LA PRESENCIA DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO

ESTHER GARCÍA GÓMEZ

DIRECCIÓN DE TFG: PEPA BADELL SERRA

GRADO EN COMUNICACIÓN (Junio 2017)

"La igualdad tal vez sea un derecho, pero no hay poder humano que alcance jamás a convertirla en hecho"

Honoré de Balzac, novelista francés

RESUMEN

En la actualidad, la información deportiva tiene una gran demanda social. Los hombres y mujeres de nuestro tiempo están cada vez más dispuestos tanto a practicar deporte como a consumir los contenidos informativos deportivos que publican los medios de comunicación.

Sin embargo, y a pesar de que cada vez encontramos más deportistas y periodistas deportivas femeninas, dichos medios de comunicación todavía adolecen de una visión androcéntrica del deporte por la cual se considera que está hecho por y para hombres.

El presente Trabajo de Fin de Grado se centra en analizar hasta qué punto es cierta (o no) la desigualdad entre hombre y mujer y la invisibilidad del deporte femenino en los medios de comunicación.

Palabras clave: desigualdad de género, periodistas deportivas, deportistas, medios de comunicación, mujer, deporte, sexismo.

ABSTRACT

Nowadays, the sports information has a high social demand. Men and women of our time are increasingly willing both to sport and to consume sport news content that is published by the mass media.

However, and despite of the fact that the number of sportswomen and female sport journalists is being constantly increased, these mass media still suffer from an androcentric vision of the sport for which it is considered to be made by and for men.

The present Degree Thesis focuses on analysing how it is certain (or not) the inequality between man and woman and the invisibility of women's sports on the media.

Keywords: gender inequality, sports journalists, sportswomen, mass media, woman, sport, sexism.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Presentación del trabajo

María Sharapova, Serena y Venus Williams, Nadia Comaneci, Arantxa Sánchez Vicario, Gemma Mengual, Mireia Belmonte, Laia Sanz, Danica Patrick, Ruth Beitia, Marta Domínguez, Lindsey Vonn, Marta[1]… ¿Les suenan, verdad? En muchos casos, hasta bastaría solo con el apellido para reconocer y poner cara a estas grandes deportistas e, incluso, saber qué especialidad deportiva practican. Son las 'grandes divas' internacionales, iconos del deporte femenino que se han forjado su lugar en la historia y en el imaginario de la sociedad gracias a sus triunfos.

Sin embargo, no son pocas otras compañeras de profesión las que, con el mismo o incluso mejor palmarés que ellas, pasan desapercibidas, sin pena ni gloria, en el conocimiento de la sociedad. Es el caso de, por ejemplo, Carolina Marín, campeona olímpica de bádminton en los JJ.OO. de Río de Janeiro 2016 y vigente número uno del ranking de la BWF[2]. O el de Amaya Valdemoro, considerada la mejor jugadora española de baloncesto de la historia, ganadora de tres anillos WNBA[3] y campeona de Europa con la Selección en el Eurobasket de 2013. O, incluso, el de Gisela Pulido, reina del *kitesurf* durante ocho años consecutivos, que cuenta con diez títulos mundiales en sus manos además del récord Guinness[4] como la Campeona del Mundo más joven de su especialidad. Sin olvidarnos, tampoco, de Teresa Perales, nadadora paralímpica ganadora de 22

---

[1] En referencia a Marta Vieira da Silva, futbolista brasileña cinco veces ganadora del FIFA World Player.
[2] Federación Mundial de Bádminton, en sus siglas en inglés (*Badminton World Federation*).
[3] Asociación Nacional de Baloncesto Femenino, en sus siglas en inglés (*Women's National Basketball Association*).
[4] Pérez, C. (2007, noviembre). Gisela Pulido, Guinness a la Campeona de kitesurf más joven. CostaSur.com. https://tarifa.costasur.com/es/pulido-gana-guinness.html [10/04/2017]

medallas y reconocida como una de las deportistas más laureada en la historia de los Juegos Olímpicos junto a Michael Phelps; o de Edurne Pasaban, primera mujer en la historia que consiguió escalar las 14 montañas más altas del mundo, conocidas como 'los 14 ocho miles'. Son solo los nombres de algunas de las grandes olvidadas. Y todas ellas tan solo a nivel nacional.

¿Por qué? ¿Por qué se olvida, entonces, con tanta facilidad a las deportistas femeninas? La respuesta se encuentra, quizá, en el hecho de que, a pesar de que el deporte ocupa un lugar privilegiado en los intereses humanos, en algunos aspectos sigue siendo el gran desconocido. Actualmente, la información deportiva es la más consumida en España, los medios e informaciones de este sector son los más demandados por la sociedad actual. Prueba de ello es que el diario deportivo *Marca* sigue siendo, año tras año, el periódico más leído en España (con más de 2 millones de lectores diarios, según datos del último Estudio General de Medios[5] –EGM–), o que la televisión alcance sus cuotas más elevadas de audiencia con las retransmisiones de distintos eventos deportivos. Sin embargo, el deporte femenino en los medios de comunicación prácticamente brilla por su ausencia.

Justificación del tema

La predominancia de informaciones deportivas masculinas en los medios de comunicación evidencia que España todavía está muy lejos de esa igualdad entre hombre y mujer de la que pretende presumir. Durante los últimos gobiernos, la política ha alardeado de crear organismos en pro de la igualdad

[5] AIMC (2017, 19 de abril). Entrega de resultados EGM 1ª ola 2017. www.aimc.es/Entrega-de-resultados-EGM-1ª-ola,1945.html [22/04/2017]

de la mujer con respecto al género masculino, los partidos han incrementado la presencia de mujeres en sus filas y cada vez más cargos políticos relevantes están ejercidos por féminas.

Sin embargo, la igualdad no es más que una mera utopía, algo muy alejado de la realidad. En la sociedad, la mujer todavía sigue chocando con el famoso "techo de cristal" que le impide evolucionar en su trayectoria profesional, los salarios todavía son distintos dependiendo de si el trabajador es hombre o mujer y aún hay situaciones en las que se impide el acceso a la mujer por considerarle no capacitada para realizar esa labor.

Como reflejo de una sociedad que aún debe evolucionar mucho si desea lograr una igualdad real entre hombre y mujer, el sector deportivo se convierte en espejo de una clara realidad que aún dista mucho de la deseada. Históricamente, el deporte siempre se ha considerado hecho por y para el hombre. Las informaciones siguen siendo predominantemente sobre deportistas varones y la presencia de la mujer queda reducida, en la mayoría de casos, a simple acompañamiento de la información y "gancho" para atraer audiencia masculina.

Pensemos, por ejemplo, en informaciones relacionadas con deportes sobre ruedas: seguramente encontremos a la típica chica *sexy* ligera de ropa acompañando a ese precioso coche deportivo último modelo que hace las delicias de todo hombre apasionado por el motor, o al mismo modelo de mujer sujetando el paraguas de un piloto de motociclismo que está a punto de tomar la salida de un Gran Premio, o a preciosas maniquíes siendo besadas por el ganador de una etapa de ciclismo, mujeres empapadas en champán en cada uno de los podios donde el ganador es un hombre… Son imágenes que vemos

día tras día, imágenes en las que la mujer aparece como mero objeto subordinado a la presencia masculina.

Esta concepción masculina del deporte refleja, pues, una situación que no hace más que agravar la ya de por sí existente desigualdad entre ambos géneros. La práctica totalidad de informaciones deportivas referentes a hombres en los medios de comunicación potencian la invisibilidad del también existente deporte femenino. Es como si la sociedad pareciera obviar que cada vez son más las mujeres practicantes y consumidoras de deporte, mujeres que, al igual que los hombres, también merecen su lugar en la información deportiva.

Objetivos generales

El presente Trabajo de Fin de Grado pretende, por tanto, demostrar que, pese al acercamiento entre ambos géneros, todavía existe desigualdad entre hombre y mujer en las informaciones que se publican en los medios de comunicación deportivos del estado español.

En otras palabras, esta investigación busca poner de relieve que en la prensa deportiva española todavía rige la concepción androcéntrica del deporte por la cual éste se considera hecho por y para hombres, algo que deja a la mujer en un segundo plano o, incluso, vetada a su acceso.

Objetivos específicos

Para el análisis de la imagen de la mujer, tanto en su papel de deportista como en el de periodista deportiva, que transmiten los medios de comunicación

españoles, el presente informe se ha subdividido en tres objetivos específicos que son los siguientes:

- En primer lugar, esta investigación busca demostrar la casi invisibilidad del deporte femenino en los medios de comunicación de información deportiva españoles.
- En segundo lugar, también se pretende poner de relieve la escasa presencia de mujeres periodistas deportivas en dichos medios y el trato de inferioridad que reciben respecto a sus homólogos masculinos.
- Y, en tercer y último lugar, esta investigación procurará evidenciar el trato sexista al que se ven sometidas las mujeres protagonistas de los contenidos de los ya mencionados medios de comunicación deportivos en comparación con los contenidos de las informaciones protagonizadas por deportistas masculinos.

