



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
**GRADO EN PERIODISMO**

**TRATAMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE EL  
DEPORTE FEMENINO**

Trabajo Fin de Grado presentado por D<sup>a</sup>. Cristina Vega Sedano, siendo la tutora del mismo la profesora D<sup>a</sup>. María de los Ángeles Alonso González.

Vº. Bº. de la Tutora:

Alumna:

D<sup>a</sup>. María de los Ángeles Alonso González

D<sup>a</sup>. Cristina Vega Sedano

Sevilla, 15 de junio de 2018

## ÍNDICE

0. Resumen.....	3
1. Introducción.....	5
1.1. Mujeres y deporte.....	7
1.2. Invisibilidad de las mujeres deportistas en la prensa deportiva.....	11
1.2.1. Lenguaje.....	14
2. Objetivos e hipótesis.....	22
3. Metodología.....	24
4. Resultados.....	26
4.1. Prensa: Comparativa entre la prensa generalista y prensa deportiva.....	26
4.2. Televisión: Comparativa entre <i>TVE</i> y <i>Cuatro</i> .....	32
4.3. Estudio de caso .....	37
5. Conclusiones.....	40
6. Bibliografía.....	41
7. Anexos.....	44
7.1. Anexo 1 .....	44

## **RESUMEN**

¿Por qué el tratamiento en los medios de comunicación hacia el deporte femenino es diferente al del deporte masculino? A partir de esta cuestión surge la iniciativa de este trabajo. Estamos acostumbrados a ver en los medios cómo el tratamiento hacia el deporte femenino en la mayoría de los casos se encuentra en un segundo plano o en algunos casos ni siquiera se lleva a cabo.

A través del presente trabajo de investigación se busca encontrar cuáles son las razones que llevan a los medios a tener estas preferencias dentro de sus contenidos y por qué se lleva a cabo una infravaloración de los deportes femeninos, así como buscar soluciones para conseguir que el número de informaciones sean equitativas para ambos géneros.

A través de una metodología mixta hemos procedido a un análisis de distintos medios de comunicación (prensa escrita y audiovisual) para mostrar cómo el número de noticias dedicadas a las mujeres deportistas es sensiblemente inferior al de los hombres y que el tratamiento de los medios hacia las mujeres deportistas no es el adecuado. Las mujeres deportistas se sienten infravaloradas con el trato que reciben respecto a los hombres tanto en el tiempo que se les dedica, como en las imágenes que se utiliza, este estudio también pone de manifiesto la vigencia y presencia del lenguaje sexista en las noticias de corte deportivo cuando se éstas se refieren a mujeres.

### **PALABRAS CLAVE:**

Deporte- Mujeres- Medios de comunicación- Desigualdad- Periodismo

## **ABSTRAC**

Why is media treatment of women's sports different from men's sports? From this question comes the initiative of this work. We are used to seeing in the media how the treatment towards women's sport in most cases is in the background or in some cases not even carried out.

Through this research, we seek to find out what are the reasons that lead the media to have these preferences within their content and because it carries out an undervaluation of female sports. And look for solutions to ensure that the information is fair for both genders.

Regarding the methodology used, we opted to carry out an analysis in the different media in order to show through data that the number of news dedicated to athletes as a general rule is greater than that of athletes. This analysis has been carried out both in the written press and in two television channels.

Thanks to this project we have been able to verify that the treatment of the media towards women athletes is not adequate. Women athletes feel undervalued with the treatment they receive with respect to men, both in the time dedicated to them, and in the images used or the sexist language that is still present.

## **KEYWORDS:**

Sport- Women- Mass media- Inequality- Journalism

## **1. Introducción**

Uno de los aspectos más destacados dentro del tratamiento por parte de los medios de comunicación hacia el deporte femenino es la gran ausencia de representación mediática existente respecto a la participación de mujeres en los distintos campeonatos o actividades deportivas. En el año 2010 se realizó un estudio de investigación en más de 100 países de todo el mundo en los que se mostraban unas cifras bastante alarmantes: los hombres ocupan un 89% de las noticias deportivas frente a las mujeres que cuentan con un 11%.

Si nos centramos en nuestro país, las cifras son inferiores: las noticias que se centran en el deporte femenino son un 6%, las masculinas un 94%. Pero esto no ocurre únicamente en la prensa, también se tienen datos sobre televisión, de hecho las noticias emitidas en los informativos sólo destinan un 3,4% del total a noticias deportivas relativas al género femenino. Las retransmisiones deportivas también cuentan con este lastre ya que la cifra dedicada al deporte femenino es inferior al 10%.

Los medios de comunicación se refugian en que el número de hombres o niños es mayor que el de mujeres o niñas a la hora de practicar deportes y es por ello que se les dedica mayor tiempo. Pero volviendo a contrastar datos se comprueba que esto no tiene nada que ver, ya que en el año 2007, cerca de la mitad de los récords conseguidos en España fueron logrados por mujeres (223/504).

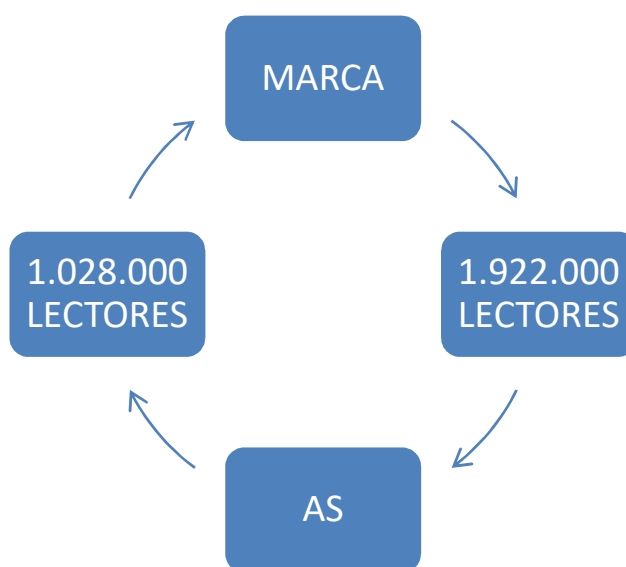
En el año 2009 hubo el mismo número de medallas conseguidas en Campeonatos del Mundo por hombres que por mujeres, y el género femenino consiguió un número mayor en medallas de oro. A pesar de ello, el Consejo Audiovisual de Andalucía en el estudio realizado en el año 2008 sobre el género y deporte en la televisión muestra que las emisiones televisivas de deportes practicados por mujeres siguen siendo inferiores a un 5%.

También se señala a las mujeres como menos consumidoras de programas o diarios deportivos pero, según los datos mostrados por el Estudio General de Medios en el año 2011, las mujeres consumen según el tipo de publicación, es decir, son más asiduas a consumir revistas y suplementos que diarios. Esto nos puede llevar a pensar que gran parte del género femenino no consume ciertos tipos de publicaciones porque no se llegan a ver reflejadas en las informaciones que estos vierten. Aún así los datos reflejan que un 30% sí adquiere revistas y suplementos, aunque el porcentaje es mayor en hombres, llegando al 45%.

La televisión tiene un fuerte poder sobre la audiencia y la emisión de noticias relacionadas con el deporte femenino sería positivo, en cuanto a audiencia se refiere, pero también ayudaría a animar a las propias niñas y mujeres a práctica de deporte, ya que verían que cada vez se avanza más y su repercusión en los medios de comunicación va creciendo.

Centrándonos en la prensa deportiva española también podemos aportar datos sobre la diferencia entre informaciones de hombres y mujeres. La tercera oleada del estudio general de medios de febrero a noviembre de 2017 a ha vuelto a ratificar el poder de la editora del diario deportivo con mayor tirada de España, *Marca*. Con 1.922.000 lectores según el EGM, ha ejercido un retroceso en cuanto al porcentaje de informaciones relacionadas con la presencia femenina en el deporte. Así, mientras que en 1979 ofrecía un 5,6% del total, en 2010 el número de noticias había bajado hasta el 4,6%. Lo mismo ocurre con *AS*, que bajó del 7,72% al 4,45. Este diario se sitúa a una gran distancia, con un total de 1.028.000 lectores.

**Figura 1.** Principales diarios deportivos y lectores



Fuente: EGM (2017)

El caso contrario lo encontramos en dos periódicos catalanes, *Mundo Deportivo* y *Sport*. El primero se sitúa en tercer lugar con un total de 421.000 lectores. En ellos se produjo un aumento, aunque no fue demasiado significativo. El primero creció del 2,63% al 3,3% mientras que el segundo de 2,5% al 5,05%. Estas cifras continúan siendo muy bajas en comparación con las noticias de deporte relacionadas con hombres.

La escasa presencia en los medios de comunicación es un claro ejemplo de lo desapercibidos que pasan los logros que consiguen las deportistas de nuestro país. En este sentido, existen datos muy relevantes, deportivamente hablando, de los cuales la mayoría de las personas no tiene constancia.

Por ejemplo, en el año 2015, la Selección Española de Baloncesto femenina llegó hasta los cuartos de final del Campeonato Europeo invicta. Sin embargo, cuando se trata del

mismo deporte pero de hombres sí que han ocupado grandes portadas de publicaciones deportivas o aparecido en telediarios.

### **1.1.Mujeres y Deporte**

De manera histórica el papel de la mujer en nuestra sociedad siempre se ha visto supeditado al del hombre en los diferentes aspectos políticos, económicos, sociales o deportivos. El área deportiva es probablemente una de las que se vea más afectada por estas desigualdades y en las que mejor se refleja las diferencias que aún continúan patentes entre ambos géneros.

Uno de los principales problemas es que a las mujeres siempre se las ha dirigido hacia aquellos deportes que se consideraban más femeninos como es el caso del tenis o la natación. Durante parte del siglo XX estaba mal visto que las deportistas formasen parte de deportes como el fútbol, ya que se consideraba una práctica de hombres.

El Centro de Alto Rendimiento de Sant Cugat del Vallés en Barcelona, realizó en el año 2008 un estudio cuyo objetivo principal era mostrar el grado de identificación que tenían los deportistas con los estereotipos que se divulgaban a través de los medios y la capacidad de influencia que estos tenían en el rendimiento deportivo. Se llevó a cabo a través de encuestas y entrevistas personales; además los deportes escogidos para formar parte del estudio fueron: atletismo, esgrima, gimnasia, halterofilia, lucha, natación, pentatlón moderno, taekwondo, tenis, tenis de mesa y triatlón.

**Figura 2. Objetivos CEAR**

Mostrar el grado de identificación que tenían los deportistas con los estereotipos que se divulgaban a través de los medios

Capacidad de influencia que los medios tenían en el rendimiento deportivo

Fuente: CEAR (2008)

El primer dato a tener en cuenta era que el porcentaje de hombres y mujeres estaba muy igualado, 53% y 47% respectivamente. A pesar de ello, las becas concedidas a mujeres se centran en natación, taekwondo, atletismo y gimnasia.

Una vez más se demuestra como la estereotipación de algunos deportes continúa estando presente en nuestra sociedad a pesar del avance que hemos llevado a cabo con el paso de los años. Las mujeres deben tener sus ayudas y reconocimiento en cualquier deporte que practiquen y para ello es fundamental ciertas ayudas como por ejemplo la de los medios de comunicación. Estos tienen la capacidad de dar visibilidad de manera global y conseguir que la presencia de las mujeres en el mundo del deporte se vea como algo natural e igualitario respecto al hombre.

Esta práctica es bastante sencilla, basta con alabar los logros deportivos de las deportistas sin tener que entrar en el tema de su vida personal o su físico que es algo que se suele valorar en los titulares o portadas.

Desde los inicios del deporte “las mujeres en general fueron excluidas y en el mejor de los casos vieron limitada su actividad física por condicionantes sociales y culturales que marcaron sus hábitos y preferencias deportivas, en función de la adaptación social que estas tenían” (López, 2011:42).

En el siglo XX la participación de mujeres en el deporte estaba mal visto. Pero la desigualdad que sufren las mujeres dentro del mundo deportivo no se refleja únicamente en lo que a jugadoras se refiere, también debemos destacar el claro déficit que sufren en el tema económico, la compensación económica que reciben es mucho menor que la de los hombres o también en el número de mujeres que ocupan cargos como pueden ser el de entrenadora o árbitra.

