

Influencia del patrocinio y de los medios de comunicación en la discriminación del deporte de elite femenino

Las mujeres se han incorporado al deporte de alto nivel (deporte rendimiento y espectáculo) con cierto retraso con respecto a los hombres, y pese al aumento de la representación femenina en grandes acontecimientos deportivos (olimpiadas, campeonatos del mundo y otros), la discriminación por el patrocinio y los medios de comunicación sigue siendo una realidad. Todos los años desaparece algún equipo femenino de la máxima categoría en cualquier deporte por falta de medios y apoyos. La nueva ley de igualdad efectiva de mujeres y hombres contempla todo un desarrollo para la igualdad real entre mujeres y hombres en el deporte y medios de comunicación públicos y privados. Ahora sólo falta que los organismos correspondientes desarrollen todo lo que está programado.

Palabras clave: *deporte, rendimiento, discriminación, mujer, patrocinio, medios de comunicación.*

The influence of sponsorship and the media on discrimination in top-level women's sport

Women joined the ranks of top-level high-performance and spectator sports somewhat later than men, and although their presence at major events (Olympic Games, World Championships, etc) has increased and they have achieved excellent results, they still face discrimination by sponsors and the media. Every year a top-level women's team in one sport or another goes under through a lack of backing and support, based on the belief that such sports are of no interest to spectators. The new Effective Equality between Men and Women Act contains a series of provisions to help achieve real equality between men and women in sport and the public and private media. All we need now is for the corresponding bodies to put this into action.

Keywords: *high-performance sport, discrimination, women, sponsorship, the media.*

Introducción

El tema de mujer y deporte es de máxima actualidad desde hace bastantes años, aunque con escasos resultados reales en cuanto al tratamiento que el patrocinio y medios de comunicación le han otorgado al deporte femenino de elite. La publicación de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, entre otras cosas, pretende potenciar el apoyo de los medios de comunicación y el patrocinio al deporte femenino.

Muchas son las organizaciones, jornadas, congresos, etc., que desde hace muchos años tratan el tema, y aunque se han logrado avances

importantes, la realidad del deporte de elite femenino no ha alcanzado la igualdad en los medios de comunicación, el patrocinio, las federaciones nacionales e internacionales, ni siquiera en lo que respecta al apoyo del propio estado y de otras organizaciones responsables del deporte.

La igualdad entre mujeres y hombres, aun siendo una exigencia de la razón humana, no es un hecho ni siquiera en las sociedades que proclaman ideales democráticos. Es preciso emprender acciones para inducir los cambios de índole psicológica, sociológica e institucional que permitan que las dos partes que componen la humanidad se sientan iguales y se reconozcan como tales.

El hombre siempre ha practicado deporte de una manera natural y aceptada social y culturalmente. La mujer, condicionada por su educación, por sus obligaciones familiares y reproductoras, por su diferente papel social según la cultura en la que se desarrolla, ha llegado al mundo del deporte con gran retraso y aún tiene mucho camino por recorrer. A lo largo de la historia, las actividades deportivas han sido consideradas esencialmente masculinas. En cuanto a la mujer, vamos a remontarnos a la restauración de los Juegos Olímpicos como punto de partida del deporte moderno en 1896. El gran ideólogo y humanista que con su moderna visión del mundo supo impulsar de nuevo el deporte como gran valor unificador de la humanidad no aceptaba la participación de las mujeres en el deporte, que tildaba de «contraria a la naturaleza» influenciado por las corrientes sociales y científicas de su época. Sin embargo, las reservas de Coubertin no impidieron que en los Juegos celebrados en París en 1900 la mujer ya participara en las modalidades de tenis, golf y vela, ni que progresivamente fuera incorporándose a otros.

La situación que ha vivido la mujer en cuanto a la práctica deportiva y su evolución en el tiempo se puede extrapolar a la situación actual que vive la mujer en el tratamiento de los medios de comunicación y patrocinio, los dos responsables máximos de su discriminación en el deporte de elite, donde aún queda un gran camino por recorrer hasta conseguir un tratamiento igualitario.

Coghen (2002) realiza un análisis de la evolución de la mujer en cuanto se refiere a la práctica deportiva y su participación en las estructuras y organización deportiva. Desde 1970 la mujer ha ido incorporándose en todos los terrenos laborales a la par que se desarrollaba una gran conciencia de los beneficios y la contribución del deporte en el bienestar de la mujer. Las mujeres todavía están poco representadas en países cuya tradición cultural limita su avance; en América del Sur, Asia y África siguen existiendo tabúes religiosos, físicos e incluso sociales, como la pérdida de la feminidad, la belleza, la capacidad reproductora... No obstante, en los países desarrollados se avanza deprisa: el

Comité Olímpico Internacional (COI), los Comités Olímpicos Nacionales (CON), las Federaciones Internacionales y Nacionales y la más amplia variedad de organizaciones deportivas han trabajado para desarrollar programas que permitan a las mujeres practicar el deporte que deseen y por otro lado gestionar, entrenar o dirigir esos deportes.

