidad.

La falta de visibilidad de la mujer, tanto en calidad de deportista como en la de periodista, en los medios de comunicación indica que está relegada. Muestra de la falta

de reconocimiento hacia las mujeres son los bajísimos porcentajes, de este estudio, que representan la aparición de la mujer en estos dos diarios. Pese a que durante la celebración de Londres 2012 estos datos mejoran, vemos cómo la evolución tras el festejo vuelve a datos anteriores. Es decir, a la gran desigualdad existente entre ambos sexos.

En el caso de que en las Olimpiadas la mujer española no hubiese tenido tanto protagonismo, quizás no hubiese tenido "tanta" repercusión, pues lamentablemente el deporte femenino no vende tanto como el masculino. A la parcela económica se refieren todos los entrevistados. Por ejemplo, Fernando Domínguez, de Radio Écija y Onda Cero Écija (entrevista personal, 24 de julio de 2014), argumenta que "además de que no vende tanto, el sueldo de una jugadora de baloncesto, comparándolo con un jugador del mismo deporte, ¿cuánto gana cada uno? Las diferencias son abismales. Hay un seguimiento mucho menor, una asistencia menor, unos patrocinios inferiores... todo contribuye. Quizás, si la cobertura fuera mayor, la atención por parte del público también crecería, y con ello el dinero en patrocinadores. Es una cuestión difícil. A día de hoy, la presencia en los medios del deporte femenino ha crecido considerablemente y debería seguir haciéndolo". Santiago Gil, presidente del Eurocontrol-Miragenil de fútbol sala femenino (entrevista personal, 20 de abril de 2014), nos comenta que "hacemos rifas, tenemos una barra en el pabellón donde servimos montaditos, pipas, refrescos... también hacemos comidas de equipo, vendemos lotería, hacemos sorteos... Un sinfín de cosas para sobrevivir a la crisis y a todo lo que viene que no es poco". Y a este discurso también se suma el entrenador del equipo cordobés, Rafael Aguilar (entrevista personal, 20 de abril de 2014), que declara con resignación que el deporte femenino "es complicado porque no tienes ayudas de ningún tipo y vas luchando con ellas día a día, divirtiéndote sin metas".

Y es que sin los medios de comunicación como trampolín, es más difícil para las deportistas dar a conocer a los patrocinadores que las ayudan, por lo que las empresas no invierten y hacer deporte para competir se convierte en una tarea muy complicada.

Lo anterior podría poner en evidencia, que o bien la Ley de Paridad no se está cumpliendo o que los cargos públicos que ostentan las mujeres tienen menos relevancia y menor repercusión en los medios de comunicación que los de los hombres.

Otro dato redundante sobre la presencia de mujeres y los temas de género son la casi nula presencia en la portada o contraportada de los diarios, las dos páginas que más visualizan los lectores. Sólo cuando Mireia Belmonte consiguió numerosas medallas, *Mundo Deportivo* le dedicó una portada. José Luis Rojas Torrijos, antiguo director de *Estadio Deportivo*, contó en una ocasión que, cuando él estaba al mando del periódico sevillano publicó, en portada y durante algunos días, informaciones de modalidades deportivas diferentes al fútbol. El resultado fue la pérdida de lectores.

En las noticias duras, salvo gran hazaña femenina, aparecen deportes practicados por hombres, mientras que en las noticias blandas, dominadas también por ellos, pueden aparecer protagonistas femeninas. Y así lo ve también Maribel Pérez, subcampeona de España en 100 metros lisos (entrevista personal, 31 de mayo de 2014), que de forma breve y contundente declara que no existe interés por el deporte femenino: "Sí. La gente quiere más noticias de fútbol u otros deportes".



Entrevista a Maribel Pérez (31/05/2014)

Pero no solo aparecen mujeres deportistas en portada ni en la contraportada, sino que tampoco vemos firmas femeninas en los dos grandes escaparates de los dos diarios analizados. Isabel Morales reconoce que "el nivel de atención no está relacionado con los logros ni muchísimo menos con el esfuerzo que hacen nuestros deportistas y coincido en que debería dárseles más visibilidad".