Remontándonos a los JJOO que se celebraban en la antigüedad podemos observar como la participación de las mujeres era inexistente. Su papel era otro muy distinto, coronar a los campeones. Únicamente podían ser espectadoras, pero no era posible que compartiesen grada con los hombres, tenían que situarse en gradas diferentes.

A partir de los trigésimos segundos JJOO se estableció una nueva norma, las mujeres casadas no podrían presenciar los juegos. Las mujeres consiguieron tener unos juegos propios que se disputaban cuando finalizaban los de los hombres y que se conocían como Las Hereas. Estos juegos lograron mantenerse durante un siglo aproximadamente.

Las Hereas estaban organizadas por las “dieciséis mujeres” y consistían básicamente en carreras de mujeres divididas en tres categorías por edades. Iban vestidas con una túnica que no alcanzaba la rodilla y que dejaba al descubierto la zona del hombro derecho hasta el pecho, también llevaban el pelo suelto. Dichas carreras se celebraban en el mismo lugar donde se practicaban los juegos olímpicos, el estadio de Olimpia.

En cuanto a los premios, las vencedoras recibían coronas de olivos y partes de vacas que habían sido sacrificadas previamente, En algunas ocasiones se les dedicaban estatuas. Algunas de las mujeres más reconocidas por haber sido vencedoras en dichos juegos



son Cinisca de Esparta que obtuvo victoria en dos ocasiones, 96 y 97 Olimpiadas (396 a.C) o también Teodota o Beliquiste de Macedonia.

Poco a poco, las mujeres fueron consiguiendo hacerse notar y lograron que su participación en los Juegos Olímpicos se hiciese posible. A continuación vamos a mostrar algunas gráficas que reflejan la evolución de las mujeres en su participación en los JJOO (Ver Tabla 1). Por primera vez en Atenas se consiguió que las mujeres pudieran participar en unos Juegos Olímpicos.

A pesar de ello, su participación seguía estando limitada a ciertos deportes como golf, tenis, tiro con arco, vela y patinaje. Las mujeres fueron llevando a cabo distintos movimientos feministas gracias a los cuales lograron que a mitad de siglo su participación en las modalidades olímpicas se pudiese ampliar. Esto continuaba sin ser bien visto por lo que muchas participantes tuvieron que sufrir humillaciones y discriminaciones. Se las calificaba de “marimachos” si la sociedad consideraba que participaban en deportes que estaban enfocados para los hombres.

A partir de los 70 esta imagen se vio muy mejorada y en la actualidad vemos como es algo prácticamente normalizado. Se han conseguido grandes e importantes avances en este campo pero probablemente el ámbito deportivo continúe siendo uno de aquellos en los que se sigue considerando al hombre como el género superior y por lo que hay que seguir luchando para que este pensamiento abandone de una vez por todas a nuestra sociedad.

**Tabla 1.** Evolución de la participación femenina en los J.J.O.O. (verano)

<b>AÑO</b>	<b>CIUDADES</b>	<b>PAÍSES</b>	<b>Nº ATLET</b>	<b>Nº MUJ.TOT</b>	<b>% MUJ TOT</b>
1896	ATENAS	0	280	0	0
1900	PARÍS	5	1066	19	1,8
1904	SAN LOUIS	1	687	6	0,9
1908	LONDRES	4	2035	36	1,7
1912	ESTOCOLMO	11	2547	57	2,2
1920	AMBERES	13	2669	78	2,9
1924	PARÍS	20	3092	136	4,4
1928	AMSTERDAM	26	3014	290	9,6
1932	LOS ANGELES	18	1408	127	9,1
1936	BERLÍN	26	4066	328	8,0
1948	LONDRES	33	4099	385	9,4
1952	HELSINKI	41	4925	518	10,5
1956	MELBOURNE	39	3184	371	11,6
1960	ROMA	45	5.346	610	11,4
1964	TOKYO	53	5.140	683	13,3
1968	MÉXICO	54	5.333	781	14,6
1972	MÚNICH	65	7.123	1.058	14,8
1976	MONTREAL	66	6.028	1.248	20,7
1980	MOSCÚ	54	5.217	1.125	21,5
1984	LOS ÁNGELES	84	6.797	1.567	23,0
1988	SEÚL	117	8.465	2.186	25,8
1992	BARCELONA	136	9.367	2.708	28,9
1996	ATLANTA	169	10.744	3.844	35,7
2000	SYDNEY	199	10.651	4.069	38,3
2004	ATENAS	202	11.012	4.480	40,68
2008	PEKÍN	220	10.500	4.488	42,75

Fuente: C.O.I/C.O.E (2007)

En esta tabla podemos observar el claro avance que se ha ido produciendo en cuando a la presencia de mujeres en los JJOO se refiere. Hasta finales del siglo XX el porcentaje de mujeres participantes era inferior al 30%. A partir de los juegos de Atlanta el porcentaje se vio aumentado pero aún así si comparamos las cifras, en Pekín las mujeres no alcanzaban ni la mitad de participantes del total. El déficit sigue estando presente en la actualidad pero el crecimiento cada vez es mayor.

## **1.2. Invisibilidad de las mujeres deportistas en la prensa deportiva**

Dentro del mundo de la prensa deportiva estamos acostumbrados a que el protagonismo principal lo tengan los deportistas del género masculino y que las mujeres deportistas se encuentren en un plano secundario.

Cuando la portada de un diario deportivo es ocupada por mujeres resulta algo excepcional, ya que no es una práctica que se lleve a cabo habitualmente, únicamente cuando se produce un acontecimiento de gran relevancia. También es diferente la narración de las noticias en función del género y el tipo de imágenes que se muestran, es por ello que aún hay que avanzar mucho respecto a este tema, ya que nos encontramos lejos de tratar a todos los deportistas de manera igualitaria.

Uno de los aspectos que se debe corregir cuanto antes es el tema de la estereotipación que rodea a las mujeres que se dedican a la práctica del deporte. La igualdad a la hora de hablar sobre el papel que juegan dentro de la sociedad, tanto hombres como mujeres respecto al deporte es fundamental y por ello debemos evitar hablar de estereotipos que muchas veces se utilizan de manera errónea y dan lugar a confusiones y malas interpretaciones sobre las informaciones que se vierten.

En diferentes investigaciones que se han llevado a este respecto se refleja cómo a las mujeres se las describe de una forma que no se asemeja a lo que realmente se quiere referir. Un ejemplo de ello es la expresión de “bella sirena” a la hora de hacer referencia a una nadadora o bien referencias de las características personales de las jugadoras, lo cual no ocurre con el género masculino.

Cabe destacar que normalmente cuando se utilizan los estereotipos se hace de forma negativa, es decir, los calificativos que se usan suelen dejar en mal lugar a la mujer. Con esto no se muestra la imagen que se debería de la mujer, ya que resaltan aspectos que no son realmente los que se deberían de sacar, tal es el caso de su físico o su belleza, mientras que cuando se informa de deportistas masculinos se les asocia a adjetivos positivos como disciplinado o autoconfianza, los cuales están más en consonancia con el valor del esfuerzo deportivo que los usados para las mujeres.

Este es un claro ejemplo que el papel de la mujer deportista es mucho menos valorado que el del hombre y como tal tiene consecuencias negativas en la sociedad, llegando, incluso a influir a la hora de que niñas y mujeres decidan dedicarse a practicar deporte, ya que ven cómo la sociedad no las va a valorar como deberían.

La discriminación femenina también se refleja en el ámbito laboral, de hecho, poseen un menor sueldo y ocupan en un porcentaje mucho menor que los hombres un cargo de mayor nivel como puede ser el de entrenadora o el caso de ser árbitras o aquellos puestos que cuentan con una mayor representación o liderazgo. Las mujeres deportistas confían en que el algún momento esto pueda llegar a cambiar y todos reciban un trato igualitario.

Los estereotipos se utilizan con normalidad y es por ello que, en muchos casos, a los lectores no les llama la atención porque lo ven como algo dentro de la línea que se suele seguir en ese medio. No es únicamente un fallo por parte del medio que los utiliza, también los lectores deben reivindicar que se ejerzan cambios en esta conducta que la prensa deportiva ejerce con normalidad. Si los medios creen que la calidad y la cantidad de sus contenidos es la que la audiencia quiere no van a cambiarla porque es la clave de su éxito y ellos se ciñen a sacar aquello que interesa a su audiencia.

Si nos centramos en datos, el estudio realizado por Sarah Macharia, Dermot O'Connor y Lilian Ndangam para el Proyecto de Monitoreo Global de Medios en un total de 108 países entre los que se encuentran España o Ecuador, demuestran cómo casi la mitad de las noticias deportivas (49%) refuerzan los estereotipos mientras que el (47%) ni los refuerza ni los desafía, es decir, muestra indiferencia ante ellos.

Sin duda, la cifra más llamativa de este estudio (4%) es aquella que muestra que hay reacción ante los estereotipos, lo que se considera una cifra muy baja. Esto es otra prueba de que por el momento los medios no están dispuestos a cambiar la manera que tienen de utilizar los estereotipos a la hora de hablar sobre el género femenino en el ámbito deportivo.

Dentro de los estereotipos que se utilizan en nuestra sociedad, al que más se recurre dentro del ámbito deportivo para referirse a las mujeres es al de la belleza. Algunas de las deportistas que cuentan con una belleza física llegan a conseguir ocupar reportajes o noticias y no precisamente por sus logros deportivos. Con esto lo que los medios suelen buscar es llamar la atención del público, concretamente del género masculino, y realmente lo único que consiguen es desprestigiar a las deportistas.

A lo largo de la historia hemos visto casos en los que las deportistas han sido infravaloradas por el hecho de no ser especialmente agraciadas físicamente. Un ejemplo muy sonado fue el de la extenista serbia Mónica Seles que incluso llegó a ser número uno del ranking WTA y de la cual resaltaban su particular belleza y su físico antes que sus logros deportivos.

En el diario *El País* (1996), se publicó un artículo en el cual se encontraban frases como “No es guapa, está gorda y tiene un juego monolítico, pero es la reina indiscutible del circuito femenino de tenis”. A través de este artículo podemos observar cómo se desprestigia a la extenista Mónica Seles haciendo una referencia despectiva hacia su físico.

Al mal uso de la información que se genera sobre las deportistas también se suman las imágenes que suelen acompañar a los textos. En ciertas ocasiones se opta fotografías en las que se resalta el físico de la jugadora cuando lo realmente importante es enseñar el logro conseguido por la misma.

Como ya hemos señalado con anterioridad, se cree que este tipo de imágenes serán las que capten la atención de los lectores. Se recomienda que las fotografías que acompañen a los textos estén relacionadas con lo que la deportista haya conseguido y no en resaltar algún aspecto físico de ésta.

Otro aspecto que suele llamar la atención dentro de los estereotipos que se utilizan en relación con la mujer es la referencia que se hace sobre su vida personal y familiar. Según se indica en el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (2010) el porcentaje en el que se refieren a las mujeres por una relación familiar es mucho mayor que a los hombres.

A pesar de encontrarnos en siglo XXI aún algunas deportistas tienen que responder a preguntas como ¿cuándo te vas a casar y tener hijos? Cuestiones que son un claro reflejo del machismo existente y que evidencian la existencia de aspectos que deben cambiar, ya que, es prácticamente imposible imaginar ese tipo de preguntas si el entrevistado es un hombre. Lo inexplicable es que a una mujer se le cuestione por el hecho de ser madre, algo que no condiciona en absolutamente nada su condición como deportista.

En esta sociedad también ha habido una tendencia errónea a catalogar los diferentes deportes como masculinos o femeninos que se desarrolló durante el siglo XIX y dejó en una mala posición a las mujeres que se querían dedicar al deporte. Aquellas que querían practicar el deporte fueron excluidas y, con suerte, fueron limitadas a deportes considerados como femeninos, es decir, la natación, el tenis o la gimnasia.