Se ha avanzado mucho en el terreno de la práctica deportiva, tanto a nivel de competición como a nivel de deporte para todos, y aunque existen más medios y más oportunidades de entrenamiento, las mujeres necesitan mayor protagonismo en los medios de comunicación, el patrocinio, instituciones deportivas, en gestión y liderazgo deportivo.

Hablar sobre deporte y mujer en cualquier parcela, ámbito o nivel deportivo es complejo. Es importante estudiar, conocer y abordar su situación actual en el sistema deportivo, indagar sobre el tratamiento que recibe en la sociedad el tema de la mujer y el deporte, conocer el apoyo institucional que se dedica a esta cuestión, descubrir qué implicación y funciones tienen las mujeres en el mismo, etc.

En el presente artículo se aborda la discriminación de la mujer en el deporte rendimiento-espectáculo considerado de elite, por parte del patrocinio y los medios de comunicación.

Marco jurídico

Es imprescindible citar algunos documentos legislativos en los que aparece de una forma u otra la igualdad desde el plano jurídico, así como eventos muy importantes sobre la temática de la mujer en el deporte.

En la Constitución Europea (2004), concretamente en el artículo 282 de la sección 5.^a del capítulo V, se concreta que la acción de la Unión tendrá entre sus objetivos:

Desarrollar la dimensión europea del deporte, promoviendo la equidad y la apertura en las competiciones deportivas y la cooperación entre los organismos responsables del deporte, y protegiendo la integridad física y moral de los deportistas, especialmente la de los jóvenes.

La Constitución Española (1978) establece el principio de igualdad y no discriminación e insta a los poderes públicos a promover las condiciones para que la libertad y la igualdad sean reales y efectivas, eliminando los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitando así la participación de todos los ciudadanos y ciudadanas en la vida política. En su artículo 43.3, obliga a los poderes públicos a fomentar el deporte.

La Carta Europea del Deporte (1992) recoge la necesidad de garantizar la práctica deportiva a toda la población. Se hace expresa la recomendación del fomento del deporte rendimiento en los artículos 7 y 8. Además en su artículo 12 expresa que «se aportarán ayudas adecua-

das, así como recursos procedentes de los fondos públicos (de las administraciones central, regional y local), para hacer posible el logro de los fines y objetivos que se expresan en la Carta». Ahora bien, en ningún artículo de este documento se hace referencia expresa a la mujer.

Otros dos documentos internacionales importantísimos son el Informe de Helsinki (1999) y la Declaración de Niza (2000). El primero hace referencia a cuestiones importantes que afectan al deporte y se refiere expresamente a la situación de la mujer en el ámbito deportivo, mientras que el segundo expresa que «la actividad deportiva debe ponerse al alcance de todas las personas, respetando las aspiraciones y capacidades de cada uno y con toda la diversidad de prácticas competitivas o de ocio, organizadas o individuales».

En la Conferencia Mundial sobre la Mujer y el Deporte (2002) se hace referencia a la Declaración de Manila (1996), una de cuyas resoluciones manifiesta «que se establezcan políticas que garanticen una mayor participación de la mujer en la elaboración de programas y el diseño de estructuras que aumenten el número de mujeres en calidad de entrenadoras, consejeras, responsables de la adopción de decisiones oficiales, administradoras y a cargo de seleccionar, formar y conservar al personal en el deporte». En estos momentos ya vamos por la IV Conferencia Mundial sobre mujer y deporte del Comité Olímpico Internacional, celebrada del 8 al 10 de marzo en Jordania bajo el lema «El deporte como vehículo para el cambio social».

En el artículo 2, párrafo 5 de la Carta Olímpica se expresa que el Comité Olímpico Internacional (COI) «estimulará, por todos los medios apropiados, la promoción deportiva de las mujeres a todos los niveles y en todas las estructuras y, especialmente, en los órganos directivos de las organizaciones deportivas nacionales e internacionales, con vistas a la aplicación estricta del principio de igualdad de sexos».