Esto es un ejemplo de que las mujeres no solo no están en los medios como protagonistas de las noticias, sino que tampoco tienen peso como fuentes de información. La visibilidad femenina es calificable de ridícula atendiendo a los porcentajes antes expuestos. Queda concluir que o bien la Ley de Igualdad o Paridad no se está cumpliendo o bien no está logrando su objetivo. Los medios de comunicación exhiben un mundo desproporcionadamente masculinizado.

En los primeros años del siglo XXI, todavía se sigue señalando a los medios de comunicación como uno de los principales responsables de la transmisión de valores estereotipados y patriarcales sobre las mujeres y los valores femeninos. En este ámbito, Belinda Domínguez, del Club Dynami-K Deportiva (entrevista personal, 21 de julio de 2014), sostiene que "todavía existe el estereotipo de que la gimnasia es para las mujeres". Sin embargo, esta profesora lucha contra los estereotipos y admite que se ha visto desbordada este año, algo que le ha pillado por sorpresa: "si tuviésemos un lugar más amplio no tendría problema en acoger más niños".

Cabría realizar alguna recomendación destinada a la presentación de una realidad más plural y diversa, así como para erigirse en auténticos factores de cambio y "contagiar" de estas nuevas prácticas periodísticas a la ciudadanía, en general, y al resto de medios, en particular.

Como se puede apreciar, deporte y mujer parecen, desde el punto de vista informativo, términos contrapuestos. Un acercamiento a la igualdad pasa por un cambio en la actuación periodística para mejorar e incrementar la presencia de la mujer deportista en los medios, algo que puede realizarse mediante la sensibilización de los profesionales que dirigen y trabajan en los diferentes medios de comunicación. En este sentido, Fernando Domínguez es rotundo y afirma que "debe hacerse con profesionalidad y aislándonos de si es deporte femenino o masculino", aunque añade

que "no olvidemos, la mayoría de la prensa es privada, es decir, empresas que tienen que rendir cuentas ante unos accionistas. El objetivo es ganar dinero, lo que no significa que se informe mal, sino que se informa poco".

Es decir, erradicar la discriminación por motivos de género, ya que dificultan la visibilidad real de la mujer, y en muchas ocasiones provoca que se la excluya de la esfera pública. A la mujer le siguen exigiendo un plus de belleza y de juventud que difícilmente se le atribuye al otro sexo. Ni siquiera en las portadas donde existe una notoria escasez de mujeres protagonistas. Sin embargo, María José Rienda (entrevista personal, 6 de agosto de 2014), campeona del mundo de esquí en eslalon gigante, no observa tanta desigualdad. La esquiadora cree que "afortunadamente las diferencias entre mujeres y hombres no son tan relevantes, al menos en el mundo del esquí, ya que es una disciplina donde las competiciones de chicas también son espectaculares y mueven a muchos aficionados".

Esta absoluta invisibilidad de las deportistas está interiorizada de tal manera en nuestra sociedad, que se asume como si fuese totalmente natural que las mujeres que practican deportes, y además compiten, no sean consideradas objeto de interés público o noticioso. María José Álvarez y Ana Cristina Domínguez, jugadoras de la selección nacional de hockey subacuático (entrevista personal, 12 de abril de 2014), es testigo de esta creencia social dentro de su deporte, ya que declara que "a las mujeres les cuesta mucho trabajo decantarse, aunque llegamos a ellas a través de redes sociales, y sobre todo el boca a boca". Y se queja de que "en los medios tenemos muy poca repercusión y hasta se ríen de nosotras, no nos toman en serio". María José se muestra pesimista de cara al futuro, pues lo ve "muy negro por los patrocinadores, los ingresos económicos... No puedes motivar a los jóvenes así y entonces no podemos crecer".