Era impensable ver a una mujer practicando un deporte que estuviese catalogado como masculino, como puede ser el caso del fútbol, considerado el deporte rey de los hombres. La imagen que se proyectaba de las mujeres no era bien vista, las que finalmente acababan dedicándose al deporte solían pertenecer a un estatus privilegiado.

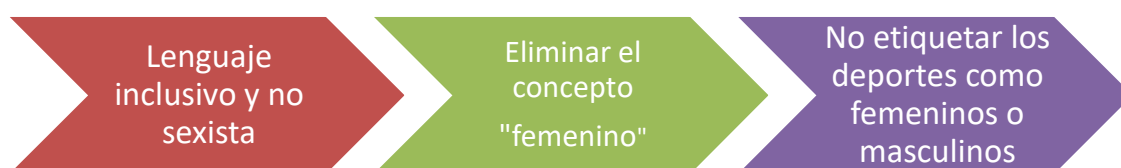
Esta visión ha ido evolucionando y, poco a poco, las mujeres han empezado a formar parte de los distintos deportes. Un informe realizado por la Comisión Australiana del Deporte (1998) mostraba cómo en los Juegos Olímpicos de Barcelona (1992) y Atlanta (1996) contaban con que la mayoría de las mujeres que participaban lo hacían en deportes considerados atractivos como la gimnasia más que en deporte que requiriesen una mayor implicación física como es el caso del judo.

Esto se refleja en un estudio realizado en 1998, de las más de cuatro mil fotografías tomadas solamente 135 eran de mujeres y el 73% practicaban tenis. A través de una investigación llevada a cabo en 2008 por el Consejo Audiovisual de Andalucía en el estudio titulado “Mujeres deportistas, mujeres invisibles”, la población de esta comunidad consideraba que los deportes femeninos que se retransmitían por televisión eran los que resultaban más atractivos para el espectador.

### 1.2.1 Lenguaje

El lenguaje utilizado en los medios de comunicación es muy importante a la hora de tratar ciertos temas, al tiempo que es imprescindible utilizar un lenguaje sencillo para ayudar a la comprensión del texto a los lectores. Dentro del ámbito deportivo hay que tener cuidado a la hora de utilizar cierto tipo de lenguaje ya que puede llegar a considerarse sexista. Para evitar esto, el Parlamento Europeo (2008) publicó una serie de recomendaciones generales para que se utilizasen a la hora de referirse a las deportistas y no se creasen malentendidos innecesarios.

**Figura 3.** Recomendaciones generales



Fuente: Parlamento Europeo (2008)

En ocasiones, no se utilizan los mismos términos para referirse a hombres y mujeres, de hecho, a hora de citar a hombres se suele utilizar sus apellidos mientras que a las deportistas se refieren por su nombre o, incluso, por algún apodo.

Un ejemplo de la utilización de lenguaje sexista es una expresión utilizada comúnmente en el ámbito deportivo. Muchos medios hacen diferenciación cuando el deporte es realizado por mujeres añadiendo la etiqueta “femenino” mientras que si se refieren al practicado por hombres no se especifica, simplemente se habla de deporte. Estas expresiones dan a entender que el practicado por las mujeres se encuentra en un escalón inferior y es por ello que tienen que diferenciarlos.

Sobre el sexismo empleado en el lenguaje periodístico deportivo traemos algunos ejemplos, son titulares de importantes medios de comunicación que reflejan claramente una conducta sexista en las cuales se destacan aspectos que nada tienen que ver con el deporte. Este es el caso de un artículo publicado por el diario *El País* que se titula “La lista de buenorras internacionales en los Juegos Olímpicos de Río”.

A través de este titular se da toda la importancia al cuerpo de las participantes en las Olimpiadas, cuando lo realmente importante es su participación en un campeonato de tan alta categoría como son los Juegos Olímpicos a donde llegan los mejores deportistas para representar a su país.

Otro ejemplo es el de “Victoria gracias a un hombre” según el cual se daba a entender que la victoria de la nadadora Katinka Hosszu se dio gracias a su entrenador y no a su

trabajo y esfuerzo. Este titular apareció en la *NBC*, cadena de televisión estadounidense también se vertieron grandes titulares machistas durante los pasados Juegos Olímpicos de Río de Janeiro en el año 2016.

En pleno siglo XXI continúan estando presentes este tipo de titulares pero se va avanzando para conseguir un lenguaje igualitario que no deje a la mujer en un plano inferior. Para ello, se han llevado a cabo nuevas construcciones como el uso de palabras como “árbitra” u “oficiala”. Sin duda, el empleo de formas femeninas para designar a mujeres dentro del ámbito deportivo es uno de los fenómenos más perceptibles dentro del español de este siglo.

La utilización de palabras femeninas dentro del ámbito deportivo es cada vez más común y es un gran paso hacia la igualdad por parte de los medios de comunicación. También podemos oír referencias a mujeres y a hombres a la hora de saludar en un programa de radio o de televisión, una práctica que antes no se solía llevar a cabo.

Hemos resaltado que el lenguaje sexista está presente en la prensa, pero también en el resto de medios de comunicación como en la radio o la televisión, cuyo lenguaje se expresa de manera oral. La mayoría de los estudios realizados acerca de este tema se centran en televisión y prensa, dejando a un lado a la radio. En los magazines deportivos, las referencias a las deportivas suelen ser prácticamente inexistentes.

El estudio que se realizó sobre género y deporte en el Consejo Audiovisual de Andalucía (2000) afirma que las alusiones a las deportistas suelen ser generalizadas y que únicamente reciben atención aquellas que han conseguido premios. Con la incorporación de las periodistas deportivas y el aumento de audiencia femenina de este tipo de programas, las tendencias van cambiando.

Pero este uso del lenguaje no se produce solamente en los medios de comunicación. En el ámbito científico e incluso en instituciones o colegios e institutos también se da. Es un mal uso que debemos ir eliminando entre todos. El lenguaje sexista no debe ser el que presida la forma de comunicación oral del ámbito científico del deporte. Dentro del ámbito deportivo gran parte de los mensajes visuales que se muestran sobre las mujeres están sujetos a manipulaciones. Es una forma de manipular más fácil que el lenguaje.

A continuación, vamos a mostrar algunas de las portadas más llamativas encontradas en diarios españoles ocupadas por mujeres deportistas.

Como puede apreciarse en la Imagen 1, se trata de una portada del diario *Marca* el día 4 de diciembre del 2014. Este diario destaca por el juego de palabras que suele llevar a cabo en sus portadas, para así hacerlas atractivas y llamativas. En esta ocasión, es ocupada por una de las mejores nadadoras de la historia de España, Mireia Belmonte. En ella se muestra una nueva proeza por parte de la catalana, que consiguió dos récords del mundo en menos de una hora.

También se ofrece información sobre las medallas conseguidas durante el campeonato y que todavía tenía posibilidades de aumentar su palmarés de medalla en otra final. En este número, tanto en la versión impresa como en la digital, se escribieron varias noticias referentes a los logros conseguidos por Mireia Belmonte a lo largo de su trayectoria profesional.

**Imagen 1.** Portada del *Marca* con los récords de Mireia Belmonte



Fuente: [www.marca.es](http://www.marca.es)

Finalmente, la nadadora logró un total de seis medallas, dos de oro dos de plata y dos de bronce en el Campeonato Europeo celebrado en Berlín. Esta portada es una nueva reivindicación de la gran calidad con la que cuenta España en sus distintas categorías deportivas, en este caso concreto en la natación. El diario español suele ser asiduo a dedicar portadas a los logros deportivos de la nadadora.

Durante el Mundial de Hungría en el año 2017 la deportista logró nuevas medallas y *Marca* volvió a hacerse eco de ello haciendo a Mireia protagonista indiscutible de sus portadas durante varios días. Es un gesto que la nadadora tuvo en cuenta y quiso agradecer personalmente al diario, ya que esto no es otra cosa que la muestra del reconocimiento que merece y que se ha ganado con su fuerza, entrega y dedicación.

El diario *AS* también dedicó portadas a las deportistas durante su participación en los JJOO de Río en el 2016 (Ver Imagen 2). Esta portada corresponde al 20 de agosto y en ella se muestra a Carolina Marín, ganadora de la medalla de oro en la categoría de Bádmiton.

Esta portada pasará a formar parte de la historia deportiva española, dado que era la primera vez que se conseguía una medalla en Bádmiton y era Carolina Marín la que lo



conseguía. Incluye también declaraciones de la deportista en las que afirma haberlo pasado mal para conseguir su sueño, pero que finalmente lo ha cumplido. En su interior incluye un reportaje más amplio sobre la trayectoria de la onubense en Río, y también de otras deportistas como Ruth Beitia, quién también aparece en la portada, pero en un plano mucho más secundario.

Imagen 2. Portada que AS dedica a Carolina Marín



Fuente: [www.as.es](http://www.as.es)

Hemos escogido la portada del diario AS pero no fue la única dedicada al triunfo de la andaluza. El diario *Marca* también optó por Carolina para ocupar la portada. Sin embargo, *Mundo Deportivo* sacó una foto de los jugadores del FC Barcelona que ocupaba más de la mitad de la portada, y en la parte inferior un faldón con las tres medallas ganadas en la última jornada en Río por Carolina Marín, Eva Calvo y Joel González. Este periódico optó por la opción de sacar un suplemento específico de los JJOO en el cual se explicaría más detalladamente todos los eventos.

En este caso mostramos una comparativa entre las portadas de *AS* y *Marca* correspondientes al 9 de junio de 2015, cuando se produjo el debut de la selección femenina en el Mundial frente a Costa Rica en Canadá (Ver Imagen 3).

*Marca* una vez más vuelve a destacar con su juego de palabras habitual, en esta ocasión opta por “NUESTRAS ESTRELLAS” resaltando el final de la palabra con un color diferente al resto. El antetítulo da la información principal, el debut en el mundial. Destacan la ilusión con la cual llegan al campeonato y cuál es el objetivo que tienen marcado. Opta por sacar únicamente a cuatro jugadoras del equipo. Es una portada llamativa en la cual han querido resaltar que son ellas, las mujeres las que debutan marcando un nuevo hito dentro de la historia del deporte femenino español.

Imagen 3. Portadas de los diarios *Marca* y *AS* del 9 de junio de 2015



Fuente: [www.marca.es](http://www.marca.es) y [www.as.es](http://www.as.es)

Por su parte, *AS* ha optado por la misma fórmula. Un antetítulo en el que se dan los datos más importantes y un gran titular en el que se vuelve a destacar que son mujeres las que participan en este mundial por primera vez. Tanto en antetítulo como en el titular han optado por una combinación entre los colores blanco y amarillo. En cuanto a la imagen elegida, han escogido una en la cual salen todas las integrantes de la selección y al igual que ocurre en la de *Marca*, todas muestran una gran alegría por el momento que van a vivir.

Como principal diferencia respecto a la otra portada vemos una declaración de una de las delanteras de la selección española, Vero Boquete, en la cual pide una oportunidad a los espectadores españoles para que las vean antes de juzgar nada.

También hemos buscado la portada de este mismo día en otros periódicos como es *Mundo Deportivo*. En este caso no hicieron casi alusión a este hecho que se consideraba un hito histórico. Su portada fue ocupada por el que sería uno de los fichajes estrellas del FC Barcelona, Lucho. Solo encontramos un pequeño faldón en la esquina inferior izquierda que anuncia “España debuta ante Costa Rica 22h”.

En su interior podemos observar como no se dedica apenas espacio para hablar sobre el encuentro de la selección. Resulta llamativo ya que como hemos mencionado con anterioridad precisamente este es uno de los diarios que había mejorado en cuanto a su contenido de noticias de mujeres deportistas, pero no tanto como para dedicarles una portada en un día tan importante y que marcará un antes y un después en la historia.

La página web de la cadena de televisión argentina *TN* publicó una de las noticias más polémicas respecto a una de las participantes de esgrima de México, Paola Pliego (Ver Imagen 4).