En la Ley 10/1990 del Deporte, el artículo 6 establece que el deporte de alto nivel se considera de interés para el estado, en tanto que constituye un factor esencial en el desarrollo deportivo, por el estímulo que supone para el fomento del deporte de base y por su función representativa de España en las pruebas o competiciones deportivas oficiales de carácter internacional. No realiza mención concreta a la mujer y el deporte, como sí ocurre en la Ley 6/1998 del Deporte de Andalucía, que en su artículo 3 expresa: «El fomento del deporte prestará especial atención a los niños, jóvenes, mujeres, personas mayores, a los discapacitados, así como a los sectores sociales más desfavorecidos, teniendo especialmente en cuenta aquellas zonas o grupos a los que la ayuda en estas actividades pueda suponer un mecanismo de integración social o una mejora de su bienestar social».

El Parlamento Europeo (resolución A5-00167/2003 de 21 de mayo) establece para los estados, organismos e instituciones europeas los siguientes fines con respecto al deporte y la mujer: estructurar la cuestión relativa a las mujeres y el deporte; promover la participación de las mujeres en el deporte escolar, universitario y de ocio; garantizar la equidad de trato e igualdad de derechos en el deporte de competición amateur, alta competición y alto nivel; garantizar la salud de deportistas y reforzar la participación de las mujeres en la toma de decisiones.

La Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en la exposición de motivos en el párrafo III específica que «la mayor novedad de la ley radica, con todo, en la prevención de esas conductas discriminatorias y en la previsión de políticas activas para hacer efectivo el principio de igualdad». Igualmente en el artículo 6 hace referencia a la discriminación directa o indirecta.

También existe toda una serie de congresos, jornadas, comisiones e instituciones con el tema monográfico de mujer y deporte, entre los que destacamos: las conferencias mundiales de mujer y deporte del Comité Olímpico Internacional; la comisión de mujer y deporte del Comité Olímpico Español; jornadas nacionales Mujer y Deporte; conferencia europea sobre mujer y deporte, que ya va por la séptima; seminarios de Mujer y Deporte. Todo esto se complementa con las iniciativas de las diferentes Comunidades Autónomas. Se observa que en el marco jurídico y en el de conocimiento, el tratamiento de la mujer en el deporte es una línea prioritaria de preocupación y de investigación.

El deporte rendimiento-espectáculo como elite. Una deuda con las mujeres

En el deporte rendimiento, la finalidad principal es el producto, es decir, el resultado que puede obtenerse venciendo al adversario. El deporte rendimiento se aparta de la actividad física libre y espontánea y se practica en un sistema planificado que, con carácter general, está articulado y controlado por clubes deportivos en un primer grado y, en última instancia, por las federaciones deportivas correspondientes a la modalidad practicada. No obstante, existen otros ámbitos donde también se practica el deporte de rendimiento y que escapan al ámbito federativo, como el municipal, el escolar o las actividades que se desarrollan de forma privada.

Uno de los rasgos que define el rendimiento es la institucionalización, es decir, el deporte está oficializado, sobre todo el deporte de alta competición, que llega a ser razón de estado o de multinacionales; de ahí

que reciba fuertes influencias sociales, políticas y económicas, siendo utilizado en muchos casos como indicador de desarrollo y símbolos de identidad de países. Existen diferentes niveles deportivos en función de los distintos grados de rendimiento: iniciación, deporte de alto rendimiento y deporte de alto nivel, en el marco general de la competición deportiva.

En el ámbito rendimiento existe una codificación de la competición muy estricta regulada por las federaciones y ligas de clubes, con una organización piramidal y un sistema de ascenso y descenso de categorías, maximizando el rasgo de competición. La actividad física se torna en exigente y el nivel de participación en progresivamente selectivo y restrictivo. Todas las actuaciones se orientan hacia la búsqueda de los mejores resultados deportivos.

Por ello, la concepción científica del entrenamiento y la tecnificación de los procesos que en él intervienen han desbancado a la tan extendida selección natural de los deportistas, representada en una pirámide de base amplia y cúspide estrecha. Existe escasa relación entre la extensión de los hábitos deportivos en la población y los resultados obtenidos en el deporte de alto rendimiento. Es fácil observar cómo países de bajo desarrollo socioeconómico, donde la práctica deportiva está destinada sólo a los más dotados, obtienen excelentes resultados en el alto rendimiento. De sobra está consensuado que la generalización de la práctica deportiva representa un factor de desarrollo de las sociedades avanzadas; entre una cosa y la otra existe una relación directa que no se encuentra en el caso del alto rendimiento.

Ello implica que el desarrollo del deporte de alto rendimiento no siempre está directamente vinculado con el progreso de las prácticas físico-deportivas de la población, sino que tiene que ver con unos centros de alta tecnificación deportiva donde se trabaja con un número muy reducido de deportistas seleccionados por sus extraordinarias aptitudes.

