



ISSN 1577-4015

Apunts Educación Física y Deportes

ISSN: 1577-4015

ISSN: 2014-0983

pubinefc@gencat.cat

Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya

España

Martínez-Abajo, Judit; Vizcarra, María-Teresa; Lasarte, Gema
Percepción de las deportistas de su trato mediático
Apunts Educación Física y Deportes, vol. 36, núm. 139, 2020, -Marzo, pp. 73-82
Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya
España

DOI: [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2020/1\).139.10](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2020/1).139.10)

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551662300010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



Percepción de las deportistas de su trato mediático

Judit Martínez-Abajo^{1*}, María-Teresa Vizcarra¹ y Gema Lasarte²

¹Departamento de Didáctica de la Expresión Musical, Plástica y Corporal, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU), España

²Departamento de Didáctica de la Lengua y la Literatura Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU), España



Citación

Martínez-Abajo, J., Vizcarra, M.-T., & Lasarte, G. (2020). How do Sportswomen Perceive the Way they are Treated in the Media?. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 139, 73-82. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2020/1\).139.10](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2020/1).139.10)

Resumen

Este estudio pretende conocer la percepción de las mujeres deportistas de élite el trato mediático que los medios de comunicación dan a sus carreras deportivas y al deporte femenino en general. Son deportistas que rompiendo con los estereotipos de género han sido capaces de traspasar barreras y llegar a la cúspide en sus respectivos deportes. La finalidad de este trabajo es la de comprender e interpretar una realidad social concreta, la de las deportistas de élite; buscando identificar los significados que ellas dan a la representación mediática que se hace del deporte, expresando cómo se construyeron sus carreras deportivas y su identidad como deportistas, y el tratamiento que han percibido de la prensa. Se han realizado 19 entrevistas y 3 grupos focales con mujeres deportistas de alto nivel. Los resultados muestran que las mujeres perciben un trato diferenciado con respecto a los hombres y que se sienten invisibilizadas y juzgadas bajo estereotipos ligados a la belleza, a la falta de habilidad o la falta de interés de sus competiciones, denunciando que sus logros tienen menor visibilidad que las derrotas de sus compañeros masculinos. Las conclusiones destacan la necesidad que tienen las deportistas de cambiar los usos periodísticos para no sentirse invisibilizadas, ninguneadas, ni cosificadas, y que, a su vez, sean un modelo para las niñas.

Palabras clave: medios de comunicación, deportistas de élite, género, invisibilización y violencia mediática

Editado por:

© Generalitat de Catalunya
Departament de la Presidència
Institut Nacional d'Educació
Física de Catalunya (INEFC)

ISSN: 2014-0983

*Correspondencia:

Judit Martínez-Abajo
juditmaab@hotmail.com

Sección:

Mujer y deporte

Recibido:

20 de septiembre de 2018

Aceptado:

17 de julio de 2019

Publicado:

1 de enero de 2020

Introducción

En este trabajo se abordarán los distintos aspectos que contribuyen a la configuración de una imagen mediática estereotipada de la mujer a través de las voces de las deportistas. Las investigaciones revisadas dejan patente que, el modo en que las mujeres aparecen representadas en los medios de comunicación permite hablar de una nueva violencia de género, la violencia mediática (Alfaro et al., 2011; Angulo, 2007; Aspic-Comunicación, 2016; Buchón et al., 2017; Irazusta et al., 2010; Robles, 2012; Sainz-de-Baranda, 2013). Se trata de una violencia visual que sincretiza distintas formas de representar a la mujer, como objeto de deseo, omitida, sujeto pasivo de la actualidad política, o con una imagen estereotipada de la mujer como víctima o guardiana de la casa, conformando la imagen de la mujer actual. Una imagen muy alejada de la que proyectan las leyes de igualdad.

Se ha encontrado legislación en torno a la violencia mediática en la Ley 26485 argentina sobre la prevención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres, promulgada en abril de 2009, que aspira a eliminar la discriminación entre mujeres y varones en todos los órdenes de la vida, afirmando en particular el derecho de las mujeres a una vida sin violencia. Esta ley hace referencia al término de violencia mediática, y la define como una de las modalidades en que se manifiesta la violencia simbólica, entendida como la publicación de imágenes estereotipadas a través de cualquier medio de comunicación. Esta ley hace alusión a las injurias, difamaciones, discriminaciones, humillaciones o atentados contra la dignidad que reciben las mujeres, “como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato” (Ley 26485, 2009, art. 4). Se cosifica a las mujeres “cuando se visualiza el cuerpo femenino como objeto consumible, al que se le niega subjetividad, voluntad y acción, y se fomenta una sexualidad masculina basada en la dominación y en la violencia simbólica” (Chaher, 2012, pág. 1707). La violencia simbólica reproduce dominación y desigualdad naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad y se transmite de forma sutil en los medios de comunicación. (Bourdieu, 2000; Gabarra, 2011)

Se podría decir que son micromachismos que también se ven en los estudios universitarios (Corsi, 1995; Serra Payeras et al., 2019), prácticas de dominación masculinas cuyo objetivo es mantener el dominio sobre la mujer y resistir al aumento de poder de las mujeres. Son efectivos y merman la autonomía de las mujeres, pasan desapercibidos y ratifican el orden social (Bosh y Ferrer, 2002; De-Miguel, 2015). Esa violencia mediática cumple una función de refuerzo y reproducción del sistema de desigualdad sexual, doblando la voluntad

de las mujeres y así, Osborne (2009, pág. 57) afirma que “la desigualdad supone violencia” y la amenaza de la violencia se transmite tanto en el cine y la televisión, como en los chistes y piropos.