1. METODOLOGÍA

1.1. Técnicas de investigación

En toda investigación, la clave del éxito o el fracaso siempre reside en la correcta utilización que el investigador realiza de las técnicas y métodos de los que dispone para su estudio. El presente Trabajo de Fin de Grado pretende beber del método científico para analizar la situación actual de la mujer deportista y periodista en las informaciones y redacciones de los medios deportivos españoles. Para ello, la investigación se llevará a cabo desde dos enfoques bien distintos, a la par que complementarios:

- En primer lugar, la investigación se realizará a partir de técnicas de carácter cuantitativo, basadas en la estadística. Tales herramientas permitirán a la autora analizar los contenidos de diarios deportivos y de los programas de radio y televisión de mayor audiencia del país. El objetivo principal es determinar el grado de presencia del deporte femenino con respecto a las informaciones en las que los protagonistas son deportistas masculinos: se estudiará el porcentaje de informaciones dedicadas al deporte de cada género, así como el tiempo que dichos medios dedican a los dos tipos de informaciones, el número de periodistas deportivas que forman parte de dichos medios de comunicación y el cargo que ocupan en la empresa, entre otros aspectos.

- Y, en segundo lugar, el análisis también se llevará a cabo a partir de técnicas de carácter más cualitativo que pretenderán analizar, más que la cantidad, la calidad de las informaciones sobre deporte femenino en su comparación con las informaciones de deporte ejercido por hombres. Así, este análisis se centrará en aspectos como determinar si en dichos

contenidos existe (o no) un lenguaje catalogable como sexista, expresiones machistas, discriminatorias o estereotipadas que dejen a la mujer subordinada al hombre, o contenidos no relativos a exclusivamente información deportiva, como pueden ser referencias a la vida personal e íntima de las deportistas.

Además, como técnica cualitativa, también se procurará la existencia de entrevistas a personas relacionadas con el mundo del deporte femenino y los medios de comunicación que puedan aportar su particular visión de la situación desigual de la mujer con respecto al hombre en el área de la comunicación deportiva.

1.2. Principales referentes teóricos

El presente Trabajo de Fin de Grado tiene como referente principal las aportaciones de Clara Sainz de Baranda Andújar, doctora en periodismo y profesora de la Universidad Carlos III de Madrid. En su tesis doctoral *Mujeres y deporte en los medios de comunicación – Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*[6], centrada en el estudio del contenido deportivo en los medios de comunicación y su análisis desde la perspectiva de género, la autora aborda la evolución histórica de la presencia de la mujer en la información deportiva del estado español a lo largo tres décadas. En sus propias palabras, su estudio "responde a la necesidad de saber y probar que, pese a la gran demanda de información deportiva en los medios, pese a que parece haberse trasladado en el imaginario colectivo la idea de la equiparación de derechos hombre/mujer y

[6] Sainz de Baranda, C., (2013, febrero). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación - Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*, Getafe: s.n.

la incorporación plena de la mujer al mundo del deporte, la realidad es otra" (Sainz de Baranda, 2013).

Del mismo modo, en la realización de esta investigación también se ha tenido en cuenta el estudio *Deporte y mujeres en los medios de comunicación: sugerencias y recomendaciones*[7], elaborado por Pilar López Díez y editado por el Consejo Superior de Deportes (CSD), en el cual se analiza el papel "que los medios de comunicación juegan y deben seguir jugando en nuestro país para contribuir […] en la labor de promoción e información deportiva" y se dan las "sugerencias básicas para mejorar el tratamiento de la información deportiva desde la perspectiva de género".

Asimismo, también forman parte de los referentes teóricos utilizados algunos trabajos de fin de grado de otros alumnos que, por su contenido, están estrechamente relacionados con el asunto del que trata esta investigación. Es el caso de, por citar un ejemplo, *El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo*[8], elaborado por las alumnas Alicia Castilla y Esther Linares y coordinado por José Luis Rojas Torrijos, doctor en periodismo e investigador de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Las mencionadas fuentes informativas se complementan con artículos de revistas y medios de comunicación, así como con otras informaciones de distintas procedencias.

---

[7] López Díez, P. (2011, octubre) *Deporte y mujeres en los medios de comunicación: sugerencias y recomendaciones* (pág. 14) [PDF] Consejo Superior de Deportes (CSD) http://www.pilarlopezdiez.eu/documents/CSD.LibroDeporteymujeres.pdf [mayo 2017] ISBN en línea 978-84-694-9366-3.

[8] Castilla, A.; Linares, E. *El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo* https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/26609/tfgperelpapeldelamujer.pdf?sequence=1 [23/04/2017]

1.3. Objeto de estudio

La investigación se inicia a partir del análisis de los contenidos de los principales medios de comunicación de información deportiva del estado español. Para ello, se ha acotado la investigación a los diarios y programas audiovisuales de mayor tirada y audiencia entre la población española, aquellos que se encuentran entre los más consumidos por los lectores, oyentes y telespectadores del país.

En el caso de la prensa escrita, se analizan las informaciones vertidas por los cuatro grandes diarios deportivos a nivel español, es decir, los diarios *Marca*, *As*, *Mundo Deportivo* y *Sport*. No se tienen en cuenta diarios menores o de carácter regional.

En cuanto a la radio, el programa analizado es uno de los líderes de audiencia en las ondas, directo competidor del exitoso *Tiempo de juego*, de la cadena COPE: se trata de *Carrusel Deportivo*, de la SER.

Y, para finalizar, en el caso de la televisión, se analizan las informaciones vertidas en el programa polideportivo *Deportes Cuatro* (Cuatro), así como en *Jugones* (laSexta). Quedan excluidos de la investigación, por tanto, programas que se centren exclusivamente en un solo deporte como es, principalmente, el fútbol.

Los resultados obtenidos del análisis de las informaciones y el contenido de las mismas permitirán corroborar o refutar las hipótesis que motivan esta investigación y que se detallan a continuación.

1.4. Hipótesis que motivan la investigación

Las principales hipótesis a las que se pretende dar respuesta con la realización del presente Trabajo de Fin de Grado, basado en el análisis de las informaciones deportivas de los distintos medios de comunicación españoles, son las siguientes:

- H1: El deporte femenino es prácticamente invisible en los medios de comunicación españoles.
- H2: Las informaciones deportivas de los medios de comunicación especializados españoles están, básicamente, firmadas por periodistas masculinos.
- H3: En las informaciones deportivas donde la protagonista es una mujer, se utiliza un lenguaje sexista y estereotipado que no es utilizado en contenidos informativos donde el protagonista es un deportista varón.

2. MARCO TEÓRICO

Históricamente, el deporte ha sido un campo creado por y para hombres. El ejercicio físico, el dominio deportivo, se ha relacionado tradicionalmente en torno a la masculinidad. Durante mucho tiempo, el deporte ha sido un ámbito completamente prohibido para la mujer.

> "El deporte, además de construir la masculinidad, permite demostrarla. […] Al convertirse en un espacio donde se reproduce el modelo hegemónico de la masculinidad, el deporte no deja lugar para lo femenino"[9]

En la Antigua Grecia, cuna de los Juegos Olímpicos, el deporte estaba enfocado únicamente hacia la participación y disfrute masculinos. Como relata Antonio Alcoba en la *Enciclopedia del deporte*[10], "en uno de los graderíos se encontraba un pequeño palco o tribuna donde se situaban los helanódices[11] y personalidades que acudían a presenciarlos. […] En el otro graderío se había instalado otro similar, en el que se sentaba la sacerdotisa de la diosa Demeter Carmine, única mujer a la que se permitía presenciar los Juegos, ya que los atletas participaban desnudos" como símbolo de perfección y culto al cuerpo humano. El resto de mujeres, por tanto, tenía vetado el acceso a la celebración de los Juegos Olímpicos.

Los motivos de este veto femenino, sin embargo, no están del todo claros. Mientras unas teorías apuestan por que se debía a motivos religiosos, otras versiones apuntan a que "al participar desnudos los atletas, si las mujeres hubieran estado autorizadas a ser espectadoras de las pruebas, podrían haber

---

[9] Pedraza Bucio, C.I. (2012). "Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes". *Derecho a comunicar* (núm. 4, enero-abril 2012, pág. 50) http://132.248.9.34/hevila/Derechoacomunicar/2012/no4/4.pdf [mayo 2017]

[10] Alcoba, A. (2001). *Enciclopedia del deporte* (pág. 52). Madrid: Librerías deportivas Esteban Sanz, S.L.