El deporte rendimiento posee unos criterios de práctica restrictivos y selectivos, permitiendo que sólo las personas más dotadas física y psíquicamente puedan alcanzar este nivel de práctica deportiva. Está orientado a la obtención de resultados y, por lo tanto, necesita de una adecuada tecnificación o sistemática de intervención científica sobre el deportista y un elevado apoyo económico por parte de las administraciones públicas competentes.

Por la concepción progresiva, selectiva y restrictiva que posee el deporte de rendimiento, podemos distinguir varios niveles de resultados o varios niveles de rendimiento, conforme vaya evolucionando el deportista. Serán deportistas de alto nivel quienes figuren en las relaciones anuales elaboradas por el Consejo Superior de Deportes, en colaboración con sus Federaciones Españolas, y en su caso, con las CCAA, y

de acuerdo con las variables de competición, resultados y condiciones que se especifiquen en la normativa estatal.

Los deportistas de alto rendimiento desarrollados por las CCAA son la antesala del alto nivel español. Por ejemplo la Ley 6/98 del Deporte en Andalucía define a los deportistas andaluces de alto rendimiento como aquellos que figuren en las relaciones que periódicamente elaborará la consejería competente en colaboración con las federaciones deportivas andaluzas.

Conviene subrayar que el deporte de alto rendimiento constituye una dimensión de extraordinario interés no sólo como origen de las futuras generaciones de deportistas de alto nivel, sino también por sus efectos positivos sobre el deporte base y la práctica deportiva en general, a la que atrae y estimula. Con el fin de atender a esta necesidad, se han creado unos centros: C.A.R. (Centros de Alto Rendimiento), C.T.D (Centros de Tecnificación Deportiva), C.E.A.R (Centros de Especialización de Alto Rendimiento), C.E.T.D (Centros de Especialización en Tecnificación Deportiva), de los cuales los C.T.D y los C.E.T.D son de titularidad autonómica. Ahora bien, el deporte de alto rendimiento desarrollado a su máximo nivel puede ser susceptible de convertirse en deporte espectáculo. Sólo debe considerarse propiamente como espectáculo aquella actividad deportiva en la que la actividad mercantil es el eje dinamizador que condiciona su desarrollo convencional. El deporte espectáculo es la actividad deportiva articulada como producto de consumo y la realizada como función o diversión pública, y que congrega espectadores para presenciarlo. Por lo tanto, podemos definir el deporte espectáculo como el conjunto de todas aquellas actividades deportivas que, realizadas por deportistas profesionales, semiprofesionales o de elite, son capaces de despertar un elevado interés en la sociedad y en los medios de comunicación, y de congrega a miles de espectadores para presenciarlo. Esto refleja la gran eclosión que ha tenido el deporte espectáculo a finales del siglo XX y comienzos del XXI. En estos momentos se ha llegado al punto de que imposible hablar del deporte sin tener en cuenta su aspecto como espectáculo.

El deporte profesional y espectáculo están íntimamente relacionados, ya que no se puede hablar de deporte profesional si no hay un espectáculo, aunque existe un deporte de alta competición no profesional que también es capaz de producir espectáculo al atraer a muchos espectadores. El deporte espectáculo trasciende el lugar donde se celebra. Los derechos de televisión y de los demás medios de comunicación darán a conocer en todo el mundo la ciudad donde se celebre el acontecimiento deportivo. Por lo tanto, la incidencia en la imagen exterior está garantizada. La incidencia del deporte espectáculo en la población

supone, por un lado, un estímulo hacia la práctica, y por otro, un refuerzo de los sentimientos de pertenencia a una determinada ciudad, comunidad, nación o estado generado por los deportistas de una determinada área en su proyección exterior; todo ello sin olvidar el valor que tiene este tipo de deporte como instrumento de prestigio frente a otros territorios o comunidades.

Socialmente se interpreta que el deporte rendimiento femenino no genera espectáculo. Esto no es cierto pues son muchos los países que gozan de un deporte espectáculo femenino con tanta conciencia social como el masculino. Basta ver los casos del béisbol femenino en Estados Unidos o del voleibol femenino en Perú. Pero en nuestro país es cierto que sólo en campeonatos importantes los medios de comunicación hacen un seguimiento del deporte femenino.

De todo lo anterior se desprende que el deporte de alto rendimiento y espectáculo es consecuencia de toda una estructura organizativa que parte del estado y continúa con las federaciones, clubes, etc. A estos niveles el deporte femenino alcanza un alto grado de representación. Por ejemplo el último equipo olímpico español (Angulo, 2007) estaba formado por un 57% de hombres y un 43% de mujeres. Pero una vez terminada la olimpiada la discriminación de la mujer en los medios de comunicación y patrocinio es total, lo que impide el interés social hacia el deporte femenino.