Entrevista a María José Álvarez y Ana Cristina Domínguez (12/04/2014)

14.-CONCLUSIONES

La organización empresarial tiene unos objetivos y planteamientos concretos, ajenos por completo a la existencia de los géneros, e indiferente ante la significación social de las diferencias debidas a éstos. Estas cuestiones_ surgen habitualmente de la periferia, y por esta razón no suelen ser contempladas como asuntos dignos de ser tratados con asiduidad.

Los medios de comunicación, además de ejercer como notarios de la realidad social son, en buena medida, un reflejo del sentir popular, en general, y de la población lectora en particular, lo que constituye un termómetro muy valioso para conocer la realidad social.

El periodismo no ha sido una excepción. Si la vida profesional, económica y política del mundo no tenía otros protagonistas que los varones, también los medios informativos encargados de dar cuenta de ella eran terreno masculino en la inmensa mayoría de hechos noticiosos. La gran revolución para conseguir que las mujeres fueran simplemente personas, comenzó hace relativamente poco (feminismo).

Los datos hasta aquí reseñados, tomando como ejemplo *Mundo Deportivo* y *Estadio Deportivo*, hablan por sí solos: la paridad no existe en los medios de comunicación pese a las leyes y a las crecientes proclamas de igualdad por parte de las instituciones. Y en el caso de comparar ambos diarios, *Estadio Deportivo* ofrece un seguimiento informativo ridículo sobre los deportes protagonizados por mujeres.

En los gráficos que hemos realizado en este estudio se ve bastante bien cómo antes de Londres 2012 las informaciones sobre deporte femenino eran muy bajas, durante la celebración de los Juegos Olímpicos suben notablemente y, una vez finalizados, vuelven a caer a registros anteriores, pese a la consecución de la mayoría de medallas para la delegación española.

Por tanto, queda mucho camino que recorrer en el ámbito de los medios de comunicación para que se cumplan las leyes y, sobre todo, las deportistas españolas tengan la cobertura mediática que merecen por los éxitos conseguidos y su esfuerzo diario. Hay que buscar un equilibrio entre la información deportiva, dando importancia a deportes minoritarios y a los protagonizados por mujeres, y los beneficios económicos.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

AGUILAR, MANUEL (2008). Beatriz Manchón, pasión y oro. Sevilla: *Estadio Deportivo*.

Capítulos en libros

LIPPMANN, Walter (2003): “La opinión pública”, en CUADERNOS DE LANGRE, MADRID, pp. 81-142.

Artículo de revista científica

GÓMEZ Y PATIÑO, María (2012). “La mujer en la prensa aragonesa. Análisis de los periódicos de referencia”, en Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación nº 10, 2012, pp. 183-205.

VALVERDE FERNÁNDEZ, Carmen (2008). “Tratamiento de la mujer en los medios”, en Cuadernos de comunicación nº2, 2008, pp. 37-49.

RODRÍGUEZ WANGÜEMERT, Carmen, MATUD AZNAR, Pilar y ESPINOSA, Inmaculada (2008). “Roles de género en la prensa diaria nacional”, en Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 2008, pp. 575-580.

RUIZ GARCÍA, Marta y RUBIO ALGARRA, Joaquina (2004). “La influencia de los medios de comunicación en las imágenes femeninas. Actitudes, hábitos y comportamientos de las mujeres con respecto a la belleza y el cuerpo”, en CLEPSYDRA, 2004, pp. 89-107.

FRANQUET, Rosa, LUZÓN, Virginia y RAMAJO, Nati (2006). “Mujer y medios de comunicación on-line. Un análisis de género”, en 7º Congreso de Periodismo Digital de Huesca, 2006.

GÓMEZ Y PATIÑO, María (2011). “Análisis del tratamiento de la mujer en la prensa española. Día Internacional de las Mujeres”, en Estudios sobre el Mensaje Periodístico nº 1, 2011, pp. 119-140.