[11] Organizadores y árbitros.

hecho comentarios sobre la virilidad de los participantes y establecer comparaciones con la de sus maridos. De ahí que solo la sacerdotisa de la diosa Demeter Carmine, por su rango religioso, fuese la única mujer facultada a estar presente durante la celebración de los Juegos". Y que no osase ninguna mujer quebrantar esa prohibición, porque "la mujer que la violase era castigada a ser arrojada desde una ladera en pico, del cercano monte Tipeón, de considerable altura, por lo que la despeñada era entregada a una muerte segura". (Alcoba, 2001, pág. 53)

Por lo tanto, y a pesar de que "en Olimpia hubo unos Juegos exclusivos para las mujeres, […] los Juegos en honor a la diosa Hera" (Alcoba, 2001, pág. 53), que se celebraban con posterioridad a los Juegos Olímpicos masculinos, esta diferenciación entre deporte femenino y deporte masculino ya representa un primer momento de discriminación de la mujer frente al hombre y establece una mentalidad que se ha ido sosteniendo a lo largo de la historia.

Durante la Edad Media, en la mujer predomina el papel de espectadora. La participación femenina en el deporte, tal como lo entendemos ahora, no se produjo hasta principios del siglo XX. La primera aparición de una mujer en unos Juegos Olímpicos fue en los de París de 1900, en un momento en que en la sociedad todavía imperaba una concepción androcéntrica del deporte. Prueba de ello es que el mismo fundador de los Juegos Olímpicos modernos, Pierre de Coubertin, "se opuso hasta su muerte a la participación de mujeres" en ellos, puesto que consideraba antiestética, incorrecta y poco interesante su presencia en los estadios[12]: "Las mujeres solo pueden estar en los Juegos Olímpicos para

[12] De Villa Molina, M.M. (2017, marzo). "La historia de las mujeres en las olimpiadas". *Revista Con la A* (núm. 50) [en línea] http://conlaa.com/la-historia-de-las-mujeres-en-las-olimpiadas/ [mayo 2017] ISSN 2254-268X

adornar las frentes de los ganadores con guirnaldas" (Pedraza Bucio, 2012, pág. 53).

En España, "el aumento de la visibilidad de las mujeres practicantes de deporte en el contexto europeo occidental del período de entreguerras, divulgado a través de la prensa popular gráfica y deportiva de la época, incidió en la percepción que la mujer española tenía sobre el fenómeno deportivo"[13]. Sin embargo, a pesar de este aumento de la visibilidad del deporte femenino, en la sociedad española todavía predominaba una mentalidad basada en el patriarcado y el discurso androcéntrico tradicionales.

> "Lo que impera en el mundo es el patriarcado, es decir, un modelo de organización social basado en el poder o la supremacía de los hombres sobre las mujeres"[14]

Los argumentos contrarios a la incorporación de la mujer al deporte se basaban, principalmente, en los aspectos fisiológicos que diferencian al género femenino del masculino. Básicamente, la razón más utilizada para limitar el acceso de la mujer al deporte era la idea de que la práctica deportiva resultaba perjudicial para su salud. Así, "desde este punto de vista deben entenderse la mayor parte de consejos […] sobre la necesidad de distinguir entre prácticas adecuadas para las chicas, usualmente de carácter individual como la gimnasia sueca, la natación y la danza, y disciplinas de carácter deportivo, a las que se atribuía un carácter viril y masculinizante" (Pujadas, 2012, pág. 53).

---

[13] Pujadas, X. (2012). "De espectadoras a protagonistas. Las mujeres y el deporte en la IIª República española (1931-1936)" (pág. 52) [PDF] http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/11570/III_XEAFD_art_5.pdf?sequence=2 [mayo 2017]

[14] Martínez Lirola, M. (2010, junio). "Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación" (pág. 162). *Palabra Clave* (Vol. 13, Núm. 1) [PDF] http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1641/2076 [mayo 2017]

La primera participación femenina española en unos Juegos Olímpicos no llegó hasta la cita de París, en 1924, de la mano de la tenista Lili Álvarez quien, junto con su compañera Rosa Torras, consiguió el primer diploma para el deporte femenino español.[15]

Tras la guerra civil española (1936-1939), la posterior instauración del régimen franquista "significó el triunfo definitivo de una visión rupturista con el proceso de modernización y europeización del fenómeno deportivo en España. […] El franquismo no pretendía solamente reducir y controlar hasta lo indecible la práctica deportiva de las mujeres y de las jóvenes escolares, sino que en realidad buscaba transformar sus actitudes morales, sociales y estéticas en un contexto general de involución en el proceso natural de crecimiento del deporte" (Pujadas, 2012, pág. 56).

Sin ir más lejos, el noticiero cinematográfico de la época, el NO-DO, ofrecía en sus proyecciones una imagen de la mujer que reforzaba los estereotipos y el discurso machista dominante del momento. Así, los deportes quedaban divididos en dos clases: los deportes 'femeninos', aquellos en los que se permitía participar a la mujer, entre ellos la gimnasia, el esquí y la natación; y los deportes 'masculinos', encabezados por el fútbol, en los que la mujer quedaba limitada únicamente al rol de espectadora. En esta época, el deporte femenino, por tanto, y excepto en contadas ocasiones, no se consideraba profesional y era representado, en su mayoría, desde un punto de vista satírico y jocoso, con un fondo de burla y ridiculización de la mujer en su ejercicio de actividades deportivas. "La presencia femenina es mínima y el tratamiento audiovisual la reduce aún más. Los deportes femeninos se muestran como

[15] Jiménez Morales, R. (2015, junio). *El deporte femenino español en los Juegos Olímpicos* (pp. 35-36) [PDF] Consejo Superior de Deportes (CSD). http://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:7aa457c3-2ecc-4eff-aff7-286ae022fc65/Deporte_Femenino_JJOO.pdf [mayo 2017]

meros entretenimientos de esforzadas señoritas, muy alejados de la virilidad y el esfuerzo real de los masculinos"[16].

A través del NO-DO se podía comprobar que "la verdadera función de la Educación Física, al menos durante la posguerra, era […] el mejoramiento morfológico y funcional de la mujer, relacionado con la maternidad. […] El deporte, siempre que no fuera excesivamente duro, se consideraba una excelente manera de moldear y preparar el cuerpo de las jóvenes para el fin al que […] estaban destinadas: la maternidad. Una buena forma física facilitaba una mejor concepción" (Gil Gascón; Cabeza Deogracias, 2012, pág. 200). En relación a ello, se establecían una serie de deportes que resultaban bien vistos para su práctica femenina: baloncesto, balonmano, esquí, hockey, montañismo, natación y voleibol. No así deportes como el ciclismo o el atletismo, puesto que resultaban poco femeninos y no recomendables para el delicado cuerpo de la mujer.

> "El deporte es el escenario ideal donde se muestra la identidad masculina a través del contacto, la agresión, donde existen estereotipos y desigualdades. A las mujeres se les asocia con la dulzura y la fragilidad y a los hombres con todo lo contrario: la fuerza y la dureza"[17]

Como se puede apreciar, el discurso reinante en la época franquista continuaba siendo el de una visión androcéntrica del deporte. El acceso a prácticas deportivas difería según el género al que pertenecía la persona, quedando así las mujeres relegadas, según esta visión machista, a sus quehaceres tradicionales como eran, por ejemplo, las labores domésticas y el cuidado de la familia.

---

[16] Gil Gascón, F.; Cabeza Deogracias, J. (2012, febrero). "Pololos y medallas: la representación del deporte femenino en NO-DO (1943-1975)" (pp. 204-205). [PDF] https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/40606/38923 [mayo 2017]

[17] Gimeno Alacreu, B. (2014, septiembre). "El techo de cristal deportivo" [en línea] https://eixamestudis.wordpress.com/2014/09/25/el-techo-de-cristal-deportivo/ [mayo 2017]

A partir de la segunda mitad del siglo XX, la mujer "consiguió acceder a pruebas hasta entonces exclusivas de los hombres" (Alcoba, 2001, pág. 79). Las primeras medallas conseguidas por deportistas españolas en unos Juegos Olímpicos de verano llegaron en los exitosos JJ.OO. de Barcelona 1992; cita olímpica que supuso "la explosión definitiva del deporte femenino español […] no sólo en lo referente al número de participantes, beneficiadas por pertenecer al país organizador, sino también en cuanto a resultados" (Jiménez Morales, 2015, pág. 38).

"Hoy en día es posible decir que el número de mujeres incorporadas a la práctica del deporte en todo el mundo es superior al de cualquier otro momento histórico" (Pedraza Bucio, 2012, pág. 53). La cita olímpica de Londres 2012 fue la primera en la que todos los países tuvieron representantes femeninas y en la que las féminas compitieron en todos los deportes que formaban el programa olímpico. Del total de deportistas inscritos, un 44% eran mujeres. Un porcentaje significativo si se compara con el único referente español, el de los Juegos Olímpicos de Barcelona '92, en el cual la cifra de participantes femeninas era de tan solo un 29%.