Los medios de comunicación se han convertido en una de las grandes barreras que impiden el cambio real, se han erigido en guardianes del patriarcado ya que “los medios de comunicación son, actualmente, los encargados de repetir hasta la extenuación los estereotipos sexuales” (Varela, 2013, pág. 305). Ofrecen elementos para construir la percepción de la realidad; brindan modelos, normalizan pautas de comportamiento y otorgan estatus a las personas y las instituciones, legitimando el orden social existente (Marín y Ganzabal, 2011; Rubio, 2009).

Las deportistas a través de los medios de comunicación deberían ser el modelo en el que se pudieran mirar las niñas desde la escuela. Pero el tratamiento que los medios de comunicación dan a la mujer suele estar limitado por estereotipos de género, y no siempre se corresponde con la realidad. Los medios reflejan una realidad sesgada, solo reflejan un porcentaje muy pequeño del deporte femenino, que sirve para legitimar el *statu quo* de los hombres (Funkhouser, 1973).

La no presencia de las mujeres las convierte en invisibles; la ausencia trae olvido y desconocimiento; lo que no se ve no se aprecia, lo que no aparece en la prensa no sucede, no existe (López, 2005). La información deportiva se centra en los hombres y olvida a las mujeres (Alfaro et al., 2011), relegándolas a ciudadanas de segunda categoría. La masiva difusión de imágenes no igualitarias influye en sus expectativas y también en las de los hombres, colaborando en el mantenimiento de las desigualdades de género y en la construcción de la identidad de las niñas. El *Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística* vigente durante los últimos 25 años recoge que:

Los medios de comunicación pueden reducir la brecha que existe en el deporte ofreciendo información sobre las mujeres acorde a su valía y merecimiento. Visibilizándolas darían a niñas, adolescentes y mujeres de cualquier edad la posibilidad de tener un modelo deportivo en el que verse reflejadas. (Núñez, 1993, pág. 1)

Los medios de comunicación presentan a una deportista con más atractivo físico que logros deportivos (Fink y Kensicki, 2002), se la retrata como objeto sexual o como madre o esposa. Pocas veces aparecen en las imágenes y textos como protagonistas activas y positivas, aparecen más como agentes pasivos a la sombra del hombre, o como víctimas de una desgracia (Marín y Ganzabal, 2011).

El mundo digital se presenta como una alternativa. La presencia de las mujeres en la red ha aumentado

mucho en los últimos años (Robles, 2012). En los medios de comunicación electrónicos hay mayor igualdad, y estos han sido determinantes para dar a conocer el deporte practicado por las mujeres. Gracias a las redes sociales la difusión del deporte femenino se ha visto incrementada, y el número de webs específicas sigue creciendo. Es importante reflejar en los medios de comunicación una imagen positiva de las deportistas, diversificada, exenta de estereotipos de género y como modelos de éxito personal, profesional y social, porque ése será el espejo en el que se miren las niñas desde las escuelas (Angulo, 2007; Vega y Ábalos, 2016). En este estudio se pretende dar voz a las mujeres deportistas, e indagar sobre la imagen que las deportistas perciben en los medios de comunicación, y más concretamente:

- Analizar el tipo de tratamiento percibido en la prensa: si percibieron sexismo o estereotipos de género.
- Comprender la fuerza de la información mediática, si esta les ha condicionado la vida como deportistas de élite.

Metodología

El estudio se enfocó desde una perspectiva cualitativa, ya que quien investiga se sumerge en el contexto y desea ir más allá de la comprensión de los hechos. Solo a partir de la comprensión de los procesos y los significados se pudieron impulsar acciones que ayudaran a comprender los cambios que se necesitaban en cada contexto social. Se buscaron las respuestas en la praxis de tal manera que las personas pudieron expresarse libremente con acciones intencionales y metódicas (Barbour, 2013; Flick, 2014). Asimismo, se deseaban impulsar procesos de reflexión en torno al sexismo y la violencia simbólica para que se tomara conciencia de lo que las mujeres deportistas percibieron de los medios de comunicación.

Participantes e instrumentos para la recogida de información

Se realizaron 19 entrevistas en profundidad a deportistas de élite y 3 grupos focales. Las deportistas entrevistadas fueron 7 de Álava y 7 de Guipúzcoa, 4 de Vizcaya y 1 de Navarra. En cuanto a la modalidad deportiva practicada fueron 3 futbolistas, 3 pelotaris, 2 de balonmano, y una deportista en kárate, lucha, *curling*, atletismo, balonmano, sokatira, ciclismo, triatlón, surf, automovilismo, esquí y remo. Fueron deportistas con grandes resultados, que competían en competiciones internacionales de máximo nivel en sus respectivos deportes, e incluso la mayoría asistieron a juegos olímpicos (JJOO). En los grupos

focales participaron 16 personas en tres grupos de pelota vasca, remo y fútbol respectivamente. Un total de 33 deportistas dieron voz a esta investigación. El propósito de las entrevistas en profundidad fue obtener conocimiento contrastado meticulosamente (Kvale, 2012), intentando entender sus percepciones desde la perspectiva propia de las deportistas. Los grupos focales sirvieron para retomar aquellas cuestiones que no habían aparecido en las entrevistas, o para poner en contraste percepciones distintas sobre un hecho vivido, y ver cómo justificaban este desacuerdo (triangular), de tal manera, que se generara una interacción entre las participantes (Barbour, 2013). En todos los casos, se informó sobre la elaboración del trabajo y se solicitó la firma del consentimiento informado propuesto por la comisión de ética de la universidad.