Se ha tomado toda una serie de iniciativas con miras a subsanar la discriminación de la mujer en estos ámbitos, entre las que destacamos las del Parlamento Europeo y, a nivel nacional, las del Consejo Superior de Deportes. El Parlamento Europeo, a través de la Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Oportunidades (2003), planteó las siguientes pautas para garantizar la igualdad de derechos en el deporte de alto nivel:

- Los estados miembros y el movimiento deportivo deben suprimir la distinción entre las prácticas masculinas y femeninas en los procedimientos de reconocimiento de las disciplinas de alto nivel.
- Piden a las federaciones nacionales y a sus autoridades que garanticen la igualdad de acceso de las mujeres y los hombres al estatuto de atleta de alto nivel, garantizando los mismos derechos en lo que respecta a ingresos, condiciones de encuadramiento y de entrenamiento, seguimiento médico, acceso a las competiciones, protección social, formación profesional y reinserción social activa al final de sus carreras deportivas.
- Solicitan a las autoridades gubernamentales y deportivas que garanticen la supresión de las discriminaciones directas e indirectas de las que son víctimas las atletas en el ejercicio de su trabajo.

- Demandan a las empresas que multipliquen las acciones de asociación con las deportistas de alto nivel, valorando su imagen y favoreciendo sin distinción el conjunto del deporte femenino.
- Requieren a los medios de comunicación que velen por la cobertura equilibrada del deporte femenino y masculino, así como por una representación no discriminatoria de las mujeres en el deporte.
- Proponen, en el marco de la revisión de la Directiva 89/552/CCE «Televisión sin fronteras», inscrita en el artículo 3 bis relativo a la retransmisión de acontecimientos de gran importancia, la necesidad de que todos los estados miembros incluyan y garanticen la retransmisión de las competiciones deportivas femeninas.
- Instan a las deportistas a que se organicen para hacer valer sus derechos deportivos, económicos y sociales, y a que recurran a la justicia o denuncien ante las autoridades competentes los casos de discriminación y de acoso.
- Expresan su deseo de que los Juegos Olímpicos sean ejemplares y piden al Comité Olímpico Internacional (COI) que garantice el carácter mixto de todas las delegaciones nacionales, con una atención especial a Afganistán, Arabia Saudita, Botswana, Brunei, los Emiratos Árabes, Libia, Kuwait, etc.

En España, independientemente de lo que están desarrollando las Comunidades Autónomas, el Consejo Superior de Deportes ha marcado unas líneas de actuación para la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres en el deporte de alto rendimiento y alto nivel, entre las cuales destacamos:

- Impulsar programas específicos de detección, apoyo y seguimiento de mujeres deportistas, en el seno de las federaciones deportivas españolas.
- Desde el año 2006, en la convocatoria de subvenciones a las federaciones deportivas españolas, se incluye un nuevo parámetro de valoración relativo al nivel de participación de la mujer en las actividades deportivas.
- Desde el 2007 la convocatoria de subvenciones a las federaciones deportivas españolas incluye una partida específica para proyectos federativos sobre mujer y deporte.
- Impulsar modificaciones en el reglamento electoral de las federaciones deportivas para conseguir mayor representación femenina en los órganos directivos.
- Financiación de programas de las federaciones deportivas españolas dirigidos al fomento de la práctica deportiva femenina en

los ámbitos de tecnificación y de alto nivel (Diana en atletismo y Enamórate en tenis).

- Impulsar cambios en las federaciones deportivas españolas que favorezcan la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

No obstante, todos los planteamientos anteriores y las buenas intenciones de las instituciones no podrán realizarse sin la participación del patrocinio y los medios de comunicación en el deporte femenino.

Patrocinio-medios de comunicación

Según el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, *patrocinar* significa amparar, proteger, auxiliar o favorecer a alguien. En otra acepción, significa sufragar una empresa con fines publicitarios, haciéndose cargo de los gastos de un programa de radio o televisión, de una competición deportiva o de un concurso. Patrocinar también es el arte de hacer hablar de uno mismo hablando de otra cosa, es decir, de buscar la notoriedad por vía indirecta.

Carretero (2001) admite la existencia de un patrocinio con contraprestación o de carácter oneroso y un patrocinio sin contraprestación o de carácter gratuito. En el ámbito deportivo, el patrocinio, en ambas modalidades, supone la financiación de la actividad deportiva, y su auge se justifica por la escasez de recursos públicos y por el interés de la administración en incentivar las aportaciones económicas de carácter privado. Resulta evidente que los fondos públicos no pueden sostener el deporte, y es necesario buscar fórmulas que faciliten que el sector privado contribuya a su sostenimiento económico.