2.1. Las deportistas en los medios de comunicación

Como se puede comprobar mediante lo dicho anteriormente, el deporte femenino siempre se ha encontrado, de un modo u otro, supeditado al deporte practicado por el género masculino. Este hecho no responde más que a una mentalidad androcéntrica en la sociedad en la cual predomina, aún, la máxima de que el deporte es 'cosa de hombres'.

De hecho, los números así lo corroboran. Según datos estadísticos de la Memoria de 2015 del Consejo Superior de Deportes (CSD)[18] referentes al deporte federado y de alta competición, del total de 3.501.757 licencias deportivas que había en aquel entonces, solo 753.760 de ellas correspondían a deportistas mujeres, frente a las 2.747.997 de licencias masculinas. Es decir, que del total de deportistas federados en el año 2015, las mujeres tan solo representaban un 21'5% frente al 78'5% correspondiente a los deportistas varones. Por su parte, la estadística referente a los deportistas de alto nivel (DAN)[19], arroja datos muy significativos: las mujeres son más numerosas en deportes como el bádminton, la gimnasia, o la natación; lo que confirma la consideración histórica de todos ellos como 'deportes femeninos'.

Esta desigualdad entre ambos géneros se puede apreciar, fácilmente, en la representación que los medios de comunicación, especialmente los de información deportiva, aportan del deporte según el género de sus protagonistas. Así, tal como afirma Pilar López Díez en *Deporte y mujeres en los medios de comunicación: sugerencias y recomendaciones*, "la primera conclusión que se destaca en cuanto a la representación del deporte practicado por mujeres en los medios de comunicación es la casi total ausencia mediática de la presencia de las deportistas en los campeonatos, juegos, jornadas y cualquier acto en el que estén involucradas" (López Díez, 2011, pág. 14). Una afirmación, la de López Díez, que queda respaldada por Clara Sainz de Baranda Andújar, quien, tras el análisis de los resultados de sus investigaciones, también concluye que "los hombres son los protagonistas indiscutibles de la prensa deportiva. […] Las mujeres siguen estando infrarrepresentadas en las páginas de los diarios

[18] Consejo Superior de Deportes (CSD) (2015). "Memoria 2015 – Resumen General" [PDF] http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/asoc-fed/2015-1.Resumen_General.pdf [mayo 2017]
[19] Consejo Superior de Deportes (CSD) (2015). "Memoria 2015 – Deportistas" (pág. 3) [PDF] http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/asoc-fed/2015-3.Deportistas.pdf [mayo 2017]

deportivos españoles [mientras que] los hombres mantienen su hegemonía como sujeto noticioso"[20].

> "A pesar de los progresos que el deporte femenino ha hecho a lo largo del siglo XX y a los resultados obtenidos por las deportistas en los últimos años, la equiparación con respecto a los hombres es lenta en relación a la representación que los medios de comunicación hacen de los logros y avances de las mujeres deportistas" (Sainz de Baranda, 2014, pág. 1231)

Según sus conclusiones, la mujer ha superado el ser mera receptora pasiva del fenómeno deportivo y ha conseguido pasar a ser, desde finales del siglo XX y especialmente en los comienzos del siglo XXI, deportista. La consecuencia lógica sería pensar que su presencia en los medios deportivos también ha aumentado, pero, a pesar de ello, "la mujer deportista no solo no ha aumentado su presencia en las páginas de los medios deportivos, sino que la ha reducido". La imagen de las mujeres que transmite la prensa deportiva española "está altamente desequilibrada respecto del hombre", la realidad mediática no es un fiel reflejo de la realidad real: "Hay un déficit claro de información deportiva cuando la mujer es protagonista" (Sainz de Baranda, 2014, pág. 1234).

A esta desigualdad cuantitativa en la cobertura periodística, además, se le suma el hecho de que las informaciones suelen caer, en su mayoría, en tópicos y estereotipos discriminatorios hacia las deportistas. "Las mujeres únicamente se reconocen en la medida en que reproducen los rasgos de alguna representación estereotipada: a) confinadas al rol doméstico; b) transformadas en objeto estético; o c) estigmatizadas con características varoniles" (Pedraza Bucio, 2012, pág. 54).

---

[20] Sainz de Baranda Andújar, C. (2014). "El género de los protagonistas en la información deportiva (1979-2010): noticias y titulares" (pág. 1228). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (Vol. 20, Núm. 2) [PDF] Universidad Complutense de Madrid http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/47062/44133 [mayo 2017] ISSN 1134-1629

Los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad, puesto que deberían ser actores decisivos en la transmisión de valores a través de sus informaciones, especialmente en el fomento de la igualdad de género, en este caso, en el deporte. "La igualdad entre mujeres y hombres es un principio jurídico universal reconocido en la Constitución española de 1978, en textos internacionales y en la Unión Europea" (Martínez Lirola, 2010, pág. 162).

Por el contrario, el periodismo, especialmente el deportivo, continúa estando en el punto de mira y siendo acusado de utilizar "un lenguaje sexista que no hace sino reforzar la transmisión de estereotipos y roles tradicionales, y de mostrar la realidad de un modo androcéntrico, esto es, desde un prisma en el que las mujeres son representadas de manera asimétrica frente a los hombres y donde raramente aparecen como protagonistas de las noticias"[21].

2.2. Las periodistas deportivas en el ejercicio de su profesión

Partiendo de la base de que, según lo heredado a lo largo de los años, la lógica masculina es la que impera en el deporte, no es de extrañar que esta concepción androcéntrica alcance también al ejercicio de la profesión periodística deportiva. Todavía a día de hoy "existe una idea generalizada de que las mujeres 'no entienden de deportes'" (Pedraza Bucio, 2012, pág. 57).

Así, resulta obvio pensar que si las deportistas han tenido dificultades en su acceso y participación en las actividades deportivas, las periodistas mujeres que

[21] Rojas Torrijos, J.L. (2010, diciembre). "La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista" (pp. 2-3). *Vivat Academia* (núm 113). [PDF] Universidad Complutense de Madrid. http://pendientedemigracion.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/PDFs/Rojas.pdf [mayo 2017] ISSN 1575-2844

han encarrilado su carrera profesional hacia esta especialización tampoco se han encontrado con un camino de rosas. El "orden de género excluyente […] impera en el periodismo deportivo" (Pedraza Bucio, 2012, pág. 47), un orden que ha condicionado la presencia de la mujer periodista deportiva en los medios de comunicación especializados.

"Las mujeres que sí logran incursionar en este terreno se enfrentan a muchas barreras que dificultan e incluso impiden su desarrollo en las industrias de los medios: acoso sexual, […] remuneración desigual, eximio conocimiento por el trabajo realizado y aplicación del 'techo de cristal[22]'"[23], una barrera que persigue a la mujer en cualquiera de los ámbitos en que desarrolla su carrera profesional y que todavía la sociedad actual no ha sido capaz de eliminar.

2.3. El 'techo de cristal': la barrera ¿insalvable?

No solo las periodistas deportivas sufren este obstáculo en su ascenso a puestos de dirección en los medios de comunicación. También las deportistas que, una vez finalizada su carrera como tales, desean tomar un nuevo rumbo laboral sin salir del mundo del deporte y optar a puestos directivos se topan con el mismo problema. "El deporte es sin lugar a dudas un ámbito donde la mujer no ha alcanzado el nivel de reconocimiento del hombre. De hecho, la mayoría de puestos de responsabilidad en las federaciones deportivas están a cargo de hombres" (Gimeno Alacreu, 2014).

---

[22] Metáfora que hace referencia a las barreras invisibles que encuentran las mujeres en su ascenso laboral. http://feminismo.about.com/od/trabajo/fl/iquestQueacute-significan-techo-de-cristal-y-suelo-pegajoso.htm

[23] Vega Montiel, A. (2010) "Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática" (pág. 87) *Revista Mexicana de Ciencias Políticas* [PDF] http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/viewFile/25935/24428 [mayo 2017]

Así es. Según datos estadísticos de la Memoria 2015 del Consejo Superior de Deportes (CSD) referentes a cargos federativos[24], las féminas son también minoría tanto en las juntas directivas de las federaciones (202 mujeres frente a 744 hombres), como entre el personal técnico de alta competición (solo 171 mujeres frente a la aplastante cifra de 893 hombres).