Procedimiento en el análisis de la información

El análisis de la información recogida se realizó a través del programa de tratamiento de textos NVivo11plus, se construyó un sistema categorial o herramienta analítica (tabla 1) de carácter inductivo-deductivo, apoyado en las teorías previas revisadas en el estado de la cuestión y en la información surgida de los testimonios recogidos. La información recogida se codificó y categorizó estableciendo relaciones jerárquicas entre las diferentes categorías. La información fue categorizada por diferentes investigadoras y se compararon las coincidencias entre ambos análisis. El Nvivo permitió contabilizar el número de voces que se agruparon en cada categoría, permitiendo sacar porcentajes de aparición. Estos datos no aportaban valor sin la interpretación de los significados otorgados a cada temática. Los códigos que aparecen en los paréntesis de las voces significan: el primer número de seis cifras es la fecha en que se realizó, después aparece si fue recogido en entrevista (E) o grupo focal (GF), los números que vienen detrás de estas siglas, se corresponden con cada una de las deportistas y fueron asignados aleatoriamente para preservar su intimidad. Tras sacar los sumarios por cada categoría (tabla 1), se interrelacionó la información clasificada, y se realizó una triangulación de instrumentos, de informantes y de observadores.

Resultados

Las deportistas entrevistadas al hablar del tratamiento recibido de la prensa mantuvieron posturas opuestas. Mientras un 6.11 % expresó recibir un tratamiento similar al de los hombres, el 93.89 % pensaba que las mujeres eran invisibilizadas, o que se visibilizaban parcialmente (tabla 1).

Tabla 1*Sistema categorial del tratamiento percibido por las deportistas en los medios*

Dimensión	Categoría	Subcategoría	Recursos o nº entrevistas	Nº de referencias	%
Tratamiento mediático percibido por las deportistas	Mismo trato		3	8	6.11
			21	123	93.89
	Trato diferenciado	Invisibilización	10	16	12.22
		Visibilidad parcial	19	40	30.53
	Trato diferenciado	En función de logros	12	19	14.50
		En función del medio	8	10	7.63
		Como promoción	4	8	6.11
		Expectativas diferentes	2	3	2.29
		Desinterés/desinformación	4	7	5.34
		Cosificación	14	28	21.47
		Esterotipos (belleza...)	8	24	18.32
		Empoderamiento	4	8	6.11
	Total		22	131	100

Nota. Los recursos indican en cuántos documentos aparecía algún testimonio relativo a cada categoría (19 de las entrevistas y 3 de los GF).

Percibieron el mismo tratamiento

Respecto al tratamiento que la mujer recibió de la prensa, algunas mujeres estaban contentas con el trato recibido por los medios de comunicación (6.11 %): tres de las personas entrevistadas tenían la sensación de estar siendo tratadas por la prensa de la misma forma que los hombres. En general, a pesar de haber sido protagonistas de muchas noticias, no mostraron interés por la prensa deportiva.

Igual que a un chico. No he encontrado diferencias significativas que me hayan llamado la atención, que no digo que no las haya habido. No tengo costumbre ni hábito de ver las noticias ni de leer el deporte. (160324_E5)

Yo creo que el trato es bueno, sobre todo los últimos años. (160405_E9)

Sin embargo, estas apreciaciones estaban muy lejos de coincidir con el sentir general, muchas deportistas hablaron de un trato diferenciado discriminatorio al considerar que la prensa invisibilizaba a las mujeres, dándoles un trato diferente al de los hombres. Tal y como muestran las categorías (tabla 1) basadas en los estudios de López (2005), las mujeres deportistas percibieron que fueron invisibilizadas y que cuando la prensa las visibilizaba, o lo hacía parcialmente o las cosificaban. Las juzgaron en base a estereotipos de género. Se recogieron un total de 131 referencias, o diferentes entradas para una misma temática.

Las mujeres advirtieron un trato diferenciado

El 93.89 % de las mujeres entrevistadas mostraron el sexismo percibido en la prensa deportiva, aunque en este último grupo ciertas deportistas (30.53 %) vieron avances respecto a los años anteriores.

Percepción de invisibilidad

La invisibilidad que percibieron las mujeres en los medios de comunicación fue mencionada por las deportistas (12.22 %). Consideraron que el trato recibido no era el adecuado ya que la programación deportiva se caracterizaba por su ausencia.

¿Que cómo creo que es el trato a la mujer deportista en los medios de comunicación? Pues que no está para nada, visibilidad cero. (160429_GF2)

Diferencia sí, pero por eso mismo, porque no aparecemos entonces ahí está la diferencia, que no nos dan visibilidad, eso es que no les importamos. (160324_E12)

Algunas deportistas mencionaron un estudio de la Dirección de Juventud y Deportes del Gobierno Vasco (Aspic-Comunicación, 2016) donde se recoge que en 2013 solo el 6.4 % de las noticias deportivas informaban exclusivamente de las mujeres. En ese mismo estudio se hablaba de un 5.9 % en el 2015.

Además justo ayer estuvimos hablando, tuvimos que dar unas charlas que menos del 6 % de las noticias deportivas es de deporte femenino. (160325_E1)

Las deportistas apreciaron que no se les dio importancia a lo que ellas hacían, que la prensa deportiva no valoraba su trabajo.

Yo creo que el trato cuando escriben es normal, pero... no es imparcial, no es igualitario, siempre se le quita importancia a lo que hacemos nosotras. (160406_E15)

Muchas deportistas de gran nivel no aparecieron ni tan siquiera cuando lograban clasificarse para los JJOO. Advirtieron que las noticias deportivas estaban plagadas

de partidos de liga de fútbol masculino de categorías inferiores.

Me parecería gravísimo que una tía haya conseguido una plaza para una Olimpiada y que eso no sea noticia, me parece muy grave. Hay veces que salen, pero lo de Tania Calvo¹ yo me enteré porque fui al Centro de Perfeccionamiento y me lo dijeron allí. Pero es una noticia que me tendría que haber llegado de algún lado, ¿no? (160324_E5)

Percibieron que se fragmentaba la información y se mostraba una pequeña parte sesgada donde no se reflejaban los resultados reales de las pruebas deportivas o se enfatizaba lo negativo.