Para la Fundación Andalucía Olímpica (2001) el patrocinio deportivo puede ser definido como aquella relación de prestación-contraprestación entre oferentes deportivos (deportistas, equipos, clubes, federaciones u organizadores de eventos deportivos) y empresas que los apoyan materialmente para perseguir los propios objetivos de marketing y comunicación.

El patrocinio sin contraprestación, denominado generalmente mecenazgo, consiste en la ayuda o en el apoyo a actividades por filantropía, en la realización de donativos por mera liberalidad. La característica esencial de esta modalidad de patrocinio es que no persigue una finalidad publicitaria, sino que se hace de manera desinteresada y altruista. El patrocinio sin contraprestación está regulado por la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, sobre el régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y los incentivos fiscales al mecenazgo.

Lo cierto es que la dimensión económica alcanzada por el deporte obliga a la administración a buscar fórmulas complementarias del fomento del deporte, y también del deporte de alto rendimiento, que sobre todo faciliten al sector privado contribuir al sostenimiento del deporte, pues éste no es posible únicamente con los fondos públicos.

Las distintas fórmulas de patrocinio han ido evolucionando a lo largo del tiempo. Los Juegos Olímpicos de Atenas 1896 contaron con la ayuda financiera de Kodak a cambio de un anuncio en el programa de las pruebas. Los Juegos de París de 1924 contaron con la ayuda de la firma Jules Jürgensen, cuyos cronómetros fueron usados en la competición. Después de la segunda guerra mundial, la popularización de la televisión y la transformación del deporte en un fenómeno social hicieron crecer el patrocinio.

De 1936 al 1980 se da el período de dinamización del patrocinio deportivo gracias al desarrollo de las comunicaciones y todo lo que representa el cambio del deporte como un fenómeno social. La televisión inaugura las emisiones deportivas con los Juegos Olímpicos de Berlín (1936). Poco tiempo después el deporte espectáculo ya ocupa un papel importante en la televisión, con lo que las empresas desean participar en estos eventos deportivos con el fin de publicitar sus productos.

Por su especial grado de desarrollo destacan los programas de esponsorización del movimiento olímpico, que operan en tres niveles: The Olympic Partnership Programme (TOP) a escala mundial; los programas de los distintos comités organizadores de los Juegos, y los programas de los comités olímpicos nacionales (como por ejemplo el programa ADO español) que tratan de obtener financiación para sus respectivos equipos olímpicos.

El programa TOP lo integran empresas que prestan un patrocinio a escala mundial y está marcado por la fidelidad y el carácter de permanencia. Las empresas no restringen su relación de patrocinio al período correspondiente a la celebración de los Juegos. El patrocinio deportivo es fuente del 36% de los ingresos del movimiento olímpico.

El programa de la Asociación de Deportes Olímpicos (ADO) es una asociación sin ánimo de lucro compuesta a partes iguales por tres socios (TVE, COE y CSD) y cuyo objetivo es la financiación y preparación de aquellos deportistas españoles que, conforme a criterios técnicos, estén capacitados para realizar un buen papel en los Juegos Olímpicos. El programa, que se inició para Barcelona 92, recibe sus fondos de diferentes empresas patrocinadoras del Comité Olímpico Español.

Todo esto ha evolucionado, pero el marco actual del deporte no se entiende sin la presencia de la televisión y, a menor escala, de otros medios. Todos sabemos que hoy en día quien manda en el deporte espectáculo son las televisiones. Un síntoma inequívoco de ello es la lucha

entre las cadenas por la obtención de los derechos de los grandes eventos deportivos, sobre todo para el fútbol y los grandes campeonatos (olimpiadas y campeonatos del mundo). Así, por ejemplo, la cadena norteamericana NBC compró los derechos para retransmitir los Juegos Olímpicos de Atenas 2004 por la cantidad de 1.498 millones de dólares, aumentados en 1.715 millones de dólares para los juegos de Pekín 2008. Todo esto condiciona a los organizadores de los diferentes campeonatos, que quedan a merced de las televisiones, las programaciones, calendarios, horarios etc., así como las retransmisiones en directo, las noticias deportivas en los informativos, los magazines deportivos y todos los demás reportajes, documentales y concursos.