**Imagen 4.** Noticia publicada por la web de *TN*



Fuente: [www.tn.ar](http://www.tn.ar)

Como puede apreciarse, el titular que encabeza esta noticia es otro claro ejemplo de lenguaje sexista en el que se resalta las dotes físicas de la deportista a la cual definen como “sexy esgrimista”. Por si no fuera suficiente con este desafortunado titular, acompaña la noticia una fotografía en la cual se puede apreciar que la deportista se encuentra sin camiseta y se tapa con el gorro de esgrima.

Tanto con el titular como con la fotografía se consigue dejar en un segundo plano la información importante que no es otra que la participación de la mexicana está en duda por su posible dopaje. Esta es la información que debería ser resaltada porque es la que realmente está relacionada con el deporte.

Encontramos un caso parecido en la noticia publicada por el diario digital *El Español* con una deportista española, Lydia Valentín que consiguió la medalla de bronce en halterofilia en los JJOO de Río en 2016 (Ver Imagen 5).

**Imagen 5.** Noticia publicada por *El Español* sobre Lydia Valentín

JUEGOS OLIMPICOS 2016

## Lydia Valentín, la exuberante belleza de la olímpica de bronce

La leonesa promete ser "flaquita" cuando deje la competición. Pesa 75 kilos musculados y exhibe en la competición su fortaleza y feminidad.



Fuente: [www.elespanol.es](http://www.elespanol.es)

Este titular y la imagen que lo acompañan pertenecen al periódico digital *El Español*. Una vez más se vuelve a destacar el físico de la deportista. Se resalta más la "belleza exuberante" que la "olímpica de bronce". El logro de Lydia Valentín es digno de admiración y reconocimiento pero para este medio parece ser algo secundario.

En la imagen podemos observar como no se hace referencia a su logro, únicamente se muestra a la deportista mostrando su cuerpo en bikini. El subtítulo también deja grandes perlas dando a entender que la deportista está gorda y cuando se retire volverá a ser "flaquita". Además, destacan que exhibe su feminidad como si fuese algo relevante para su competición. .

El diario *El Mundo* en su edición web del día 2 de agosto de 2016, publicó una noticia titulada "La lista de las atletas olímpicamente atractivas" (Ver Imagen 6). Esta noticia

mostraba a algunas de las participantes de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro pero en ella podemos observar como en ningún momento se lleva a cabo ningún tipo de referencia deportiva sino todo lo contrario, está centrada en resaltar el buen físico que tienen las participantes a las que muestran en bikini en las diferentes imágenes que aparecen.

Gran parte de las imágenes que aparecen se centran en enseñar el cuerpo de las deportistas y el aspecto deportivo lo mencionan como algo secundario.

### Imagen 6. Noticia publicada por *El Mundo* el 2 de agosto de 2016



Fuente: [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)

*La Vanguardia* a través de su titular sobre la tenista Eugene Bouchard también quiso resaltar la ropa que usó la jugadora durante la competición (Ver Imagen 7). Era algo totalmente innecesario ya que la información relevante la aporta con el resto del titular y luego consigue complementarla con la entradilla en la que relata lo que ha conseguido hasta el momento y a lo que opta para las siguientes fases de la competición.

## Imagen 7. Noticia de *La Vanguardia* sobre la tenista Eugene Bouchard



The image shows a screenshot of a news article from the website 'LAVANGUARDIA | Deportes'. The article is titled 'Eugene Bouchard luce juego y modelito' and is dated 18/01/2017 07:27. The text of the article reads: 'Melbourne 18 ene (EFE).- Los aficionados australianos tendrán de nuevo ocasión de ver a una de sus jugadoras preferidas, Eugene Bouchard, porque la canadiense venció este miércoles a la china Shuai Peng, por 7-6 (5) y 6-2 para alcanzar la tercera ronda del primer Grand Slam del año.' To the right of the article, there are two small images with captions: 'Una concursante de "GT" revoluciona las redes con este cambio de imagen...' and 'Impactante video d un caimán en Florida'.

Fuente: [www.lavanguardia.es](http://www.lavanguardia.es)

*Mundo Deportivo* sacó también una noticia muy parecida a esta (Imagen 8). En ella aparece en portada la tenista danesa número dos del mundo según la WTA, Caroline Wozniacki cuyas imágenes van acompañadas del siguiente texto: “La tenista Caroline Wozniacki, que no solo se desenvuelve bien con la raqueta, también lo hace bien frente a las cámaras” (Mundo Deportivo, 2016).

También aparece la atleta Michelle Jenneke de la cual afirman que: “La atleta que se hizo famosa por su peculiar y sensual baile antes de cada carrera, es otra de las bellezas que competirá en Brasil” (Mundo Deportivo, 2016).

Jacqueline Carvalho, jugadora de la selección brasileña de voleibol, aparece con una fotografía de su cuenta de *Instagram* personal en la que aparece posando en sujetador acompañada del siguiente texto: “Jaqueline Carvalho, la despampanante jugadora de voleibol brasileña, también hará acto de presencia en Río” (Mundo Deportivo, 2016).

También podemos observar cómo *Mundo Deportivo* optó por resaltar la belleza de la tenista danesa para encabezar esta noticia y calificarla como una de las deportistas más sexys de la competición de Río de Janeiro (Ver Imagen 8). Para este diario que Caroline sea la número dos del mundo según el ranking de la WTA es un aspecto secundario, prefieren resaltar su belleza física antes que sus importantes logros como deportista.

## Imagen 8. Noticia *Mundo Deportivo*

### Las 6 deportistas más sexys de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro

• Ellas son algunas de las más bellas de la competición



Fuente: [www.mundodeportivo.com](http://www.mundodeportivo.com)

## **2. Objetivos e Hipótesis**

La hipótesis de partida del presente trabajo es que el tratamiento informativo que los distintos medios de comunicación otorgan a las mujeres y hombres deportistas es completamente diferente, hasta el punto de darse una ausencia absoluta de información relativa a la participación de las féminas en los distintos campeonatos o actividades deportivas.

Como norma general, prensa, radio y televisión prestan menos atención al deporte realizado por mujeres, al tiempo que el trato hacia unos y otros es diferente en cuanto al tipo de imágenes, lenguaje utilizado y tiempo empleado. Es cierto que en los últimos años se ha avanzado en este aspecto y las mujeres deportistas están consiguiendo hacerse un hueco entre los medios pero aún quedan aspectos que se deben corregir para conseguir esa igualdad por la que tanto luchan las deportistas.

La desigualdad y la brecha salarial con la que se enfrentan las mujeres todos los días es especialmente visible en el ámbito deportivo y en la trascendencia mediática que tienen sus logros, los cuales no son recogidos, en la mayoría de las ocasiones, bajo pretextos de audiencia y rentabilidad.

En este sentido, el objetivo de este trabajo es demostrar la invisibilidad de las mujeres en la prensa deportiva, así como evidenciar cómo la estereotipación de algunos deportes continúa estando presente en nuestra sociedad a pesar del avance que hemos llevado a cabo con el paso de los años.

Para ello nos marcamos los siguientes subobjetivos:

1. Evidenciar el sexismo presente en el lenguaje empleado en las noticias deportivas.
2. Visibilizar nuevos proyectos relacionados con los medios de comunicación que se están llevando a cabo para aumentar la difusión de contenido sobre las mujeres que practican el deporte femenino. Estas iniciativas suelen ser llevadas a cabo por mujeres que son conscientes de las desigualdades y luchan por la puesta en marcha de proyectos que logren la integración de la mujer en el ámbito deportivo.

### 3. Metodología

El método de trabajo elegido para realizar una aproximación al problema de investigación planteado, y en correspondencia con la naturaleza del objeto a investigar, sigue una perspectiva metodológica mixta en la cual se completan los enfoques cuantitativo y cualitativo.

Para alcanzar los objetivos específicos de esta investigación, y confirmar o refutar la hipótesis de partida, hemos realizado el seguimiento de las noticias publicadas en prensa, tanto generalista como especializada, durante los Juegos Olímpicos de Invierno, celebrados en Pyeongchang (Corea del Norte) entre el 9 y el 25 de febrero de 2018.

En este sentido, de entre la prensa generalista hemos procedido al análisis de las noticias publicadas por dos periódicos de ideología diametralmente opuesta y un tercero gratuito, en concreto, *ABC*, *20 Minutos* y *El País*. En cuanto a la prensa especializada hemos optado por *Marca*, *AS* y *Mundo Deportivo*, una elección que responde a criterios de audiencia según la última oleada realizada por el EGM (2017) previa a este estudio.

En total hemos analizado 540 noticias, de las cuales 170 han sido publicadas por la prensa generalista y el resto, 370, por la deportiva. De entre todas ellas hemos extraído las noticias dedicadas a mujeres a fin de poder elaborar una comparativa entre las informaciones dedicadas a uno y otro género y, de esta forma, elaborar una tabla en la que se reflejan las notorias diferencias que existen a pesar de tratarse del mismo ámbito, el deporte.

Para investigar el tratamiento informativo que reciben las noticias televisivas hemos optado por el análisis de los espacios deportivos emitidos por una cadena pública y otra privada, en este sentido, hemos optado por *TVE* y *Cuatro*, ya que su espacio “Deportes Cuatro” es el líder indiscutible a nivel de espectadores.

Nuestra intención primera era realizar un análisis y posterior comparativa entre las noticias emitidas durante los Juegos Olímpicos de Invierno, sin embargo, la escasez informativa generada por este evento y con objeto de poder realizar un adecuado trabajo de campo que nos permitiera obtener unos resultados lo más rigurosos posibles tuvimos que realizar el análisis de dos eventos deportivos diferentes. En este sentido, hemos optado por analizar las emisiones realizadas con motivo de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, celebrados entre el 6 y el 21 de agosto de 2016.

Por último, y de forma complementaria, hemos llevado a cabo encuestas para conocer cuál es la opinión de la gente de la calle y si consideran que el tratamiento de los medios de comunicación hacia el deporte femenino es o no adecuado y qué harían para cambiarlo. Este apartado se completa con el testimonio de varias jugadoras que militan actualmente en el Sevilla FC quienes han conseguido la permanencia un año más en la Primera División Femenina de Fútbol, quienes narran, en primera persona, el trato que



reciben por parte de los medios de comunicación, si han notado algún tipo de avance en este tratamiento en los últimos años y si creen que este avance continuará y en algún momento se logrará la igualdad entre ambos géneros dentro del ámbito deportivo.

## 4. Resultados

### 4.1. Prensa: Comparativa entre la prensa generalista y prensa deportiva

En primer lugar hablaremos sobre los espacios que se dedican a las noticias deportivas en la prensa española. Observamos como el número de noticias que se dedica a los deportes es muy dispar en cada medio, mientras que algunos cuentan con un alto número otras no le dan tanta importancia a este ámbito y sus noticias son menores en cuanto a cantidad se refiere. Pero hay un factor que tienen todos en común y no es otro que la poca importancia que le dan a las noticias protagonizadas por mujeres.

Es algo que coincide en todos los periódicos que han sido analizados. El porcentaje más bajo siempre corresponde a las noticias que han sido protagonizadas por mujeres deportistas. Incluso hay días en los que las deportistas no tienen presencia en los medios mientras que los hombres siempre cuentan con noticias, incluso aparecen algunas que nada tienen que ver con su ámbito personal.

Los medios prefieren rellenar los espacios que les quedan libre con noticias que hablen sobre a lo que dedican su tiempo libre futbolistas de élite como Cristiano Ronaldo o Messi antes que mostrar los logros deportivos de las mujeres en cualquiera de los deportes que practican. En general los datos de lectores con los que cuentan los diarios analizados son buenos y es por ello que no se plantean un cambio en el contenido que ofrecen a sus lectores.

En total, de las 540 noticias analizadas, 119 hablan de deportistas mujeres, es decir, una quinta parte del total. Por medios, *Mundo Deportivo* (29) y *AS* (27) son los medios que más informaciones dedican, mientras que *20 Minutos* (5) y *El País* (7) son los que menos espacio dedican a las féminas (Ver Tabla 2).