Hubo una carrera anterior y con llegar a arriba ya ganaba y se me paró el coche y no llegué a la meta, llegando a meta ya ganaba la carrera. La persona que hacía los resúmenes que luego pasan a Teledeporte, casi ni me nombró. Y dijo solo que había hecho un tiempo mejor en la manga anterior. (160925_E18)

Comentaron que en la prensa deportiva se extendía el prejuicio de que cualquier deporte practicado por hombres tenía mayor audiencia que el practicado por mujeres, y que ese es uno de los argumentos que utilizaron para justificar la invisibilidad de las mujeres.

Creen que poner a un hombre en la portada les hace vender más que poner a una mujer. Para mí no tiene por qué ser así, pero solo por eso tenemos menos espacio. (160404_E8)

Expresaron que la invisibilidad les negó la valoración de su trabajo y esfuerzo, así como sus expectativas de éxito y la repercusión mediática de sus carreras; la invisibilidad les impidió ser referente para otras personas de generaciones futuras.

Hay gente que nos ha visto jugar, y saben que jugamos bien, gente que si quiere, puede hacer otras cosas. No digo que tengamos que ser profesionales, porque todos los frontones se están cayendo, pero que los medios de comunicación te hagan caso, que salgamos, que seamos un referente de verdad. (160429_GF2)

Alguna de ellas comentó que no siempre la invisibilidad de las mujeres deportistas fue intencionada, por lo que es una realidad que ellas observaron desde diferentes perspectivas.

Aprecian una visibilidad parcial

El 30.53 % de las afirmaciones vertidas en las entrevistas mostraron pequeñas mejoras con respecto a la

situación de años anteriores, pero consideraron que las apariciones fueron pocas e insuficientes. Según las entrevistas, las mujeres debieron ganarse doblemente su espacio en la prensa. Si lograban estar presentes fue por méritos propios, y por ser un triunfo de alto nivel. Se tuvieron que conformar con ocupar lugares secundarios. Expresaban que algunos periodistas difundieron algunas noticias a regañadientes.

¡Hay montón de mujeres deportistas buenas! Las chicas que salen en prensa tienen que ser unas súper máquinas. Tienen que demostrar el 200 %. (160429_GF2)

Expresaron que la competitividad ya no es un atributo exclusivamente masculino, ya que numerosas mujeres han superado ese estereotipo practicando deporte de muy alto nivel, las estadísticas de las últimas olimpiadas corroboraron la paridad en la presencia.

Nada más abres el periódico ves que ha perdido el Real Madrid y luego ya en la página 40, igual, ya aparece lo del femenino, que últimamente sí que están poniendo, porque también estamos pidiendo que pongan todo, pero hace igual tres años el *Marca* no pondría nada de nada de chicas de cualquier deporte, a no ser que alguna ganara algo importante. Yo creo que al final es poco a poco, van poniendo ahí algo, que no llega a igualdad ni se asemeja, pero bueno ¡Lo están poniendo por lo menos! (160324_E12)

Las mujeres empoderadas lejos de agradecer el espacio cedido fueron conscientes de su derecho a ocuparlo, ya que sus méritos lo justificaban.

No estamos a la misma altura con el tratamiento en los medios, se han visto obligados por nuestros éxitos en la tele y los periódicos, pero nos han sacado porque no han tenido más remedio. Vamos a seguir consiguiendo cosas las mujeres así que se verán obligados a sacarnos. (160425_E14)

Expresaron que se debieron conformar con conseguir algún hueco en programas de menor audiencia, nunca en los informativos deportivos de la sobremesa.

Si ganas el campeonato sales en no sé qué programa pero no en el *Telediario* y así, no, en programas de tercera o de segunda. Yo en ETB no he salido nunca y no sé cuántas veces he sido Campeona del Mundo, ¡imagínate! (160304_E4)

Si cuantitativamente su presencia fue menor, cualitativamente también observaron diferencias. Con ellos se elogiaba su trayectoria, su palmarés, se hacía un resumen

1. Hablan del momento en que se clasifica para ir a las Olimpiadas de Río 2016, donde logró el diploma olímpico en la prueba por equipos de ciclismo en pista.

de su vida deportiva; en el caso de ellas, parecía haber menos interés en reflejar su carrera profesional.

Es diferente. Normalmente si tú empiezas a leer y hay un esquiador que ha ganado no sé qué, te dicen que se llama no sé cómo, y dicen sus apellidos, su palmarés. Y por ejemplo, si gana una chica que es la mejor del mundo, ya está, ni palmarés, ni de dónde viene, ni siquiera su apellido. No sé, creo que es muy diferente. (160409_GF1)

Se quejaron de que incluso las derrotas de las competiciones masculinas tuvieron mayor eco que los éxitos de ellas.

Hemos estado años escuchando la selección perdiendo, y en los JJOO un partido femenino importante para pasar a la semifinal lo echaron a las 3 de la mañana en diferido, pese a tener 3 canales TVE y todo porque jugaba una selección masculina que ya estaba eliminada. (160425_E14)

Algunas deportistas de talla mundial fueron conscientes de que sus campeonatos tenían menor valor que el cambio de imagen de los futbolistas.

Nosotras hemos venido con una medalla de bronce de Brasil y hemos salido la 8ª noticia después del peinado del Cristiano. (160404_E8)

Como dijo una vez Mireia Belmonte: “Es más importante el nuevo peinado de Torres que mi medalla de oro, mi récord del mundo en el mundial”. Ver estas cosas es muy triste. (160404_E16)

También las lesiones de los hombres tuvieron prioridad ante las noticias de logros relativas a ellas, en la misma modalidad deportiva.