> "Aunque ha habido un aumento en la participación de la mujer en el deporte, […] la posición de ésta en el ámbito deportivo más general sigue siendo de discriminación en muchos aspectos; principalmente, en la desigual representación de la mujer entre los entrenadores, directivos y árbitros, y en puestos de toma de decisiones, excepto en aquellos que se consideran exclusivamente femeninos"[25]

No obstante, aún hay espacio para la esperanza. Por poner tan solo algunos ejemplos, un deporte tan tradicionalmente masculino como es la Fórmula 1 ya ha visto cómo una mujer se ponía al frente de una de las escuderías del *paddock*[26]: Monisha Kaltenborn se convirtió en 2012 en la primera mujer jefa de equipo al tomar las riendas del Sauber F1 Team. Además, desde el año pasado, el equipo también cuenta con otra mujer en un cargo relevante: la ingeniera senior de estrategia de Sauber, Ruth Buscombe[27]. Y, siguiendo con ejemplos de mujeres que han roto el 'techo de cristal', tampoco se deben obviar nombres como Begoña Sanz, directora general adjunta del Real Madrid CF; Susana Monje, vicepresidenta quinta y responsable del Área Económica del FC Barcelona; Eva Turégano, periodista y directora de comunicación de la Liga de

---

[24] Consejo Superior de Deportes (CSD) (2015). "Memoria 2015 – Cargos federativos" [PDF] http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/asoc-fed/2015-2.Cargos_Federativos.pdf [mayo 2017]

[25] Gallego Noche, B.; Estebaranz García, A. "Mujeres que abren camino en el deporte: factores influyentes en las situaciones de igualdad y discriminación" (pág. 3) [PDF] http://www.mujerydeporte.org/documentos/docs/MUJERES%20QUE%20ABREN%20CAMINO%20EN%20EL%20DEPORTE%20FACTORES%20INFLUYENTES%20EN%20LAS%20SITUACIONES%20DE%20IGUALDAD%20Y%20DISCRIMINACI%C3%93N.pdf [mayo 2017]

[26] Zona de garajes de los equipos de Fórmula 1.

[27] McCarthy, A. (2017) "Conoce a la primera jefa de equipo de la F1" [en línea] http://www.redbull.com/es/es/motorsports/f1/stories/1331848445528/mujeres-en-f1-monisha-kaltenborn-ruth-buscombe [mayo 2017]

Fútbol Profesional (LFP); Esther Gascón, secretaria general de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF); y Yolanda García, directora de Deportes de TVE[28], entre otras.

¿Seguirá la tendencia favorable de que la mujer rompa el 'techo de cristal' que tanto la subordina al hombre y pueda, así, lograr una igualdad de género real? El tiempo dirá.

[28] Vinagre Sáenz, R. (2015) "Begoña Sanz (Real Madrid), la mujer más influyente en la Industria del Deporte en España en 2015" [en línea] http://metadeporte.com/begona-sanz-real-madrid-la-mujer-mas-influyente-en-la-industria-del-deporte-en-espana-en-2015/ [mayo 2017]

3. EL DEPORTE FEMENINO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1. Análisis cuantitativo de las informaciones deportivas

La concepción androcéntrica del deporte, por la cual éste existe únicamente por y para el hombre, provoca la invisibilidad de las deportistas femeninas en los medios de comunicación. Al menos, ésta es la conclusión a la que han llegado estudios previos realizados con anterioridad al presente Trabajo de Fin de Grado.

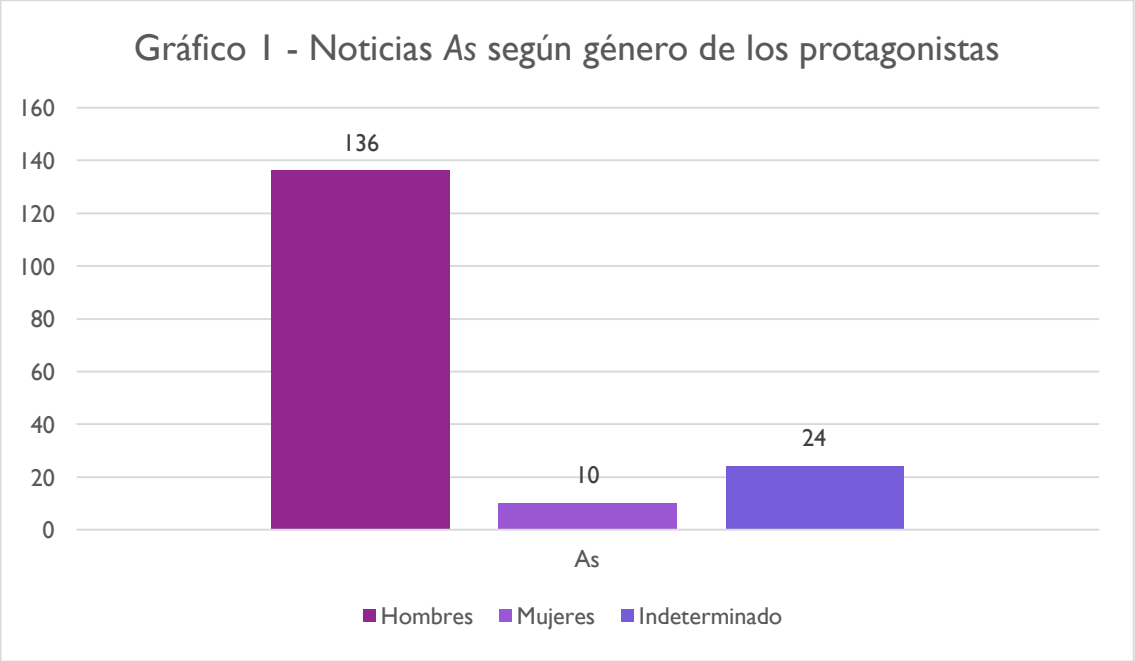
Para determinar hasta qué punto se mantiene o cómo ha cambiado dicha situación, en la presente investigación se han escogido días al azar del mes de mayo y se han analizado las informaciones de los principales medios referencia de comunicación y emisiones deportivas del país. Los resultados son los siguientes:

Prensa digital

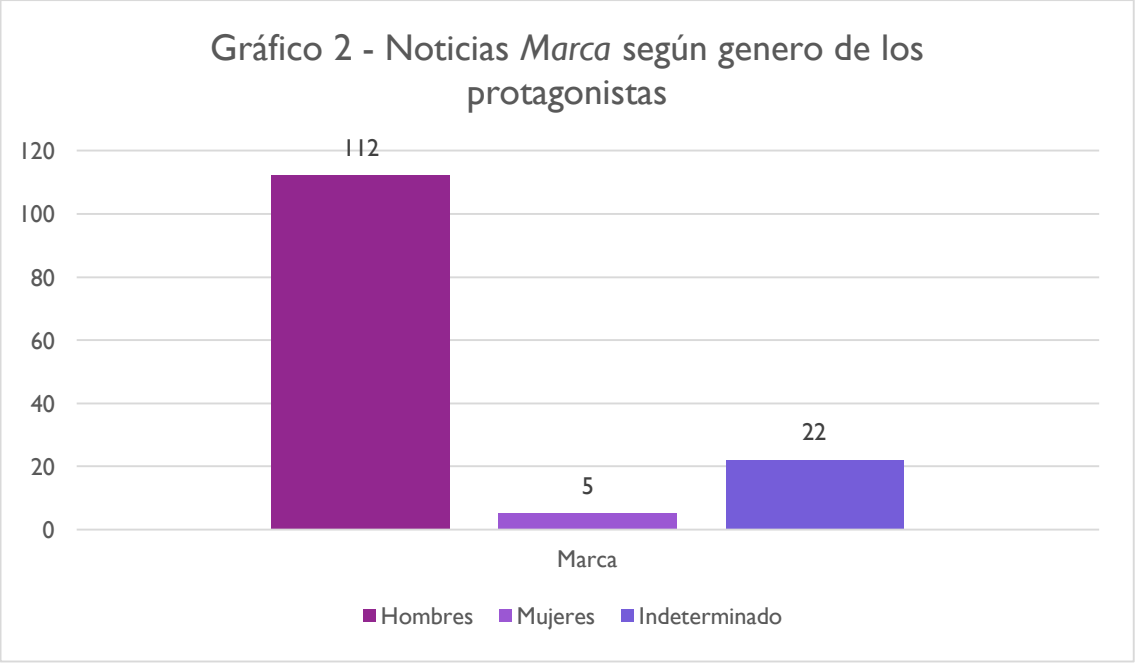
La portada analizada del diario *As*, en su versión digital, no presentaba ninguna noticia relacionada con deporte femenino entre sus informaciones principales. El protagonismo a las deportistas o a deportes practicados por mujeres quedaba relegado a los distintos bloques en los que se subdivide la página web del medio de comunicación.

Por cantidad de noticias, el gráfico 1 que se muestra a continuación permite conocer de manera visual la desigualdad existente entre informaciones protagonizadas por hombres, por mujeres o noticias de género indeterminado.