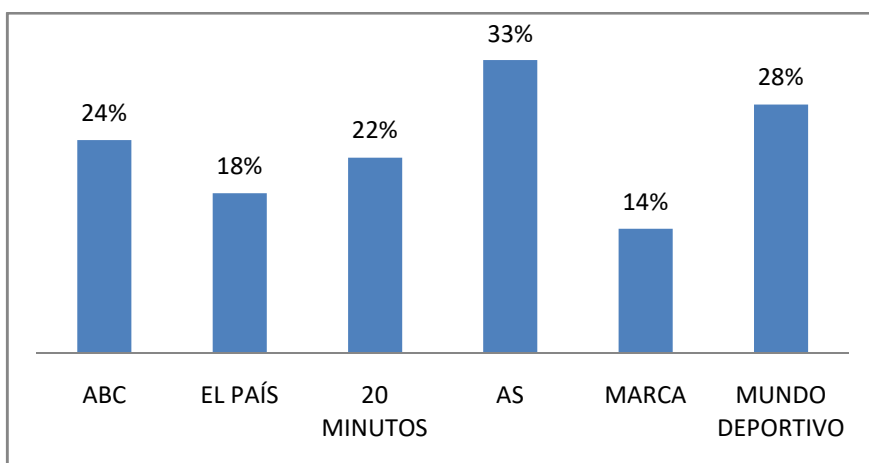
**Tabla 2.** Desglose de noticias analizadas por medio

	FEMENINAS	MASCULINAS	TOTAL NOTICIAS
ABC	26	83	109
EL PAÍS	7	31	38
20 MINUTOS	5	18	23
AS	27	165	192
MARCA	25	51	76
MUNDO DEPORTIVO	29	73	102

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, en términos porcentuales *Marca* es el rotativo que menos noticias dedica, sólo el 14%, frente al 33% dedicado por *AS* (Ver Gráfico 1).

**Gráfico 1.** Porcentaje de noticias femeninas publicadas por los medios

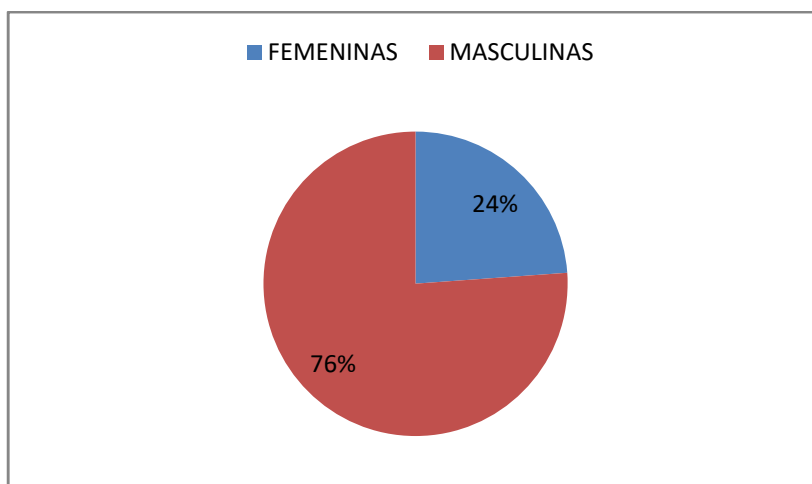


Fuente: Elaboración propia

En *ABC* encontramos que dedican un espacio concreto a los Juegos Olímpicos de Invierno. Además, son los que cuentan con más noticias, un total de 109. Solo 26 de ellas son referidas a mujeres y algunas de ellas no se centran precisamente en los logros conseguidos (Ver Gráfico 2).

Uno de los titulares más llamativos corresponde a una noticia del día 19 de febrero. Se escribió un artículo sobre el incidente sufrido por una patinadora francesa cuando competía. El artículo se titulaba “Una patinadora vive su «peor pesadilla al romperse su vestido”. La noticia se centra en este incidente y deja la información realmente importante en un segundo plano. Junto a su compañero, lograron clasificarse en segunda posición dentro del programa corto de danza.

**Gráfico 2:** Noticias deportivas del diario *ABC*

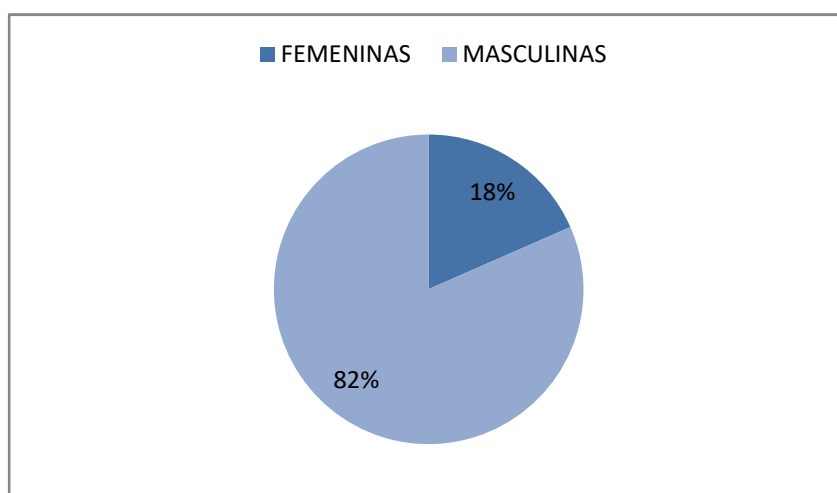


Fuente: Elaboración propia

Por su parte, *El País* también cuenta con una sección específica para las noticias de los Juegos de Invierno. El número de noticias deportivas que publica es mucho menor, concretamente 38, y se ubican exclusivamente en la sección de Deportes.

En cuanto a las noticias que hablan sobre las mujeres deportistas el número al igual que ocurría en el diario *ABC* sigue siendo muy bajo, 7 noticias del total mencionado anteriormente (Ver Gráfico 3).

**Gráfico 3:** Noticias deportivas publicadas por *El País*

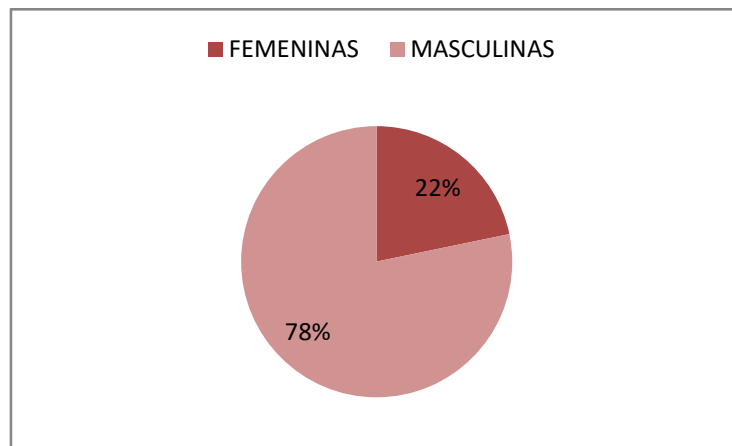


Fuente: Elaboración propia

También encontramos una noticia relacionada con la patinadora mencionada anteriormente. En esta ocasión, el titular se llama “La patinadora olímpica de Corea del Sur cambia su coreografía para no quedarse desnuda”. De nuevo no se destaca la gran labor de la patinadora que consiguió una segunda posición.

Cómo tercer periódico generalista hemos elegido *20 Minutos*, un diario gratuito, con pocas páginas, lo cual explica que sea el único que no cuenta con un espacio concreto dedicado a los Juegos de Invierno. Además, es el que menos noticias dedica a ello, un total de 23. De éstas solamente cinco son sobre las participantes en Pyeongchang (Ver Gráfico 4).

**Gráfico 4:** Noticias deportivas publicadas por *20 Minutos*



Fuente: Elaboración propia

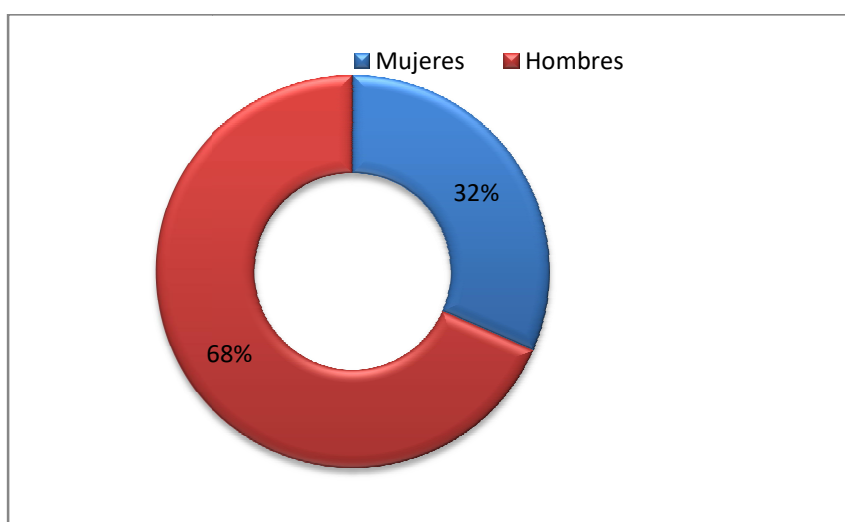
En esta ocasión, no encontramos ningún titular desafortunado como ha ocurrido en los diarios anteriores. Las noticias son variadas y se refieren a los distintos deportes que se han desarrollado en Corea. Entre estas noticias se incluye una entrevista a la rider catalana Queralt Castellet que participa tras haber sufrido dos pérdidas en 2015, la de su pareja y su entrenador.

Al igual que con la prensa generalista vamos a analizar tres de los grandes periódicos deportivos de la prensa española: *Marca*, *AS*, y *Mundo Deportivo*.

En el caso de *Marca*, lo primero que se muestra son diferentes iconos de cada uno de los deportes en los cuales se han competido y se explica detalladamente la información básica de cada uno de ellos, hasta un total de quince deportes y 51 noticias generales de los JJOO. Pero también dedican distintas secciones a los participantes, entre ellas, una dedicada a los deportistas españoles. Por lo tanto, el total de noticias asciende hasta 76 de las que 25 eran dedicadas a mujeres (Ver Gráfico 5).

Especial mención requiere el hecho de que en la sección dedicada a deportistas españoles participantes, no figure ninguna mujer.

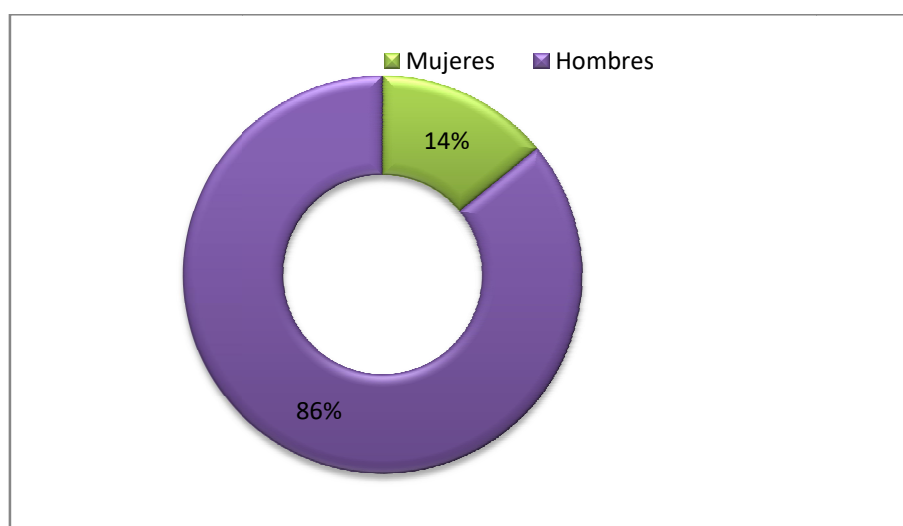
**Gráfico 5:** Noticias deportivas publicadas por *Marca*



Fuente: Elaboración propia

En *AS* también encontramos una amplia cobertura respecto a los Juegos de Invierno 2018 celebrados en Corea del Norte. Cuenta con un total de nueve páginas dedicadas a noticias de dichos juegos. Las noticias tienen diversas fuentes: agencias como *EFE* o bien periodistas especializados que trabajan para *AS*. Encontramos diversas secciones y entre ellas destaca una dedicada al patinador Javier Fernández. Incluye noticias de antes del comienzo de los juegos por lo que la cobertura realizada por el diario madrileño es la más completa. Una vez más, el número de noticias dedicadas a las participantes mujeres es muy baja. De 192 noticias publicadas solo 27 van dedicadas a las deportistas (Ver Gráfico 6).