Le van a dar más importancia a que Irujo se ha roto un dedo, que a que cualquiera de nosotras haya ganado el Campeonato del Mundo. (160429_GF2)

Expresaron que hay que recurrir a las redes sociales y a internet para conocer las clasificaciones deportivas y los logros de la mayoría de especialidades deportivas femeninas.

Yo tampoco me entero de que igual una triatleta ha ganado, tengo que mirar al Twitter, o en el CSD para enterarme. Tengo amigas en la Selección de Hockey y veo sus éxitos y no salen en la tele, pero en internet, sí. (160501_E17)

En los últimos años, las mujeres se han colado entre las páginas de la prensa deportiva, noticias antes completamente masculinizadas. Ese hecho fue observado por algunas deportistas, y ellas lo interpretaron como un reconocimiento a su trabajo. La visibilización fue diferente en función del medio.

¿Qué pintamos para los medios? Nada, nada y nada. Hay algunos que lo están intentando. En Info7 irrátia está Mikel Ibarguren, hace un programa todos los lunes de una hora con solo de deporte femenino. Y está guay y él por lo menos pone algo nuestro, hace cosas. Pero ¿quién escucha Info7irrátia? Muy poca gente. (160304_E4)

Mencionaron que algunos medios fueron más proclives que otros a intentar cambiar esta situación generalizada:

Tenemos que a ETB que se les ha ocurrido un poco sacar el deporte femenino. (160429_GF2)

Yo tengo muy cerca el *Diario de Noticias de Álava* que se ha volcado muchísimo en la visibilidad del deporte femenino, e intenta que en la sección de deportes aparezca tanto lo masculino como lo femenino. (160405_E9)

Las horas de mayor audiencia en las cadenas tradicionales parecieron reservadas para encuentros deportivos masculinos; las deportistas dijeron que tenían que resignarse a ver sus propios partidos en diferido y en las horas menos atractivas. Las competiciones de ellas no se transmitieron al completo, incluso los dibujos animados restaban espacio a las deportistas.

A mí me ha llegado a pasar con el Bera-Bera y era Euskal Telebista, que en lugar de empezar a televisar el partido a las tres y media, comenzó a las cuatro menos cinco porque estaba Viki el Vikingo. Es por ponerte un ejemplo, pero no sé, pues... ese día no echas Viki el Vikingo porque tienes una Competición Europea del único equipo vasco de chicas de balonmano. (160404_E8)

Entendieron que la visibilización era un altavoz para la propia promoción de sus carreras deportivas. Expresaron que los partidos de la liga de fútbol masculino contaban con un sistema de publicidad muy eficiente, por lo que no era necesario tener excesivo interés para enterarse del horario de las retransmisiones. En el caso contrario, se encontraron que las competiciones femeninas rara vez aparecían en los medios, lo que dificultaba su promoción y el reconocimiento por parte del público. Las deportistas se quejaron de que la publicidad de los partidos iba encaminada, exclusivamente, a las competiciones masculinas.

No se enteran nadie, porque no se anuncian nuestros partidos, empiezas a mirar el deporte, llego a la pelota y solamente juegan Olaizola e Irujo y no hay nadie más. No hay ni un recorte así pequeñito aunque sea. Nada. Si sale algo más, en esa noticia pequeñita van a salir los chicos aficionados de mano. ¡Poned al lado el de las chicas, que también estamos jugando, jugamos todo el año! (160319_E2)

Expresaron que el público general antes no conocía a las deportistas, y nadie imaginaba que podrían existir equipos femeninos de primera. Hoy en día se conocen porque la prensa ha jugado un papel decisivo en la difusión de dichas prácticas. Estas actuaciones han sido decisivas para motivar a las niñas en la actividad física, y para que el público siguiera las competiciones femeninas.

Yo he entrenado las mismas horas, he sudado las mismas camisetas, lo he dado todo como lo da cualquier chico. Pero ¿qué es lo que ha cambiado? me parece que el deporte femenino, por lo menos el balonmano, ha enganchado a la gente cuando se ha televisado, creo que los medios ayudan a ello (160404_E8)

El desconocimiento por parte del público de sus prácticas deportivas y competiciones impidió que llegara la afición a las canchas o que se siguieran los encuentros. La sociedad no tuvo las mismas expectativas de éxito para mujeres y hombres. Denunciaron que algunos sectores de la prensa deportiva ensalzaron más los primeros triunfos de algunos deportistas noveles masculinos, que las carreras de las deportistas consolidadas.

No se les da espacio, no tienen repercusión. Mira, es muy amiga nuestra la gimnasta Carolina Rodríguez de León. Acaba de hacer sexta en el Campeonato Mundial, ¡Sexta en un Campeonato del Mundo! No se ha oído nada de ella, llega a ser un chico y dirían ¡Ya viene el futuro! (160331_E13)

Se trataba mejor a las promesas masculinas que a las deportistas consolidadas, se les daba mayor visibilidad en los medios de comunicación, en especial, en la prensa escrita.

Apreciaron un desinterés de la prensa, que llevaba a la desinformación

Percibieron desinterés por parte de la prensa y expresaron la ausencia casi total de periodistas en sus campos de juego, y el escaso seguimiento de sus competiciones, las crónicas hechas sin haber visto los partidos.

No hay nadie que se encargue de escribir sobre nuestros partidos. Muchas veces lo escribe el secretario, que habrá estado viendo el de cesta punta, pero el nuestro no. (160319_E2)

Cuando lo escriben, no están allá, en el sitio para verlo y luego dices: ¡pero si no es cierto lo que están poniendo! (160319_E2)

Denunciaron a algunos periodistas que acudieron a la hemeroteca para rescatar crónicas deportivas de años

anteriores, en lugar de acudir a sus partidos e informarse en directo.