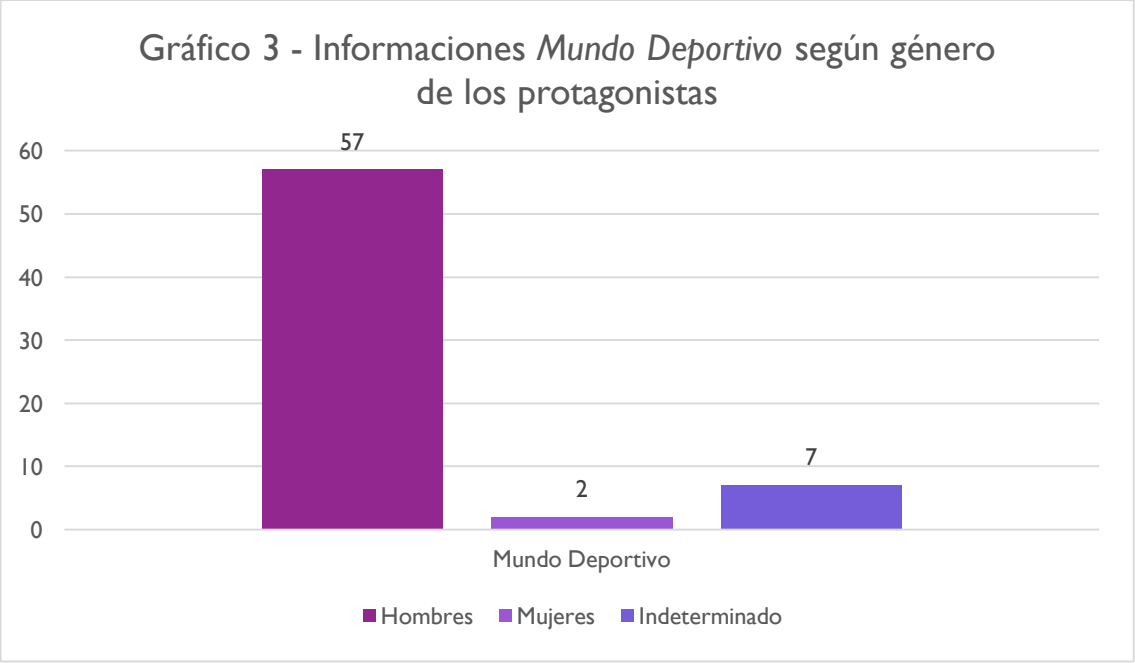
De un total de 170 artículos relacionados de algún modo con el deporte, tan solo 10 de ellos pertenecen a protagonistas femeninas, estando el resto repartidos entre informaciones en las que los protagonistas son hombres (136 artículos) y otras de carácter general donde no existe un género definido –pertenecientes a organismos, estadios, normativas, etc.– (24 artículos).



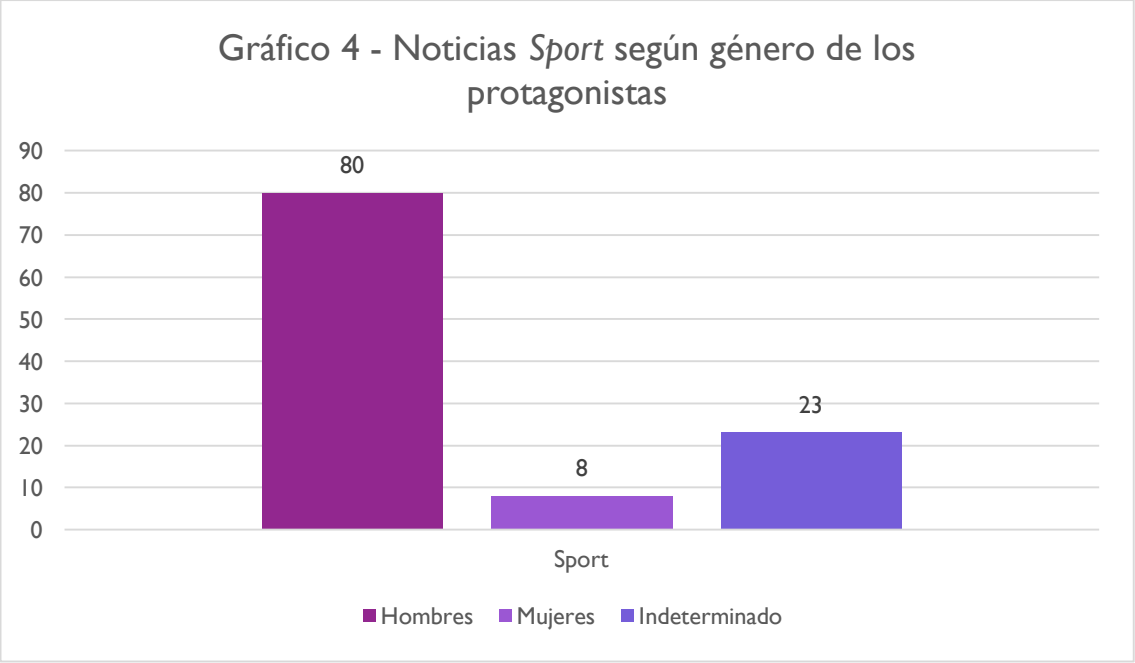
En el diario *Marca*, las diferencias no solo no mejoran, sino que incluso se incrementan. De un total de 139 noticias analizadas, en las que se incluyen las pertenecientes a los distintos bloques que subdividen el diario, la gran mayoría de las informaciones corresponde a protagonistas del género masculino (112 artículos). Las deportistas femeninas aparecen tan solo en 5 de los artículos contemplados, mientras que las informaciones en las que aparecen ambos géneros o ninguno de ellos puesto que se refieren a otro tipo de situaciones suman un total de 22 artículos dentro del diario digital. Los resultados se pueden comprobar de manera visual en el siguiente gráfico:



El *Mundo Deportivo* cuenta en su portada digital del mismo día con un total de 66 noticias; un número muy inferior a los otros dos diarios analizados anteriormente (*As* y *Marca*) puesto que el periódico catalán no subdivide su página web en bloques tan extensos como los diarios madrileños. La situación de la mujer en el *Mundo Deportivo*, no obstante, sigue siendo de tremenda desigualdad: de las 66 noticias relacionadas con el deporte que incluye el medio, tan solo 2 informaciones son referentes al deporte femenino, y en una de ellas ni siquiera se encuentra protagonista alguna puesto que la información únicamente contiene la clasificación de la Liga Iberdrola, la 1ª División del fútbol femenino español. El resto de informaciones se reparten de la siguiente manera: 57 noticias en las cuales los protagonistas son hombres y 7 artículos de género indeterminado.



Por su parte, el diario *Sport* cuenta con 111 publicaciones en su portada digital, que también está subdividida en bloques informativos. Del mencionado total de informaciones, en este caso, una gran cantidad (80) pertenece a noticias en las cuales los protagonistas son del género masculino, seguidas de informaciones de género indeterminado (23) y, por último, los artículos en los que las protagonistas son deportistas femeninas o mujeres que guardan alguna relación con el mundo del deporte (8). El siguiente gráfico muestra visualmente el reparto de noticias según el género de los protagonistas de la información.



Radio

Los programas de radio, por su parte, también evidencian un trato discriminatorio hacia la mujer deportista. Tras analizar *Carrusel Deportivo*, el programa de las ondas radiofónicas comandado por el periodista Dani Garrido, en su horario de sobremesa del sábado 20 de mayo del 2017, se determina lo siguiente:

Entre los titulares que se transmiten al comienzo del programa, los colaboradores dan la enhorabuena a las chicas del Atlético de Madrid de fútbol femenino por alzarse con el título de la Liga Iberdrola, la Primera División femenina del fútbol español.

Sin embargo, durante las dos horas de emisión analizadas (de 15h a 17h), el alirón de las jugadoras del Atlético de Madrid es la única noticia de carácter femenino que se desarrolla más ampliamente entre los contenidos del

programa. En el minuto 17:38, aproximadamente, el conductor del espacio abre sección con una de las integrantes del equipo, que se encuentra junto al colaborador Pedro Fullana. La noticia, que se prolonga en el tiempo hasta el minuto 22:00 de programa, cuenta con una entrevista a la jugadora Sonia Bermúdez de 3:46 minutos de duración (del minuto 18:09 al 21:55, aproximadamente).

La emisión también incluye una mención a la actualidad del tenis femenino, anunciando el siguiente partido de Garbiñe Muguruza en el torneo de Roma, pero es presentada de manera tan breve que no se podría considerar noticia desarrollada dentro de los contenidos.

Además, el único momento en que aparece una voz femenina comentando una noticia es en el minuto 32:25 de emisión, momento en el que la periodista Paula Montes acerca a la audiencia la decisión del jugador Berizzo, del Celta de Vigo, de no continuar en el club; una información que se prolonga durante 2:20 minutos, hasta el 34:45 de programa.