Nieves Ucendo (2001), en un estudio sobre la mujer deportista en los medios, afirmaba que las mujeres tienen la sensación de que el deporte femenino no es seguido por los medios:

Las mujeres que hacen deporte parecen invisibles. No están para los medios. No aparecen. No venden. Y si no vendes, no existes. Sólo en tiempo de olimpiada es posible seguir el deporte femenino en los medios de comunicación generales, o bien cuando una mujer gana una competición de altísimo nivel...

Siete años más tarde, este análisis tiene plena vigencia, pues el panorama ha cambiado muy poco.

En las jornadas «Deporte femenino y medios de comunicación 2007» se realizó un diagnóstico que cabe desglosar en los siguientes aspectos: menor presencia cuantitativa del deporte femenino en los medios; utilización en ciertas ocasiones de las deportistas de forma erótica; menor presencia de mujeres en redacciones deportivas; dictadura de los deportes de masa, especialmente el fútbol, en los medios. Es muy difícil cambiar esta tendencia. Es importante fomentar una mayor sensibilidad de la visión polideportiva en los comunicadores y los medios de comunicación, que siguen estructurados según la mentalidad masculina. Hay muy pocas mujeres en los puestos de responsabilidad deportiva de los medios de comunicación. A las periodistas deportivas se les exige más que a los hombres para ejercer su profesión. Las periodistas pueden mejorar la visión del deporte femenino. Los medios no transmiten ídolos deportivos femeninos aunque las mujeres consigan grandes resultados.

La nueva ley para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en su artículo 28, sobre la sociedad de la información, plantea:

- Todos los programas públicos de desarrollo de la sociedad de la información incorporarán la efectiva consideración del principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en su diseño y ejecución.

- El gobierno promoverá la plena incorporación de las mujeres en la sociedad de la información mediante el desarrollo de programas específicos, en especial en materia de acceso y formación en tecnologías de la información y de las comunicaciones, contemplando las de colectivos de riesgo de exclusión y del ámbito rural.
- El gobierno promoverá los contenidos creados por mujeres en el ámbito de la sociedad de la información.

Por otra parte, en el artículo 29 sobre deportes, se especifica que:

- Todos los programas públicos del desarrollo del deporte incorporarán la efectiva consideración del principio de igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres en su diseño y ejecución.
- El gobierno promoverá el deporte femenino y favorecerá la efectiva apertura de las disciplinas deportivas a las mujeres, mediante el desarrollo de programas específicos en todas las etapas de la vida y en todos los niveles, incluidos los de responsabilidad y decisión.

En el título III de igualdad y medios de comunicación, en el artículo 36 sobre la igualdad en los medios de comunicación social de titularidad pública se especifica que «los medios de comunicación de titularidad pública velarán por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promoverán el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres».

Con respecto a la corporación RTVE, en su artículo 37 plantea los siguientes objetivos:

- Reflejar adecuadamente la presencia de las mujeres en los diversos ámbitos de la vida social.
- Utilizar el lenguaje de forma no sexista.
- Adoptar, mediante la autorregulación, códigos de conducta tendientes a transmitir el contenido del principio de igualdad.
- Colaborar con las campañas institucionales dirigidas a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres y a erradicar la violencia de género.

En la misma línea, se hace referencia a la agencia EFE, los medios de comunicación social de titularidad privada y la igualdad y publicidad.

Son ya varias las Comunidades Autónomas que han desarrollado sus respectivas leyes para la promoción de la igualdad de género, contextualizadas en función de sus características sociales, políticas y económicas.

De todo lo expuesto se desprende que se están dando pasos muy importantes en el plano legislativo hacia la mejora de la presencia del deporte de elite femenino en la sociedad, pero ahora les corresponde ac-

tuar en este sentido al Comité Olímpico Español, al Consejo Superior de Deportes, a las federaciones deportivas nacionales y autonómicas, a las direcciones generales o consejerías de deporte de las diferentes Comunidades Autónomas, administraciones locales y, muy especialmente, a los medios de comunicación y a las empresas patrocinadoras. Para poder creer que esta ley tendrá impacto en el deporte femenino de elite es necesario un plan de actuación que implique a todas las instituciones. Como reflexión final, esperamos que dentro de poco tiempo las siguientes preguntas no tengan sentido: ¿Dónde está el patrocinio para los clubes femeninos? ¿Cuáles son las causas por las que las empresas no patrocinan a las mujeres? ¿Por qué las administraciones públicas se preocupan por el patrocinio de equipos de fútbol, llegando en algunos casos incluso a pagar con dinero público sueldos a jugadores para que formen parte del equipo de la ciudad? ¿Por qué Madrid 2016 ya cuenta con patrocinadores como Ferrovial, Dragados, Repsol, Everis, etc., y estas mismas empresas no se preocupan por patrocinar el deporte femenino?