Alguna vez nos ha tocado en el campeonato de Euskadi leer el artículo de *Gara*, creo el martes o el jueves, no sé cuándo suele salir lo de soka-tira y leer y decir: -¡Joe, si esta crónica es del año pasado! Pero luego si escriben, escriben bien. (160323_E19)

Finalmente algunas de ellas se vieron obligadas a ejercer de improvisadas periodistas ante el escaso interés que suscitaban sus prácticas deportivas.

Cosificación

Ambos sexos fueron objeto de comentarios de todo tipo, pero ellas percibieron en esos comentarios matices que extralimitan lo deportivo. Las mujeres entrevistadas expresaron que el sexismo estuvo tan impregnado en el deporte que llegó a los propios reglamentos deportivos. Los uniformes femeninos de algunos deportes generaron polémica.

En vóley-playa las dimensiones de las bragas de las jugadoras de la selección son diminutas y sin embargo, muchos se echan las manos a la cabeza por ver a chicas jugando hiyab. ¿Por qué tienen que llevar braga o es que no pueden salir con pantalones? (160409_GF1)

Pensaron que algunos periodistas en lugar de dignificar el trabajo de la mujer deportista la cosificaron, ellas fueron conscientes de que su cuerpo fue utilizado como reclamo mientras se desvanecía el eco mediático de sus triunfos.

Al final, muchísimas veces, si te fijas, ponen a las chicas, y utilizan más su cuerpo que sus triunfos. (160331_E13)

Expresaron que algunos medios llegaron incluso a omitir la información deportiva para centrarse exclusivamente en el físico de la deportista.

Es preocupante que el periódico deportivo más vendido sea uno de los más sensacionalistas. Y mira lo que hay en la tele, la perspectiva de género es lo primero que hay que trabajar y espero hacer ruido en ese ámbito. A mí no me importa que se utilicen las piernas de Garbiñe Muguruza, como también Nadal ha utilizado su cuerpo como reclamo; lo triste es que se hable de Garbiñe una vez y que se haga solo de sus piernas. (160425_E14)

Consideraron que esta cosificación de las mujeres las convirtió en seres invisibles, fueron invisibles sus

méritos deportivos ante la mirada de periodistas que en lugar de ver carreras deportivas, esfuerzo y éxitos, vieron cuerpos femeninos.

Nuestra imagen es estereotipada y muy sexualizada, muy objeto. Si haces una búsqueda de Google “imágenes” y pones “futbol femenino” todas aparecen posando, medio en tanga, medio desnudas. Al final parece que si eres mujer, si eres deportista necesitas otro extra más para que la gente te vea. (160409_GF1)

Esta fue la realidad a la que se enfrentaron algunas deportistas con verdaderas dificultades para encontrar un hueco en los medios y enfrentándose también a la cosificación.

Estereotipos de belleza

Percibieron que la prensa dio un trato desigual a hombres y mujeres, y se centraron en estereotipos que antepusieron la belleza a los méritos deportivos, se encasilló a las mujeres en roles tradicionales, y se mantuvieron exigencias de belleza que no se les pidió a los hombres.

En vez de darle importancia a la carrera deportiva se le da a la estética o cualquier cosa. Igual si tiene hijos se le puede dar importancia lo bien que se organiza, no a la buena madre que es, además eso no se lo preguntan a ellos. (160409_GF1)

Algunas de las entrevistadas expresaron que algunos comentarios eran muy inapropiados.

En tenis concretamente, yo más de una vez he oído comentarios sobre la falda, y ¿ese comentario?, y a mí ¿qué me importa cómo es la falda o la no falda! (160324_E5)

Ya, y luego Ferrer va peludo y nadie dice nada ¿no? (160324_E5)

Las fotos de las deportistas compitiendo fueron importantes porque dieron a conocer su práctica deportiva, su trabajo y sus méritos, pero no siempre fueron adecuadas.

Cuando Mireia Belmonte ganó, en vez de hablar de su carrera deportiva, de lo bien que lo hace, hablaron de sus uñas, así hay muchas noticias. (160409_GF1)

La mayor parte de las deportistas sintieron una gran discriminación, porque cuando se hablaba de ellos se centraban en sus méritos, y sin embargo cuando les tocaba a ellas el tratamiento era estereotipado, muy ligado a la belleza, y los quehaceres que tradicionalmente se les asignan a las mujeres.

Enfado de las deportistas

No es de extrañar que muchas de ellas terminaran profundamente enfadadas y decepcionadas con los medios de comunicación e incluso renunciaran a realizar entrevistas. Consideraban que ocupaban un lugar mínimo en los medios de comunicación, donde el deporte masculino, especialmente el fútbol, tuvo casi el monopolio del espacio y tiempo. Se tuvieron que conformar con pequeños huecos en los que rápidamente y sin detalles se hablaba de sus logros.

Pero que hablen dos, tres hojas de un periódico sobre el partido del Alavés y luego que en una reseña arriba a la derecha de unos cinco centímetros hablen de que no sé quién ha quedado Campeona de España. ¡Joe, que el Alavés está en Segunda B! A mí me da mucha rabia, cuando cojo el periódico no leo la sección de deportes, paso. (160406_E15)

Expresaron tener motivos para estar enfadadas cuando veían la escasa repercusión de sus carreras en los medios de comunicación. Las quejas también se dirigieron a las federaciones deportivas, ya que no contaron con el apoyo institucional, aunque las cosas cambiaban si se lograban medallas olímpicas.