GALLEGO AYALA, Juana (2003). “Producción informativa y transmisión de estereotipos de género en la prensa diaria”, en Communication & Society nº2, 2003, pp. 49-66.

BEZUNARTEA, Ofa, GARCÍA GORDILLO, María del Mar y RODRÍGUEZ REY, Ana (2012). “La mujer como cargo y como fuente en la prensa escrita. La paridad no llega a las noticias”, en Ámbitos, nº 21, 2012, pp. 233-256.

MIELGO ÁLVAREZ, Arancha, SAÁ TEJA, Paloma y SACO VÁZQUEZ, Manuela (2008). “El posicionamiento de la mujer en la prensa digital”, en Estableciendo puentes En Una Economía mundial, 2008, pp. 1-15.

ROCA, Meritxell (2006). “La imagen de la mujer en la prensa femenina en «Telva» (1963-2000)”, en Comunicar, nº26, 2006, pp. 149-154.

MARÍN, Flora y GANZABAL, María (2011). “La mujer (in)visible: la construcción de la identidad femenina a través de la fotografía en El País y El Mundo”, en Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, nº3, 2011, pp. 51-57.

Documentos electrónicos

MUNDO DEPORTIVO, (n.d.) “Hemeroteca”, en Mundo Deportivo. [Consulta: 20.07.2014-13.09.2014]: <http://www.mundodeportivo.com/hemeroteca/index.html>

ESTADIO DEPORTIVO, (n.d.) “Contacto y localización”, en Estadio Deportivo. [Consulta: 10.04.2014]: <http://www.estadiodeportivo.com/servicios/contacte/contacte.html>

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, (n.d.) “Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres”, en BOE. [Consulta: 23.07.2014]: <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-6115>

DÍEZ GARCÍA, Alejandro (2006) “Evolución histórica y social de la presencia de la mujer en la práctica física y el deporte”, en efdeportes.com, nº99. [Consulta: 20.07.2014-07.08.2014]: <http://www.efdeportes.com/efd99/mujer.htm>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (n.d.) “Asociaciones y federaciones”. [Consulta: 30.07.2014]: <http://www.csd.gob.es/csd/sociedad/3EnsDepor/modalidades-deportivas/>

DIARIO AS (n.d.). [Consulta: continua]: <http://as.com/>

JUEGOS EN LONDRES 2012 (n.d.). [Consulta: 05.05.2014]: <http://www.juegosenlondres2012.com/>

MUJER Y DEPORTE (n.d.). [Consulta: 19.08.2014-22.08.2014]: <http://mujerydeporte.wordpress.com/2007/08/11/historia-de-la-mujer-en-el-deporte/>

VARIOS AUTORES (2000). “Historia deportiva de Tomás Barris”. [Consulta: 21.09.2014]: <http://www.barris.org/JJOO/1924paris.html>

OJD (n.d.). [Consulta: 15.09.2014]: <http://www.introl.es/>

UNIDAD EDITORIAL (n.d.). [Consulta: 15.09.2014]: <http://www.unidadeditorial.com/>

CONSEJO PONTIFICIO PARA LOS LAICOS (n.d.) “Las olimpiadas y las mujeres”. [Consulta: 02.10.2014]: <http://www.laici.va/content/laici/es/sezioni/donna/notizie/le-donne-alle-olimpiadi.html>

LÓPEZ, ADRIANO (n.d.) “Mujer y deporte”. [Consulta: 02.10.2014]: <http://medicina.uca.es/wsigcbau/v.-la-mujer-y-los-juegos-olimpicos.doc>

WIKIPEDIA (n.d.) “Juegos Panhelénicos”. [Consulta: 03.10.2014]: http://es.wikipedia.org/wiki/Juegos_Panhel%C3%A9nicos

WIKIPEDIA (n.d.) “Juegos Panhelénicos”. [Consulta: 03.10.2014]: http://es.wikipedia.org/wiki/Juegos_Panhel%C3%A9nicos