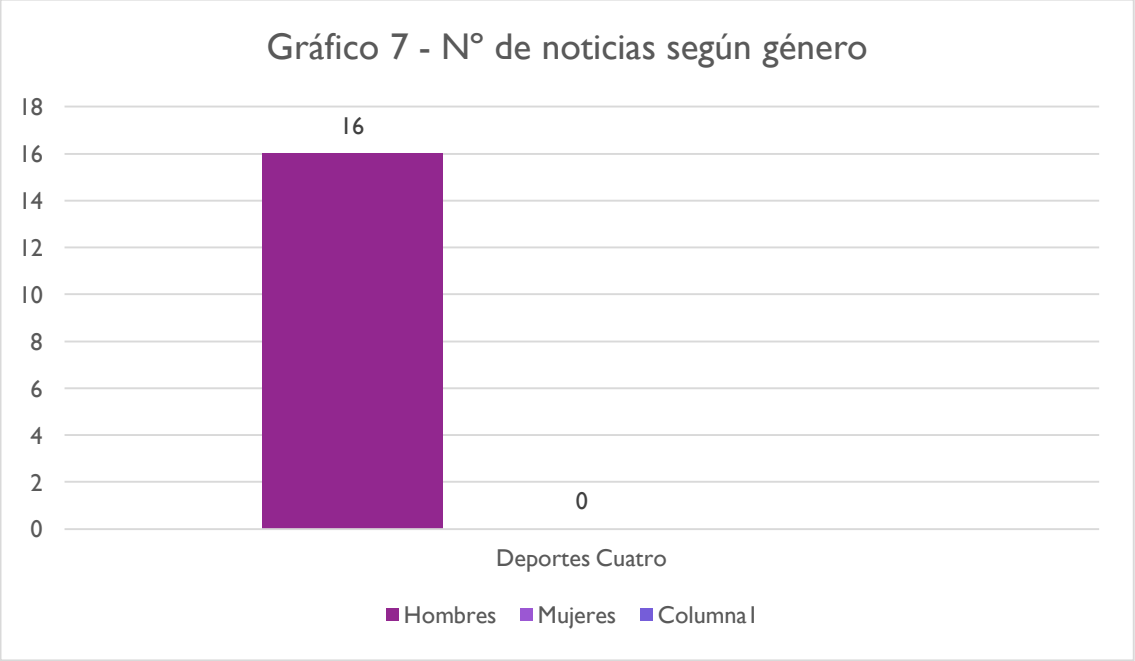
Televisión

Deportes Cuatro, de la cadena Cuatro, y *Jugones*, de laSexta, son, muy seguramente, los dos principales competidores en información deportiva televisiva en la franja horaria de sobremesa de los dos grandes grupos mediáticos de televisión privada españoles: Mediaset (al que pertenece Cuatro) y Atresmedia (entramado empresarial del que forma parte laSexta).

Tras las investigaciones realizadas de los programas, y a pesar de sus aparentes similitudes, ambos difieren tanto en la presentación de sus contenidos como en

la duración de su emisión. Sin embargo, en lo que sí se asemejan es en la poca o, más bien, prácticamente nula, visibilidad que dan del deporte femenino.

En el programa analizado de *Deportes Cuatro*, con fecha del 17 de mayo de 2017, no se encuentra ni una sola información, por breve que fuese, de deporte o deportistas femeninos. La emisión no cuenta con ningún espacio fijo dedicado al deporte practicado por mujeres ni dentro de ninguna noticia de deporte masculino se hace referencia a sus homólogas féminas. En el programa, el 'deporte rey', el fútbol, ocupa la mayor parte de la emisión y, aproximadamente, tan solo los diez últimos minutos están dedicados a otros deportes (en este caso: baloncesto, tenis, ciclismo y un vídeo-curiosidad acerca de *windsurf* sobre la nieve).



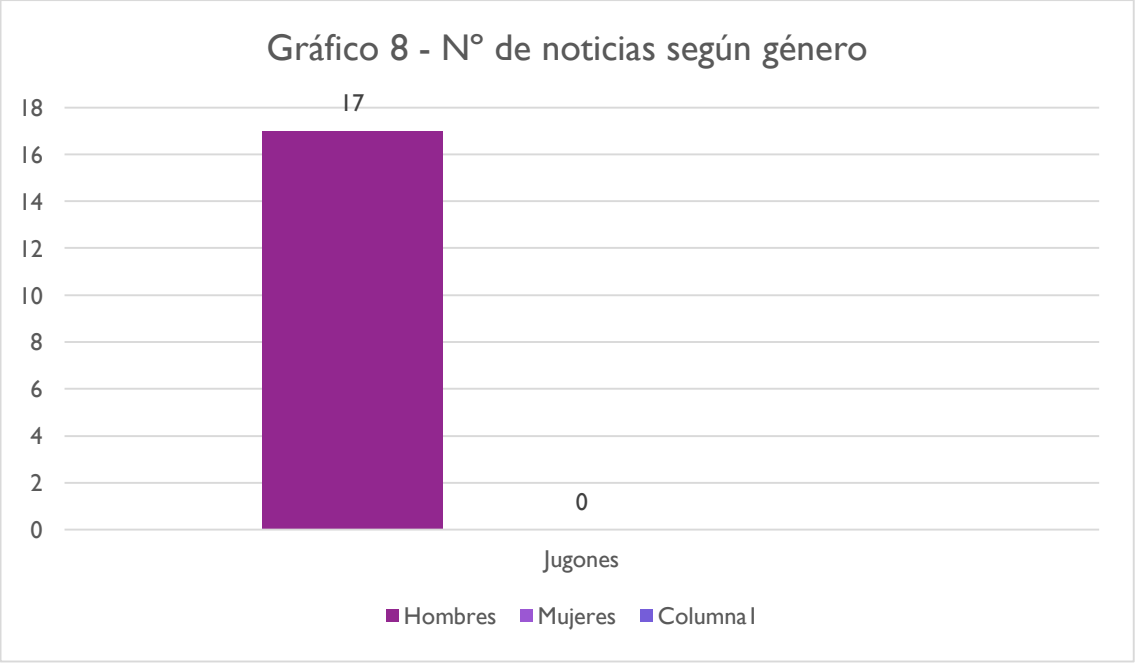
La presencia de la mujer en el programa queda reducida a momentos puntuales. En la emisión analizada, la voz en *off* en los vídeos que apoyan las

informaciones es, predominantemente, masculina. Del total de 15 reportajes que cuentan con voz en *off*, únicamente 5 de ellos son locutados por una mujer.

Tampoco se encuentran conexiones con reporteras féminas; las dos únicas conexiones con reporteros de fuera de plató son con dos hombres: Diego Miguel Fernández, desde el estadio de Balaídos (Vigo), y David Bernabéu, desde Barcelona.

La representación femenina en las opiniones recabadas de ciudadanos anónimos para completar la información de los vídeos también es desigual con respecto a la masculina. La igualdad entre declaraciones de ambos géneros solo se produce en el vídeo del cierre de negocios por la demolición del estadio Vicente Calderón (Madrid). La superioridad de declaraciones femeninas tan solo se encuentra en las imágenes que acompañan a la noticia de los nuevos socios infantiles del Sevilla FC, y básicamente porque dichas mujeres aparecen en su rol de madres de unos protagonistas que, en la mayoría de los casos, aún no tienen la capacidad del habla. La nota curiosa es que la presencia femenina destaca en los vídeos que están locutados por una mujer.

Por su parte, en el programa analizado de *Jugones*, de la misma fecha que el anterior, el deporte femenino tiene la misma presencia que en *Deportes Cuatro*: nula. Es decir, el programa de laSexta tampoco cuenta en su espacio con ninguna sección fija ni ninguna noticia relacionada con el deporte practicado por mujeres. En este caso, la información sobre fútbol también ocupa casi la totalidad de la emisión puesto que, de los aproximadamente treinta minutos que dura el programa, tan solo los cinco últimos se dedican a otro deporte distinto. Las informaciones analizadas, por tanto, solo abarcaron dos deportes: fútbol y automovilismo; en concreto, la participación del piloto de Fórmula 1 Fernando Alonso en la prueba de las 500 millas de Indianápolis (EE.UU.).



La presencia de la mujer en el programa vuelve a quedar, como en el caso de la cadena Cuatro, reducida a determinados momentos muy puntuales. La voz en *off* que locuta los vídeos vuelve a ser, de nuevo, mayoritariamente masculina: así, del total de 14 vídeos locutados que sirven como acompañamiento a las entradillas de las informaciones que realiza el presentador, la voz femenina solo aparece en tres de los casos. El único vídeo con presencia predominantemente femenina es el que acompaña a la información de la demolición del estadio Vicente Calderón (Madrid) y la construcción del Metropolitano: su redactora, Patricia Albella, y las declaraciones de Dª Bárbara García, la alcaldesa de Torrejón del Rey (Guadalajara) que solicita los asientos del Calderón para mejorar las instalaciones del equipo de fútbol de la ciudad, llevan el peso del vídeo a pesar de que éste cuenta también con declaraciones masculinas.