Yo antes era totalmente desconocida, y de hecho en Pekín en el 2008 quedé quinta, Diploma Olímpico. ¡Y di un pasito más, y en Londres conseguí un tercero y de repente parece que soy Dios! Y además yo lo dije: “No puede ser, que siendo quinta sea ser una fracasada, y tercera sea lo más. ¡Los medios de comunicación nos ponéis arriba o abajo. No podéis hacer eso con nosotras!” Por eso, cada vez que alguien queda quinto, digo ¡joe!, ¡qué crueles son...! (160319_E6)

Las mujeres deportistas expresaron que era preferible el olvido a la dureza a la que se enfrentaron algunas deportistas noveles, expuestas a un tipo de prensa extremadamente exigente y desconsiderada en sus comentarios hacia las debutantes.

Y otra vez jugué con una chavala un torneo “kutxa” que se jugaba como de élite en Guipúzcoa. Esta chavala que acababa de empezar con nervios por el paso de primera a la élite y no acertaba; casi la hunden con los comentarios que escribieron, acababa de empezar y luego casi ni quería jugar. Da rabia por eso, encima de que sacan poco, lo sacan mal. ¡Igual es mejor que a veces no saquen nada! (160319_E2)

Expresaron diferentes formas de invisibilizar, unas más sutiles que otras, la prensa parecía conocerlas todas y en ese intento por desprestigiar se retransmitieron competiciones femeninas de menor nivel para intentar justificar de alguna manera la falta de apoyo al deporte de ellas.

El deporte femenino ya está un poco arrinconado y si las que sacan además no tienen nivel, pues es lo más triste. Imaginaros que pasara lo mismo con la gimnasia rítmica, que hubiera un grupo de chicos malos, y nos riéramos todos. (160429_GF2)

Muchas de las deportistas entrevistadas mencionaron la necesidad de las cuotas, para obligar, al menos a los medios públicos a sacar en cierto porcentaje también información de deportistas femeninas. Algunas fueron más allá y dijeron que debería ser regulado por ley.

TVE recibe dinero público, entonces pues igual hay que poner un cupo mínimo, yo no digo que tenga que ser 50-50, pero igual tienes que poner que como mínimo el 20 o 30 % de lo que hables en deportes sea femenino. En los medios tienen que hablar de los que tienen éxito, en España hay deportistas femeninas que tienen mucho éxito. TVE depende mucho del gobierno español, ETB depende del gobierno vasco, depende siempre de quién esté de director de deportes y eso para mí debería estar estipulado por ley. (160325_E11)

Algunas deportistas se sintieron desprotegidas por sus propias federaciones que ni tan siquiera acudieron a sus encuentros decisivos. Este cúmulo de situaciones les provocó indignación y comenzaron a reclamar una prensa deportiva más equitativa, e incluso mencionaron la necesidad de legislar en ese aspecto.

Discusión y conclusiones

La violencia mediática comienza por invisibilizar. Los medios de comunicación, como instrumentos de comunicación poderosos transmiten ideología, así un 93,89 % de las mujeres deportistas perciben no aparecer en los medios, ya que expresan que no se mencionan sus logros y que en ocasiones se enfatizan los aspectos negativos o aspectos superfluos que no tienen que ver con sus logros. Expresiones similares son recogidas por Alfaro et al. (2011), Irazusta et al. (2010) y por Serra Payeras et al. (2019). Por lo tanto, relacionado con el primer objetivo, perciben que la prensa es marcadamente sexista y está cargada de prejuicios y estereotipos de género. Quizá el 6.11 % de las mujeres que están satisfechas con el trato recibido en la prensa coincida con la estadística de la investigación realizada por la asesoría Aspic-Comunicación (2016), en la que se expresa que la mujer aparece en un 5.9 % de las retransmisiones, pero también puede deberse esto a su falta de conciencia o a pertenecer a deportes tan minoritarios mediáticamente que consideran un logro cualquier aparición. Es necesario eliminar los estereotipos sexistas, ya que en el deporte se parte de una relación

desigual de poder entre hombres y mujeres y mantener los usos actuales perpetúa el desequilibrio entre unos y otras (Varela, 2013). Las deportistas consideran que se enfrentan a micromachismos, ya que los aspectos extradeportivos de los hombres ocupan mayor lugar en la prensa que los logros de las mujeres (Bosch y Ferrer, 2002; Cor-si, 1995; De-Miguel, 2015).

La mayoría de las entrevistadas percibe invisibilidad y encuentran diferentes motivos para explicarla, ya que existen expectativas de éxito diferentes para ellos y ellas. Ellas consideran que este sexismo existente en la prensa condiciona su promoción como deportistas, ya que se da una mayor promoción a las promesas masculinas que a las deportistas profesionales femeninas que ya han obtenido logros.

Las personas entrevistadas se manifiestan en contra de ciertos prejuicios esgrimidos por la prensa, en los que se dice que el deporte femenino genera menor expectación. Este hecho ha condicionado su vida deportiva, ya que según ellas podrían generar igual o mayor expectación en el momento que fueran conocidas. Ante este fenómeno Bourdieu (2000) expresa que ésta suele ser una más de las manifestaciones de naturalización, aspecto recogido también por Sainz-de-Baranda (2013) y por Vega y Ábalos (2016).

Así, con respecto al nivel de afectación que provoca en sus vidas y en sus elecciones (segundo objetivo) consideran que la invisibilidad de las carreras deportivas de las mujeres impide que sean un referente para las niñas en edad escolar que no tienen un espejo donde mirarse, su aparición es insuficiente, y les indigna que sus logros sean menos valorados, lo que mantiene a las mujeres en una situación de inferioridad ya denunciada por Osborne (2009). Unida a esa idea, sienten que no se le da la importancia merecida a sus trayectorias deportivas, no se promocionan sus competiciones, ni se valoran y esto es importante, ya que como expresa Rubio (2009), los medios de comunicación normalizan pautas de comportamiento, modelos, y las normas que mantienen el orden social. Según manifiestan, estas sensaciones les han llevado en algunos casos a abandonar la práctica deportiva.