MUSEO REPRODUCCIONES BILBAO (n.d.) “Los Juegos Panhelénicos”. [Consulta: 03.10.2014]: <http://www.museoreproduccionesbilbao.org/es/educacion/itinerarios/los-juegos-panhelenicos>

EFDEPORTES (n.d.) “Los otros Juegos Panhelénicos de la antigüedad: los Juegos Píticos”. [Consulta: 03.10.2014]: <http://www.efdeportes.com/efd53/piticos.htm>

BIOGRAFÍAS Y VIDAS (n.d.) “Pierre Coubertin”. [Consulta: 03.10.2014]: <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/c/coubertin.htm>

LA VANGUARDIA (n.d.) “75 Aniversario de los Juegos Olímpicos”. [Consulta: 03.10.2014]: <http://www.lavanguardia.com/hemeroteca/20120902/54342487207/pierre-de-coubertin-juegos-olimpicos-75-aniversario.html>

CNN+ MEXICO (2012) “La historia olvida a la primera mujer en ganar un oro en los Juegos Olímpicos”. [Consulta: 03.10.2014]: <http://mexico.cnn.com/deportes/2012/08/05/la-historia-olvida-a-la-primera-mujer-en-ganar-oro-en-juegos-olimpicos>

WIKIPEDIA (n.d.) “Pierre de Coubertin”. [Consulta: 03.10.2014]: http://es.wikipedia.org/wiki/Pierre_de_Coubertin

PROYECTO.NUESTRO DIARIO (n.d.) “Tipos de noticias”. [Consulta: 03.10.2014]: <https://sites.google.com/site/proyectonuestrodiario/marco-teorico-1/tipos-de-noticias>

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE JUGADORAS DE FÚTBOL (2012) “Deporte, género y discriminación”. [Consulta: 04.10.2014]: <http://mujeryfutbol.com/deporte-genero-y-discriminacion/>

EL DIARIO (2014) “El fútbol como metáfora de la vida y de la discriminación sexual”. [Consulta: 04.10.2014]: [http://www.eldiario.es/zonacritica/futbol-metadora-vida-discriminacion-sexual_6_280731932.html](http://www.eldiario.es/zonacritica/futbol-metфора-vida-discriminacion-sexual_6_280731932.html)

IUSPORT (2014) “Deporte femenino profesional: discriminación de derecho”. [Consulta: 04.10.2014]: <http://iusport.com/not/3188/deporte-femenino-profesional-discriminacion-de-derecho/>

ATC LLIBERTAT (n.d.) “Identidad, género y discriminación en el deporte”. [Consulta: 04.10.2014]: <http://www.aldarte.org/comun/imagenes/documentos/identidad%20genero%20discriminacion%20en%20el%20deporte.pdf>

LÓPEZ DÍEZ, PILAR (n.d.) “Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones”. [Consulta: 05.10.2014]: <http://www.pilarlopezdiez.eu/documents/CSD.LibroDeporteymujeres.pdf>

ALTO RENDIMIENTO (n.d.) “Deporte femenino y medios de comunicación: análisis de la presencia en la prensa escrita”. [Consulta: 05.10.2014]: <http://www.altorendimiento.com/congresos/mujer-y-deporte/821-deporte-femenino-y-medios-de-comunicacionanálisis-de-la-presencia-en-prensa-escrita>

GOBIERNO VASCO (2013) “Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista y deportiva vasca”. [Consulta: 05.10.2014]: http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/contenidos/informacion/berdintasuna_materialak/es_def/Tratamiento%20mujeres%20prensa%20deportiva_para%20web_cast.pdf

EL DIARIO (2013) “La representación de las mujeres en los medios de comunicación”. [Consulta: 05.10.2014]: http://www.eldiario.es/agendapublica/impacto_social/representacion-mujeres-medios-comunicacion_0_193880948.html