**Gráfico 6:** Noticias deportivas publicadas por *AS*

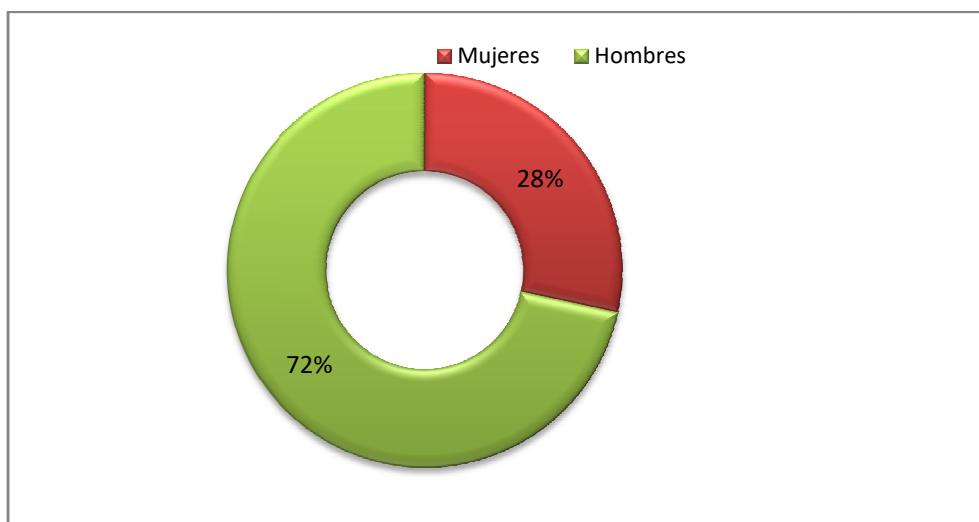


Fuente: Elaboración propia

Por su parte, *Mundo Deportivo* cuenta con varias secciones para que el lector pueda elegir y conocer detalles importantes como “Deportes” o “Medallero” además de presentar a todos los deportistas españoles que han participado en estos Juegos de Invierno. Incluye noticias que no tienen nada que ver con el panorama deportivo, más bien con política y los problemas surgidos recientemente en Corea.

*Mundo Deportivo* también realiza varias entrevistas a mujeres que han conseguido importantes logros en estos juegos, como es el caso de la noruega Bjorgen que ha logrado cinco medallas, dos de ellas de oro y batir su propio record. A pesar de ello, las noticias dedicadas a las deportistas (29) siguen siendo muy inferiores a las de los hombres (73) que continúan ocupando gran parte del contenido (Ver Gráfico 7).

**Gráfico 7:** Noticias deportivas publicadas por *Mundo Deportivo*



Fuente: Elaboración propia

## 4.2. Televisión: Comparativa entre *TVE* y *Cuatro*

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor poder de difusión. Su influencia en cuanto a sus transmisiones es fundamental para concienciar y ayudar a formar una opinión pública. El deporte es un tema que siempre ha contado con una gran demanda por parte de los espectadores y que cada vez va ganando más peso de cara a la galería. La especialidad del deporte está muy bien cuidada dentro de los medios de comunicación.

En el caso de la televisión, concretamente en los telediarios, podemos ver cómo muchos de ellos cuentan con periodistas especializados para esta sección. Normalmente en los telediarios los deportes cuentan con un espacio específico que se suele situar al final de la programación.

Dentro de esta sección deportiva, el mayor peso siempre lo llevo el conocido como deporte rey, el fútbol. El tiempo dedicado al resto de deportes siempre es minoritario. Únicamente podemos ver excepciones en periodos concretos de tiempo como pueden ser los Juegos Olímpicos o las Olimpiadas. Para estas ocasiones las distintas cadenas de televisión optan por ofrecer una programación mucho más variada en la que se tratan muchos deportes y como excepción el fútbol pasa a ser secundario.

Para ello vamos a llevar a cabo un análisis sobre las emisiones de noticias deportivas femeninas llevadas a cabo en una cadena de televisión pública (*TVE*) y otra privada (*Cuatro*). La elección de llevar a cabo el análisis sobre dichas cadenas se basa en dos razones fundamentales: *TVE* es la cadena pública española y la que consideramos que mejor cobertura informativa podía aportar sobre los JJOO de Río, por su parte, el espacio deportivo de *Cuatro*, es según el EGM (2017) el preferido por los españoles para informarse sobre los deportes.

El periodo escogido para analizar abarca un total de quince días, del 6 al 21 de agosto, coincidiendo con la duración que tuvieron los Juegos Olímpicos realizados en Río de Janeiro en el año 2016. Dicho telediario contaba con un presentador, Sergio Sauca, en Río de Janeiro, desde donde se llevaban a cabo conexiones cada día para informar sobre la actualidad deportiva.

El tiempo dedicado cada día a la sección de deportes era de veinte minutos aproximadamente, de los cuales entre diez y quince estaban centrados en los JJOO. Al principio del informativo solían aparecer los avances de los acontecimientos más importantes ocurridos en Río, de los cuales más tarde se ampliaría la información a través de las conexiones.



*Televisión Española* contaba con un amplio equipo de profesionales presentes en Río de Janeiro encargados de estar al pie de la noticia y llevar a cabo entrevistas con los deportistas. Dentro de las deportistas españolas desplazadas hasta la ciudad brasileña tenemos que destacar tres nombres propios que fueron las principales protagonistas de estos juegos: la nadadora Mireia Belmonte, la jugadora de bádminton Carolina Marín y la tenista Garbiñe Muguruza.

A lo largo del periodo analizado podemos ver diversas entrevistas a estas tres jugadoras en las que cuentan cómo se están sintiendo en su estancia en Río y hablan sobre las competiciones en las que están participando.

En el caso de Mireia consiguió dos medallas: oro y bronce. La primera la logró en 200 metros mariposa donde además se proclamó también campeona europea y mundial. La de bronce la obtuvo en la categoría de 400 metros estilos. Ella misma calificó su participación en los JJOO como muy positiva. Garbiñe Muguruza no pudo hacerse con ninguna medalla en Río.

Fueron varias las categorías en las que participó, en dobles mixtos junto a Rafa Nadal, quién se vio obligado a renunciar dado la cantidad de partidos que acumulaba y al cual le pudo el cansancio y decidió optar por el dobles masculino y el individual. En su participación individual fue eliminada por la puertorriqueña Mónica Puig.

En los dobles jugó junto a Carla Suárez y cayeron eliminadas en cuartos frente a las rusas Elena Vesnina y Ekaretina Makarova. Por último la onubense Carolina Marín también pudo volver a casa con una medalla de oro olímpica tras imponerse en la final a la india Pursula.

Hablamos de estas tres deportistas españolas como principales focos de la noticia en su participación en Río pero no fueron las únicas. Otra de las destacadas fue la medallista de bronce Lydia Valentín que consiguió hacerse con una ansiada medalla en la final. También alcanzaron la final el dúo de natación sincronizada Gemma Mengual y Oda Carbonell que se quedaron con un quinto puesto.

Ruth Beitia también consiguió un oro olímpico tras una magnífica marca de 1,97 m. Eva Calvo se hizo con una medalla de plata en Taekwondo. Malalen Chourraut logró también una medalla de oro en Piragüismo, en la categoría de Slalon K1. Las selecciones de gimnasia rítmica y baloncesto también se hicieron con la medalla de plata.

De un total de 17 medallas que componían el medallero español, 9 de ellas fueron logradas por mujeres, es decir el 35%.

Durante el periodo de nuestro estudio, TVE emitió un total de 248 noticias, de las cuales 117 estuvieron dedicadas a los logros femeninos, de manera que se destinó un tiempo similar al tratamiento de ambos géneros a excepción de un par de días en los que las noticias femeninas no alcanzan el cuarenta por ciento (Ver **Tabla 3**). También podemos observar como en un total de cinco días el número de noticias referidas a mujeres es mayor a la de hombres.

**Tabla 3.** Noticias deportivas emitidas por *TVE* durante los JJOO

Cadena emisión	Día emisión	Noticias masculinas	Noticias femeninas	Noticias totales	Porcentaje noticias femeninas
	06/08	9	5	14	35,71%
	07/08	7	9	16	56,25%
	08/08	8	10	18	55,5%
	09/08	9	8	17	47,05%
	10/08	9	9	18	50%
	11/08	6	10	16	62,5%
	12/08	11	6	17	35,3%
<b>TVE</b>	13/08	8	9	17	53%
	14/08	8	7	15	46,6%
	15/08	8	8	16	50%
	16/08	9	8	17	53%
	17/08	8	4	12	33,3%
	18/08	8	6	14	42,85%
	19/08	9	6	15	40%
	20/08	9	7	16	43,75%
	21/08	5	5	10	50%

Fuente: Elaboración propia

El periodo analizado en la cadena privada también abarca los días de duración de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, sin embargo, el número de noticias dedicadas por *Cuatro* a los JJOO es más bajo que el de la cadena pública, 162 frente a las 248 emitidas por *TVE*.

“Noticias Cuatro” no dedica un espacio concreto a la información olímpica, sino que las noticias salen entrelazadas con las de fútbol. La cadena se centra principalmente en el fútbol español, principalmente de los dos grandes clubes de la Liga española: Real Madrid y FC Barcelona. Tampoco cuenta con un enviado especial en Río que se dedique a transmitir las noticias desde allí, son los propios presentadores los que retransmiten las noticias desde el plató.

El tiempo total dedicado a la sección de deportes es entre 45 minutos y una hora. De este tiempo el día que se dedica más tiempo a hablar de los Juegos Olímpicos son 15 minutos, aunque hay algunos días que la información se limita a 5 escasos minutos.

De las 162 noticias emitidas por Cuatro sobre los Juegos Olímpicos, sólo 63 (39%) están dedicadas a los logros femeninos, mientras que las noticias que hablan del género masculino en el deporte son 98, lo que supone un 61% del total (Ver **Tabla 4**).

**Tabla 4.** Noticias deportivas emitidas por *Cuatro* durante los JJOO

<b>Cadena emisión</b>	<b>Día emisión</b>	<b>Noticias masculinas</b>	<b>Noticias femeninas</b>	<b>Noticias totales</b>	<b>Porcentaje noticias femeninas</b>
	06/08	4	2	6	33,3%
	07/08	8	7	15	46,6%
	08/08	8	2	10	20%
	09/08	6	3	9	33,3%
	10/08	8	4	12	33,3%
	11/08	5	7	13	53,8%
	12/08	6	8	14	57,1%
<b>Cuatro</b>	13/08	7	7	14	50%
	14/08	10	7	17	41,1%
	15/08	5	1	6	16,6%
	16/08	7	3	10	30%
	17/08	7	2	9	22,2%
	18/08	7	6	13	46,1%
	19/08	10	4	14	28,5%
	20/08		Sin información disponible		
	21/08				

Fuente: Elaboración propia

Centrándonos en las principales protagonistas de dichas noticias, la deportista que más veces aparece a lo largo del periodo analizado es la nadadora Mireia Belmonte. Los días posteriores a que Mireia ganase las medallas gran parte de las noticias que provenían de Río estaban centradas en ella. Llevaron a cabo reportajes en los que se desplazaban hasta su ciudad para ver como se vivía desde allí su participación en los juegos.

Al igual que en la cadena pública, también incluían algunas declaraciones de la propia nadadora aunque no eran tantas como en *TVE*. Las otras dos principales protagonistas de televisión española apenas aparecen en las noticias emitidas por *Cuatro*. Los

reportajes más importantes junto a los de Mireia fueron los de Lydia Valentín tras ganar su medalla de bronce y Maialen tras convertirse en campeona olímpica.