Como conclusión general, se puede aseverar que las deportistas entrevistadas perciben que la prensa en general no realiza un seguimiento adecuado del deporte femenino, y estudios como los de Guerrero y Nuñez (2002) indican que solo una minoría de noticias trata a las mujeres con dignidad, puesto que la inmensa mayoría de las noticias deportivas que tienen como protagonistas a las mujeres tienen un marcado carácter sexista. Pero, por otra parte, se sienten cosificadas ya que la prensa valora más a sus cuerpos que a sus logros, y esto se convierte en enfado cuando perciben los desprecios,

cuando aparecen menos que los hombres de categorías inferiores, cuando no reciben el apoyo de sus federaciones, y porque creen que la prensa *las hace y las deshace*, las hace estar presentes o ausentes, siendo el blanco de la violencia mediática (Buchón et al., 2017; Chaher, 2012; Gabarra, 2011; Sainz-de-Baranda, 2013). Por múltiples razones, proponen el establecimiento de cuotas como una solución a este problema social con el que no salen perjudicadas únicamente las mujeres, sino toda la sociedad.

Referencias

- Alfaro, É., Álvarez, S., Barrero, J., Del Río, P., Escario, M., Fernández, C., Fontecha, M., Jiménez, E., López, G., Malvar, L., Mora-Figueroa, B., Roldán, I., Sebastián, F., & Zamora, M. (2011). *Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. CSD.
- Angulo, M. (2007). *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*. Ministry of Education and Science.
- Aspic-Comunicación (2016). *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva*. Gobierno Vasco.
- Barbour, R. (2013). *Los grupos de discusión en investigación cualitativa*. Morata.
- Bosch, E., & Ferrer, V. (2002). *La voz de las invisibles. Las víctimas de un mal amor que mata*. Cátedra, Feminismos.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Anagrama.
- Buchón, L., Molina, P., & Martínez-Baena, A. (2017). Gender studies in Spanish physical activity and sport sciences journals (2006-2015). *Apunts. Educación Física y Deportes*, 130, 7-17. [http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2017/4\).130.01](http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2017/4).130.01)
- Chaher, S. (2012). La deconstrucción de la violencia simbólica. In J. C. Suárez, I. Liberia Vayá, & B. Zurbano-Berenguer (Coords.), *I Congreso Internacional de Comunicación y Género* (pp. 1701-1710). University of Sevilla.
- Corsi, J. (1995). *Violencia masculina en la pareja*. Paidós.
- De-Miguel, A. (2015). *Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección*. Cátedra, Feminismos.
- Fink, J., & Kensicki, L. (2002). An imperceptible difference: Visual and textual constructions of femininity in *Sports Illustrated* and *Sports Illustrated for Women*. *Mass Communication and Society*, 5, 317-339. http://dx.doi.org/10.1207/S15327825MCS0503_5
- Flick, U. (2014). *El diseño de la investigación cualitativa*. Morata.
- Funkhouser, G. R. (1973). The issues of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 37, 62-75. <https://doi.org/10.1086/268060>
- Gabarra, M. (2011). Representaciones de la violencia de género: análisis crítico y propuestas. *Brujas*, 37, 14-20.
- Guerrero, S., & Núñez, E. (2002). *Medios de comunicación y español actual*. Aljibe.
- Irazusta, S., Etxeberria, J., Azurmendi, A., Garai, B., & Egibar, M. (2010). Impacto mediático de las deportistas de élite guipuzcoanas. *Investigación e Innovación en el Deporte*, 12, 110-117.
- Kvale, S. (2012). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Morata.
- Ley 26.485. (2019). Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina.
- López, P. (2005). *Representación de género en los medios informativos de radio y televisión*. Instituto Oficial de Radio y Televisión. http://www.pilarlopezdiez.eu/pdf/2InfReprGen_05.pdf
- Marín, F., & Ganzabal, M. (2011). La mujer (in)visible: la construcción de la identidad femenina a través de la fotografía en *El País* y *El Mundo*. *Enlace Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 8(3), 51-67.
- Núñez, M. (1993). *El código deontológico europeo de la profesión periodística*. <http://fape.es/home/codigo-deontologico>
- Osborne, R. (2009). *Apuntes sobre violencia de género*. Bellaterra.
- Robles, F. (2012). *Informe sobre la presencia de las mujeres deportistas en los medios de comunicación electrónicos. Las redes sociales y el deporte femenino*. Instituto de la Mujer.
- Rubio, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la "agenda setting". *Gazeta de Antropología*, 25(1). <https://digibug.ugr.es/handle/10481/6843>
- Sainz-de-Baranda, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)* (Doctoral dissertation, Universidad Carlos III de Madrid).
- Serra Payeras, P., Soler Prat, S., Vilanova Soler, A., & Hinojosa-Alcalde, I. (2019). Masculinization in physical activity and sport sciences degree programs. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 135, 9-25. [http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2019/1\).135.01](http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2019/1).135.01)
- Varela, N. (2013). *Feminismo para principiantes*. Ediciones Kindle.
- Vega, L., & Ábalos, M. A. (2016). La presencia de la mujer deportista en televisión. *Feminismo/s*, 27, 165-175. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61253/1/Feminismos_27_09.pdf

Conflicto de intereses: las autorías no han declarado ningún conflicto de intereses.



© Copyright Generalitat de Catalunya (INEFC). Este artículo está disponible en la url <https://www.revista-apunts.com/es/>. Este trabajo está publicado bajo una licencia internacional Creative Commons Reconocimiento 4.0. Las imágenes u otro material de terceros en este artículo se incluyen en la licencia Creative Commons del artículo, a menos que se indique lo contrario en la línea de crédito. Si el material no está incluido en la licencia Creative Commons, los usuarios deberán obtener el permiso del titular de la licencia para reproducir el material. Para ver una copia de esta licencia, visite https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es_ES