Confiemos en que podamos ver la disputa de los patrocinadores y medios de comunicación por el deporte de elite femenino, y que las retransmisiones de los acontecimientos deportivos femeninos adquieran el impacto social suficiente para atraer a las cadenas.

Referencias bibliográficas

- ANGULO, M. (2007): *Las imágenes de los deportistas en los medios de comunicación*. Madrid. Consejo Superior de Deportes.
- Carta Olímpica (2007): *Comité Olímpico Internacional*. Lausana. Suiza.
- Carta Europea del Deporte (1992): *Recomendación NºR(92) 13 del Comité de Ministros a los Estados Miembros sobre la Carta Europea del Deporte. Adoptada por el Comité de ministros el 24 de Septiembre de 1992*.
- CARRETERO, J.L. y otros (2001): «Supuestos prácticos sobre la fiscalidad del patrocinio publicitario y del mecenazgo deportivo» en *Civitas. Revista española de derecho deportivo*, n.º 14.
- COGHEN, M. (2002): *El deporte y su entorno*. Santander. Universidad Internacional Menéndez y Pelayo.
- Comisión de las Comunidades Europeas (1999): *Informe de Helsinki sobre el deporte*. Bruselas, 10 de diciembre.
- COMPASS (1999): *Informe del Proyecto Europeo COMPASS*. Consejo de Europa.
- Comité Olímpico Español (2004): *Comisión de mujer y deporte*. Madrid.
- Constitución Europea (2004): *Diario oficial de la Unión Europea*, de 16 de diciembre.
- Constitución Española (1978): *Boletín Oficial del Estado*, n.º 311, de 29 de diciembre.
- Conferencia Mundial (2002): *Sobre la mujer, el deporte. Del 16 al 19 de mayo*. Montreal, Québec, Canadá.
- Declaración aneja al Tratado de Ámsterdam (1997): *Declaración n. 29. DOCE C 340/136, de 10 de noviembre de 1997*.

- Declaración de Niza (2000): *Relativa a las características específicas del deporte y a su función social en Europa, que deben tenerse en cuenta al aplicar las políticas comunes*. 7-9 de diciembre de 2000.
- Dictamen del Comité de las Regiones sobre el «Modelo el Deporte Europeo» (1999/C374/14): *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*. 23-12-1999.
- Fundación Andalucía Olímpica (2001): *El impacto económico y social del deporte en Andalucía*. Sevilla. Consejería de Turismo y Deporte.
- GARCÍA FERRANDO, M. (2006): *Posmodernidad y Deporte: entre la individualización y la masificación*. Madrid. Consejo Superior de Deportes.
- LATIESA, M.; PUERTAS, I.; CASTILLO, R. (2002): «El Patrocinio deportivo: gestión y actividad empresarial» en *Salidas profesionales en el campo del turismo deportivo*. Granada. Universidad de Granada.
- Ley 10/1990 de 15 de octubre del Deporte (1990): *BOE* n.º 249, de 17 de octubre.
- Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo (2002): *BOE* de 24 de diciembre.
- Ley 30/94, de 24 de noviembre, de Fundaciones y de Incentivos Fiscales a la Participación Privada en Actividades de interés General y su desarrollo posterior (1994): *BOE* n.º 282, de 25 de noviembre.
- Ley 34/1988, General de Publicidad (1988): *BOE* n.º 274, de 15 de noviembre.
- Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios (2002): *BOE* n.º 259, de 29 de octubre.
- Ley 6/1998, de 14 de diciembre, del Deporte en Andalucía (1998): *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía* n.º 148, de 29 de diciembre.
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (2007): *BOE* de 23 de marzo.
- Ley 12/2007, de 26 noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía (2007): *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, de 18 de diciembre.
- Ministerio de Educación y Cultura (1996): *Patrocinio, comunicación y deporte. Comercialización del deporte en una sociedad mediática*. Madrid. Consejo Superior de Deportes.
- PALOMAR, A. y otros (2002): *El modelo europeo del deporte*. Barcelona. Editorial Bosch.
- Plan General del Deporte Andaluz (2003): *Turismo y deporte*: Sevilla.
- Parlamento Europeo (2003): Sobre las mujeres y el deporte. Resolución A5-00167/2003 del 21 de mayo. Comisión de Derechos de la Mujer e igualdad de oportunidades.
- SANTOS, A. y otros (2005): *Mujer, deporte y exclusión*. Valencia. Universidad Politécnica.
- UCENDO, N. (2001): *La mujer deportista en los medios*. Distrito Olímpico.

Dirección
de contacto

Santiago Romero Granados
Universidad de Sevilla
sanrome@us.es