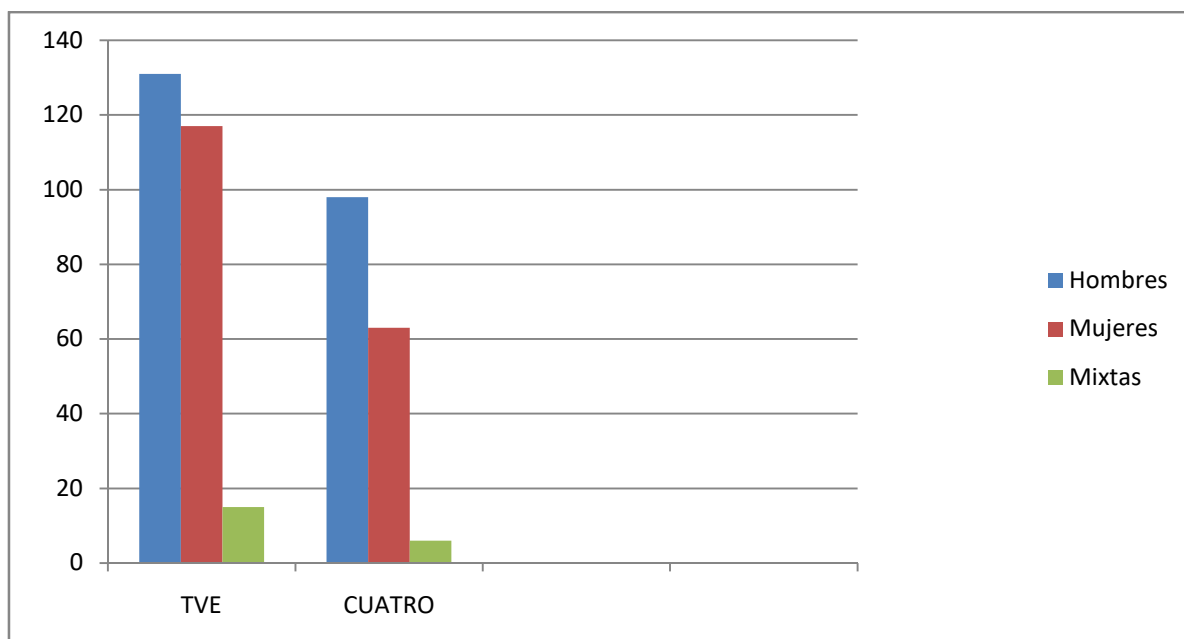
Respecto a los datos que se reflejan en la Tabla 4, observamos como la cantidad de noticias emitidas cada día es bastante irregular, hay días que el número de noticias es alto mientras que al día siguiente las noticias son prácticamente inexistentes ya que prefieren dar espacio y tiempo a las noticias de fútbol, que es el deporte que ocupa la mayoría del tiempo de los deportes de esta cadena.

Respecto a los porcentajes, podemos ver como más de la mitad se sitúan por debajo del 50%, es decir, además de emitir pocas noticias normalmente las que se emiten son sobre los deportistas masculinos. El porcentaje más bajo (16,6%) lo encontramos el 16 de agosto, día en el que únicamente se dedicó una noticia a las mujeres. El caso contrario, es decir, el porcentaje más alto (57,1%) lo vemos en el día doce de agosto.

Las noticias correspondientes al porcentaje más alto hablan sobre la medalla de oro conseguida por Mireia Belmonte en la categoría de 200 metros mariposa. También incluye una entrevista con la medallista Maialen Chourraut tras conseguir el oro olímpico y otra entrevista a Lydia Valentín. Además incluye noticias sobre el balonmano femenino o el voleibol.

En resumen, la cadena pública resultó ser la más plural a la hora de informar sobre los deportistas que participaban en las Olimpiadas de Río de Janeiro, con unos porcentajes de noticias masculinas y femeninas similares, mientras que *Cuatro* destinó menos tiempo a las noticias femeninas, sólo el 39%, porcentaje superior, al de medallas logradas por las féminas que, recordemos, fue del 31%.

**Gráfico 8:** Comparativa de noticias emitidas por *TVE* y *Cuatro*



Fuente: Elaboración propia

### 4.3 Estudio de caso

Cómo bien se sabe el fútbol es el deporte estrella dentro del ámbito masculino. Los medios centran sus contenidos en él, dado que es el que por regla general suele interesar más a la audiencia. Sin embargo, cuando este mismo deporte es practicado por mujeres el interés en los medios se ve reducido. No tiene ningún sentido ya que la práctica es la misma pero lo único que cambia es las personas que lo practican. Ha sido uno de los deportes que a lo largo de la historia se ha considerado “de hombres” y esto ha creado una mala imagen respecto a las mujeres que lo practicaban. Es uno de los deportes en los que más se ha visto reflejado el sexismo. En la antigüedad, las mujeres que jugaban al fútbol no eran bien vistas ya que no se consideraba un deporte hecho para ellas.

La cobertura ofrecida por los medios respecto al fútbol femenino en la actualidad es limitada. En las diferentes emisoras de radio encontramos algunos programas dedicados al fútbol femenino como es el caso de “Ellas juegan”, de *Onda Cero* que dirige Ana Rodríguez, o “Goles de Tacón” de *Radio Marca* dirigido por Javi de la Casa. A través de estas emisiones en cadenas con alta audiencia se busca conseguir el interés de la audiencia por el fútbol femenino.

Dentro del ámbito local también encontramos como la emisora del *Sevilla FC* cuenta con un programa dedicado a los equipos femeninos del club, “FemClub” dirigido por Manuel Galán y Manuel de los Santos. En este programa cuentan cada semana con la presencia de jugadoras de la entidad sevillista que hablan sobre la actualidad del equipo.

La entidad sevillista y sus medios de comunicación apuestan fuerte por sus equipos femeninos. Tanto en radio como en televisión retransmiten los partidos del Sevilla Femenino que milita actualmente en Primera División. Tres jugadoras del club hispalense nos concedieron una entrevista en la cual nos hablaron sobre cuál era su visión personal sobre el tratamiento de los medios de comunicación hacia el deporte que practicaban.

Todas coinciden en que en los últimos años el avance que se ha producido por parte de los medios en cuanto a interés por el fútbol femenino es notorio. Están dando pequeños pasos hacia esa igualdad que es tan necesaria.

La capitana del Sevilla FC es la jugadora más veterana de la Liga Iberdrola y afirma que en todos los años que lleva jugando como profesional ha podido ver como el avance por parte de los medios de comunicación hacia esta profesión ha ido creciendo. Fue jugadora del FC Barcelona e incluso ganó una Liga y ahí vio un gran interés. Afirma que las cosas se están haciendo bien y que cada vez son más los medios que muestran su interés para dar voz a este deporte.

También reconoce que la televisión es uno de los mejores escaparates con los que cuentan y por ello es importante que cada vez se emitan más partidos de fútbol femenino. Es una buena manera de llegar a la audiencia. Hay personas que al no haberlo

visto nunca no se han interesado pero que una vez que lo han visto se han dado cuenta que sí les gusta y empiezan a interesarse por ello.

Los medios tienen el poder de dar difusión y que gracias a ellos se pueda ver el trabajo que realizan estas deportistas. También destacan que aunque este avance se esté dando es un camino largo en el que queda mucho por recorrer. Natalia destaca que en algunos aspectos son iguales que el fútbol masculino en cuanto al interés que generan, dando que los equipos grandes siempre consiguen hacerse con más atención que los demás.

En la Primera División española de fútbol femenino juegan varias jugadoras internacionales y esto también puede ser un beneficio para las emisiones de los medios de comunicación. Gracias a estas jugadoras se pueden conseguir que personas de fuera del país se interesen por estas retransmisiones y la expansión de este deporte sea cada vez mayor. Por lo tanto el beneficio es mutuo tanto para las jugadoras porque consiguen ser vistas en países extranjeros pero también para los propios medios de comunicación que consiguen ampliar sus fronteras de audiencia.

Helena se muestra muy positiva y cree que de aquí a unos años la implicación de los medios va a crecer mucho más y que la igualdad entre el interés que generan hombres y mujeres en el mundo del fútbol sea prácticamente igual. Los medios tienen el poder más fuerte de cara a la sociedad en cuanto a influencia se refiere.

Algunas cadenas de televisión ya han visto los primeros beneficios gracias a las que ya se han convertido en habituales emisiones de partidos de fútbol femenino. *Gol TV* logró un total de 271.000 espectadores con el partido entre Atlético de Madrid y FC Barcelona. Esto supuso un share de 1,45% convirtiéndose en el partido de fútbol femenino más visto de la historia de España. *Bein Sport* también ha apostado por el fútbol femenino y emite algunos partidos de la Liga Iberdrola.

Además, de esta entrevista hemos realizado una encuesta para conocer que piensan las personas que consumen el contenido ofrecido por estos medios de comunicación. La participación en dicha encuesta ha sido de 50 personas. El rango de edad era entre los 18 y los 70 años ambos inclusive. El 100% de los encuestados coinciden en que la prensa centra su contenido en el deporte masculino y el tratamiento hacia el femenino es minoritario.

En cuanto a quiénes son los responsables un 65% cree que los medios porque son los encargados de maquetar el contenido. Un 20% dice que es por la audiencia que son los consumidores y al consumir muestran interés por este tipo de noticias mientras que un 15% cree que es cosa de ambos ya que cada uno tiene su parte de responsabilidad.

Un 12% de los encuestados coincide en que si el contenido del deporte masculino es mayoritario es porque es lo que realmente interesa a la audiencia y no se deben llevar cambios al respecto. El 88% restante creen que están equivocados y que esto es un

error, un claro reflejo de la desigualdad que existe entre hombres y mujeres dentro del ámbito deportivo y que se debe llevar a cabo un cambio rápido y efectivo.

Por último hemos preguntado sobre si creen que se va a producir un cambio a favor de las mujeres deportistas en un futuro próximo. Un 90% de los encuestados se mostraron pesimistas afirmando que es tema complicado y que queda mucho camino para la igualdad frente a un 10% que aseguraban que el camino que se estaba siguiendo era el correcto y que la igualdad estaba cada día más cerca.

## 5. Resultados y Conclusiones

Tras un análisis exhaustivo de los distintos medios de comunicación con los que contamos en nuestra sociedad hay varios aspectos que quedan bastante claros. Todos estos medios necesitan con urgencia llevar a cabo un cambio radical en cuanto al tipo de contenido que ofrecen pero, sobre todo, aumentar el que está relacionado con las mujeres deportistas. Este es un trabajo que tienen que llevar a cabo los propios medios pero en los que, también en cierto modo, puede influir la audiencia.

La audiencia también es una de las partes fundamentales dentro del mundo de la comunicación. En ocasiones, el desinterés por parte de las personas que son asiduas a leer artículos relacionados con el mundo del deporte o ver en la televisión programas relacionados con ello se debe a la desinformación. Cuando algo no se conoce no se puede saber si te gusta o no y esto les ocurre a muchas personas con el deporte femenino. Al no tener contenido sobre ello no muestran su interés por conocerlo y realmente no son conscientes de si les gusta o no. Por ello, la audiencia también tiene la misión de pedir a los medios una mayor implicación con las mujeres que practican deporte.

Observamos datos muy significativos como, por ejemplo, que haya cierta prensa especializada que cuente con el mismo número de noticias deportivas que prensa no especializada. Esto muestra que hay periódicos no especializados que tienen un interés llamativo por el deporte en ciertas épocas, en este caso en los JJOO. En grandes competiciones como ésta podemos ver cómo las noticias sobre deportistas son bajas pero en una época sin competiciones de alto nivel estas noticias pasan a desaparecer.

También vemos cómo dentro del mundo de las mujeres deportistas hay algunas que acaparan todos los focos, mientras que el resto queda en un segundo plano. En los JJOO hemos observado cómo todas las noticias están relacionadas con las mismas jugadoras, pero en esta competición participaron un número bastante amplio de mujeres a las cuales no se les dio el protagonismo debido.

Hay que hacer algo para conseguir que desaparezca la desigualdad que existe dentro del ámbito deportivo. Las propias protagonistas son conscientes de que el avance es cada vez mayor y que la situación está mejorando pero que el ritmo no puede parar y que hay que seguir luchando para que esto sea una realidad lo antes posible. Los medios deben acercar a la audiencia estos contenidos para conseguir generar interés y así conseguir beneficios como puede ser el aumento entre la audiencia, dado que hay personas que no lee o ve los programas dado que el contenido que se les ofrece no les interesa.



## 6. Bibliografía

### 6.1. Libros

Alfaro E. Bengoechea M & Vázquez B. (2017). *Hablamos de deporte*. Madrid: Serie lenguaje.

Alfaro, E. (2010) *Las mujeres y el deporte: Evolución y situación actual. Seminario permanente Mujer y Deporte*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.

### 6.2. Capítulos de libros

Amado Alonso D, Leo Marcos F.M & Pulido González JJ (2012): “Diferencias de género respecto a la práctica deportiva. Importancia de los medios de comunicación”. En *Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género*, pp. 2013-2023. Sevilla: Universidad de Sevilla

Angulo, M. (2007): “Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación”, en *Mujer y Deporte*. Madrid.

Barrera Muñoz J. & Revilla Guijarro A. (2012). “Fin de la discriminación del deporte femenino a través de la formación en cultura de igualdad del alumnado de comunicación con la creación del programa de radio “SDF: Solo deporte femenino. En *Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género*, pp. 1944-1964. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Comas D. (2012). “Representación de las mujeres en medios audiovisuales”. En *Libro de Actas IV Jornadas Mujer y medios de comunicación*, pp. 5-23. País Vasco: Universidad País Vasco.

Cuadros Palomares, M<sup>a</sup> T. (2012). “Estereotipos en la radio según horario de emisión y contenidos radiofónicos”. En *Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género*, pp. 400-415. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Fernandez Ramos V. (2014). “La prensa deportiva desde la perspectiva de género: aproximación a la representación mediática del deporte femenino en España”. En *Libro de Actas VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, pp. 1-13. Universidad de La Laguna.

González Ponce I, López Chamorro J M<sup>a</sup> & Sánchez Oliva D. (2012). “Valoración de la actividad física y deportiva desde una perspectiva de género”. En *Libro de Actas del I*

*Congreso Internacional de Comunicación y Género*, pp. 2002-2013. Sevilla: Universidad de Sevilla.

-

### 6.3. Artículos

Leruite M.T, Martos Fernández P & Zabala Díaz M. (2015). “Análisis del deporte femenino español de competición desde la perspectiva de protagonistas clave”, en *Retos*, 28, pp.1-8. Disponible en file:///C:/Users/gidgu92/Downloads/Dialnet-AnalysisDelDeporteFemeninoEspañolDeCompeticionDesd-5145802.pdf

Rojas Torrijos, José Luis (2010). “La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista”. *Vivat academia*, 113. Disponible en <http://webs.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/DATOSS.htm>

Vega Ramírez, L. y Ávalos Ramos M<sup>a</sup> A. (2016). “La presencia de la mujer deportista en la televisión”. *Feminismos*, 27, pp. 165-175. Disponible en [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61253/1/Feminismos\\_27\\_09.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61253/1/Feminismos_27_09.pdf)

### 6.4. Documentos electrónicos

Asociación de periodistas de Cataluña (2010). “Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010”. Barcelona.

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2018). Estudio General de Medios. Abril 2017-Marzo 2018. Madrid

Berazaluce I & Civantos D (2017). “Los titulares más machistas de la prensa deportiva”. Disponible en <https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/los-8-titulares-mas-machistas-de-los-juegos-olimpicos-de-rio/>

Fernández Villarino, M.A y López Villar C. (2012). “La participación de las mujeres en el deporte. Un análisis desde la perspectiva de género”. Ciclo de conferencias: Xénero, actividade física e deporte.

García Romero F. (2015). “El deporte femenino en la Antigua Grecia”. Universidad Complutense.

Leruite M.T, Martos Fernández P & Zabala Díaz M. (2015) Análisis del deporte femenino español de competición desde la perspectiva de protagonistas clave. Universidad de Granada

Mesa Villalba, S. (2008). “Estudio sobre género y deporte en televisión. Consejo audiovisual de Andalucía”. Disponible en <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/publicaciones/contenidos-discriminatorios/2008/10/estudio-sobre-genero-y-deporte-en-televi>

Mundo Deportivo. (2016). “Las 6 deportistas más sexys de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro”. *Mundo Deportivo*. Recuperado de <http://www.mundodeportivo.com/buzz/20160803/403658738777/las-6-deportistas-mas-guapas-de-los-juegos-olimpicos-de-rio-de-janeiro.html>

Sainz de Baranda Andujar, C. (2013). “Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)”. Universidad Carlos III de Madrid. Recuperada de <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/16505>

## 7. Anexos

### 7.1. Anexo 1

Entrevista a jugadoras del Sevilla FC Femenino

Esta entrevista ha sido realizada a Natalia Benítez, Alicia Fuentes y Helena Torres, tres jugadoras de la plantilla del Sevilla FC Femenino que juegan actualmente en Primera División.

P: En primer lugar para aquellas personas que no sigan el panorama del fútbol femenino preséntense y cuenten algo de su historia.

A: Yo soy Alicia Fuentes tengo 39 años y soy una de las capitanas del Sevilla FC. Personalmente llevo jugando más de 20 años al fútbol y para mí es una parte muy importante de mi vida. He tenido la suerte de poder jugar en varios equipos, de vivir momentos muy bonitos como cuando gané una Liga en el FC Barcelona o el pasado año cuando conseguimos el ascenso a Primera División.

H: Yo soy Helena Torres tengo 19 años y actualmente juego como extremo en el Sevilla FC. Para mí el fútbol también es una parte muy importante de mi vida ya que gracias a él he aprendido muchas cosas y también he conseguido alcanzar metas. Llegué a este equipo el año pasado y la verdad que estoy muy contenta de estar aquí porque somos una gran familia en la que nos apoyamos todos y sabemos hacer piña tanto dentro como fuera del terreno de juego.

N: Yo soy Natalia Benítez tengo 20 años y juego como defensa en el Sevilla FC. Juego al fútbol desde que era pequeña, empecé en mi pueblo y mi padre me animó a venir al Sevilla y desde entonces tengo la suerte de formar parte de este club. El fútbol siempre ha sido una pieza fundamental en mi vida, no sabía vivir sin jugar y a día de hoy tengo la suerte de poder seguir dedicándome a lo que me gusta.

P: ¿Han vivido alguna vez una situación en la que hayan sentido discriminación por ser mujeres?

A: La verdad que dentro del ámbito profesional por suerte nunca he tenido que vivir un tipo de situación así de desagradable. Sí que es verdad que cuando era pequeña y decía en mi pueblo que a mí lo que me gustaba era jugar al fútbol pues algunos me decían que eso no era deporte para las mujeres o que yo lo que tenía que hacer era ayudar en casa y fregar, pero bueno también supongo que eran pensamientos de otra época y que hoy en día estas cosas cada vez son menos frecuentes.

H: Yo tampoco he tenido nunca ningún problema en ese aspecto. Como bien he dicho antes llevo jugando al fútbol desde que era muy pequeña en el colegio, con mis amigos del barrio y nunca he tenido problemas. Y desde que me dedico a ello de manera profesional pues todo ha ido bastante bien.

N: En mi vida siempre ha estado muy presente el fútbol, en mi casa jugaba mucho con mi hermano y con mi padre y siempre me han apoyado. Igualmente ocurría en el colegio o con mis amigos. De hecho yo comencé a jugar al fútbol en un equipo mixto y no solía tener problemas. Si que recuerdo una vez que fui a Alcalá a jugar y claro los niños no estaban acostumbrados a ver jugar a una niña. Yo estaba jugando el partido normal y un niño me dio una patada, yo me levanté y justo cuando lo hice me dio una torta en la cara.

P: ¿Creen que la repercusión cada vez mayor en los medios se debe al aumento de emisiones de partidos de fútbol femenino?

A: Evidentemente es algo que suma ya que es un escaparate a mayor escala para todo el mundo, incluso para aquellas personas que no tienen demasiado interés en este deporte en algún momento se lo cruza y lo ve. Hay gente que al verlo por primera vez ha reconocido que le gusta y así poco a poco la audiencia se va interesando y se consigue que el interés por este deporte sea cada vez mayor. Alguna gente destaca que es diferente al fútbol que practican los hombres y es por eso por lo que les gusta. Es importante que los medios den difusión y se refleje el trabajo tan bueno que hacemos. La presencia de jugadoras internacionales en la primera división femenina española hace que los medios se interesen más dado que esto puede influir a la hora de una repercusión fuera de nuestro país.

H: Se está notando un avance claramente gracias a que la implicación por parte de los medios de comunicación es cada vez mayor. Si las cosas siguen por el buen camino que están siguiendo en los últimos años, en un futuro próximo se puede conseguir que la repercusión crezca mucho más y esto es un beneficio mutuo tanto para todo los que nos encontramos dentro del mundo del futbol femenino como para los propios medios de comunicación.

N: La repercusión en los medios está siendo cada vez mayor, aún así creo que todavía queda mucho que avanzar en este aspecto y sobre todo para que se de la misma importancia a todos los equipos. Al igual que ocurre en los equipos masculinos, la mayor repercusión se la suelen llevar los equipos más grandes. Pero bueno nosotras estamos centradas en hacer bien nuestro trabajo y confiamos en que los medios se hagan eco de ello.

P: ¿Hay algo que hayan vivido que les haya hecho reflexionar sobre lo poco valorada que está la mujer en el deporte y en concreto en el fútbol?

A: Al igual que te dije anteriormente por suerte de manera personal he sido afortunada y no he vivido ninguna situación de este tipo pero si que es verdad que se ven algunas cosas como lo hablado anteriormente de los medios de comunicación que te hacen darte cuenta que todavía tenemos que seguir luchando para conseguir que los deportes, ya no solo el fútbol, si no cualquiera que se practique sea igual para todos y no se mire el sexo de quien lo disfrute.

H: Al igual que mi compañera yo también me siento muy afortunada y no he vivido ninguna situación personal desagradable. Pero como bien dice ella la poca valoración se puede ver reflejada en muchos aspectos ya no solo en los medios de comunicación también por ejemplo en los sueldos. ¿Por qué si el deporte es el mismo y todo es igual los hombres cuentan con unos sueldos mucho más altos? Son preguntas en las que confío que algún día no tendrán que hacerse porque esta situación habrá cambiado.

N: El fútbol es considerado el deporte estrella por excelencia. A pesar de ello podemos ver como siguen existiendo diferencias abismales dependiendo de quien lo practique. Antiguamente se decía que era un deporte para hombres pero por suerte esto ha cambiado. Desde que yo tengo la suerte de jugar no he vivido nada que me haya hecho sentirme discriminada a modo personal pero si veo en muchos aspectos como siguen pensando que somos inferiores y me parece algo injusto que se debe cambiar cuanto antes.

P: ¿Como suele reaccionar la gente cuando dicen que se dedican a jugar al fútbol de manera profesional?

A: Es verdad que es curioso porque en algunos momentos algunas personas se extrañan. Una vez recuerdo que se lo dije a una chica y me miró y dijo ¿ Pero eso es una profesión? ¿Te dedicas a ello de manera profesional?. La verdad que hay muchas personas que lo desconocen pero es algo normal

H: Cuando lo decía hace tiempo pues la verdad es que se sorprendían y decían anda las chicas juegan al futbol? Pero tú lo dices hoy en día y ya la reacción es totalmente distinta porque es algo muy habitual en el entorno, casi todo el mundo tiene a alguien cercano o conocido que también juega al fútbol. Cada día se va formalizando más

N: Coincido con mi compañera Helena en que las reacciones de unos años a ahora se han normalizado bastante. Yo personalmente como mi entorno está acostumbrado a verme pegada a un balón desde pequeña pues no es algo que suela sorprender a la gente pero también es verdad que alguna vez que otra cuando lo he dicho algunas personas me han mirado con cara de sorprendidos.