Además, se produce otra presencia femenina en las informaciones, pero, nuevamente, de carácter muy breve. En las imágenes referentes al jugador Alexandre Lacazette en las que se ofrece al Atlético de Madrid, locutadas por

una voz masculina, se puede observar un breve análisis de la periodista Belén Sánchez sobre la imposibilidad del club para realizar fichajes debido a la sanción que le fue impuesta por irregularidades en la contratación de menores y que, si el TAS[29] no la suspende, estará vigente hasta el año 2018. El análisis, como se ha dicho, es de muy corta duración: apenas dura 15 segundos de un vídeo que se extiende durante 1:24 minutos.

Como afirma María Escario, y a tenor de lo que se comprueba con este análisis, todavía existe machismo en el periodismo deportivo: "De otra manera, más sutil, si quieres, pero claro que existe. No se miran igual las noticias con protagonismo de mujeres que de hombres, salvo cuando hay una medalla o un podio de por medio. Entonces sí, entonces todos nos ponemos en la foto"[30]

3.2. Análisis cualitativo de las informaciones deportivas

A la invisibilidad de las deportistas en las informaciones que transmiten los medios, se le suma, además, una desigualdad en la calidad de los contenidos en comparación con aquellos referidos a sus homólogos masculinos. Así, en la mayoría de informaciones sobre deporte femenino, se pueden encontrar claramente expresiones y estereotipos sexistas que raramente aparecen en aquellas noticias versadas sobre deporte de carácter varonil.

Uno de estos estereotipos más presentes es el de belleza. Tal como destaca Pilar López Díez en su libro *Deporte y mujeres en los medios de comunicación*,

---

[29] Tribunal de Arbitraje Deportivo (por sus siglas en francés, *Tribunal Arbitral du Sport*)
[30] EFE (2015) *María Escario: "Claro que existe machismo en la información deportiva"*. 20 minutos [en línea] www.20minutos.es/noticia/2549557/0/maria-escario/claro-existe-machismo/informacion-deportiva/

mencionado en apartados anteriores, "el primero y más abundante es el estereotipo de la deportista como objeto sexual de deseo, de manera que aquellas deportistas bendecidas por la gracia de la belleza salen continuamente en los medios y consiguen mejores patrocinios aunque, a veces, no hayan ganado ni un gran premio. No importa, los medios destacarán cualquier aspecto deportivo o extraprofesional, incluso personal, para retener la atención de la audiencia masculina especialmente" (López Díez, 2011, pág. 27).

En este sentido, de las informaciones analizadas anteriormente, destaca, por ejemplo, la de "Sharapova no pedirá invitación y jugará la previa de Wimbledon". La tenista rusa es una habitual en los medios por ser una de las grandes de este deporte, pero también por su atractivo físico. Sin embargo, en un momento en que se estaba disputando el Masters 1.000 de Roma, tanto el cuadro masculino como el femenino, ¿era necesario destacar con tanta antelación la previa de Wimbledon –que no se disputa hasta el 3 de julio– de Sharapova? ¿Realmente no había noticias más importantes y de mayor actualidad que ésta? La prueba de su escasa relevancia reside en que ningún otro diario analizado recogió esta información.

En relación al estereotipo de belleza, la periodista Paloma Del Río tiene claro el trato desigual que sufren las deportistas mujeres con respecto a los hombres: "En vóley playa, por ejemplo, los chicos van con su camiseta y sus *pantaloncitos* y las chicas tienen que ir enseñando cuerpo. ¿Por qué? Si quieren que las chicas jueguen en tanga, genial. Pero que se lo pongan a los chicos también. Pero parece que con las mujeres siempre hay un factor de imagen, de carne, que va

más allá del deporte. Y el deporte es el deporte. Igual para hombres que para mujeres"[31].

Otro estereotipo que destaca Pilar López, y que se da en las informaciones analizadas, es el de la representación de la mujer por su estado civil y las referencias a su vida personal y familiar: "En las raras ocasiones en que las mujeres aparecieron en las noticias de Deportes, normalmente fueron presentadas de manera estereotipada como esposas o novias de deportistas famosos o como madres" (López Díez, 2011, pág. 35).

En el presente análisis, se puede observar cómo la noticia correspondiente a "La novia de Howard Webb será la primera mujer árbitro en la Bundesliga", publicada en el diario *Marca* en su versión digital, corrobora esta teoría. Tan solo basta leer el titular de la información para percatarse de que se confirma el estereotipo de la situación sentimental de la protagonista. Además, en el contenido de la información se destaca que "saltó a la fama cuando el defensa Peter Niemeyer (Hertha Berlín) le tocó los pechos accidentalmente durante el partido ante el Alemannia Aachen", una información de marcado carácter sexista que no resulta imprescindible ni relevante en la noticia, puesto que no corresponde a contenidos exclusivamente deportivos.

Comprobar si existe sexismo o no en la publicación de esta información es más fácil cuando se compara con otros medios. El diario *As*, por ejemplo, redactaba un titular de carácter más profesional, en el que la mujer era identificada por su nombre y apellido y no por ser 'la novia de': "Bibiana Steinhaus será la primera árbitra de la Bundesliga". En el contenido del artículo, la única referencia a la situación sentimental de la protagonista es contextualizar al lector aportando

[31] Ferrero, C. (2015) *"No creo que Del Bosque le diga a Ramos 'sé un hombre y ponme un gin tonic'"* en SModa, El País [en línea] http://smoda.elpais.com/moda/no-creo-que-del-bosque-le-diga-a-ramos-se-un-hombre-y-ponme-un-gin-tonic/ [mayo 2017]

que Steinhaus es "pareja de Howard Webb". La información se centra, acertadamente, en la trayectoria profesional y las declaraciones de la árbitra alemana.

En *Sport*, la misma noticia se redacta bajo el titular: "La Bundesliga tendrá una mujer árbitro"; un titular sencillo y directo, 'raso y al pie', del que no se desprende ninguna referencia sexista ni estereotipada. Una información muy acertada que se complementa aún más con un contenido de exclusivo carácter deportivo, sin ninguna relación a su estado civil; tan solo a su carrera profesional y a sus declaraciones. Perfecto. Informativamente hablando, un contenido que supera el análisis de género con creces.

Investigación aparte, quizá el ejemplo más descarado de sexismo en los medios deportivos sea la inclusión de secciones que nada tienen que ver con la información deportiva. Tres de los medios analizados anteriormente cuentan con algún apartado de este tipo, como se muestra a continuación:

- El diario *As* cuenta, entre sus secciones, con despieces dedicados a galerías fotográficas de mujeres ligeras de ropa, como por ejemplo "Las 10 chicas de AS más guapas de abril", e informaciones nada deportivas en que se destaca a la protagonista por sus atributos físicos o su vida social, como son los casos de "Edurne brilló en la cena del Manchester United" y "Jennifer Lawrence, pillada bailando en un club de striptease". Además, en su versión impresa, el diario cuenta con una contraportada claramente enfocada hacia su público masculino, donde aparece un posado sugerente de una mujer normalmente semidesnuda, que no tiene por qué pertenecer al mundo del deporte –puede ser simplemente una modelo o aficionada– y sobre la que se realizan comentarios de marcado carácter machista e, incluso, sexualizados.

- *Marca*, por su parte, cuenta con el espacio *Tiramillas*, una sección en la que son habituales las informaciones de mujeres –normalmente ajenas al mundo del deporte– en las que se destacan aspectos de sus atributos físicos exclusivamente. Entre las informaciones analizadas, se encuentran ejemplos como los titulares siguientes: "Jessica Chastain, la pelirroja más *sexy* del cine, se desnuda"; "Halle Berry, desnuda en Instagram a los 50 años" y "Ana Obregón se convierte en chica 'Playboy' a los 62 años".
- Y, por último, el diario *Sport*, que cuenta habitualmente con una sección en forma de blog titulada *Balón Rosa* y que contiene titulares tan discriminatorios como: "La conejita del Madrid da lecciones de sexo"; "Mia Khalifa: <<Te dejaré tocarme los pechos… si llegas>>" y "Inés Trocchia: la musa del Inter vuelve a destaparse", entre otros. Informaciones todas ellas que sí, sus protagonistas están directa o indirectamente relacionadas con el deporte; pero que, como se puede comprobar, no son informaciones deportivas en absoluto.

El periodismo deportivo, como afirma Rojas Torrijos, "no es solo objeto de crítica por la asimetría existente entre el espacio que otorga al hombre y el que deja a la mujer" (Rojas Torrijos, 2010, pág. 10), sino también por sus "contenidos que se apartan de lo estrictamente deportivo", como los que se acaban de mencionar. Y, aunque la información deportiva ha evolucionado mucho, todavía existen estereotipos referentes a la belleza de las protagonistas, su vida personal y familiar, su estado civil, sus características físicas y emocionales… y lenguajes sexistas y discriminatorios hacia la mujer en los contenidos de unos medios informativos que todavía son acusados de mantener la mentalidad androcéntrica tradicional.

3.3 La luz al final del túnel: medios de comunicación deportiva exclusivamente femenina

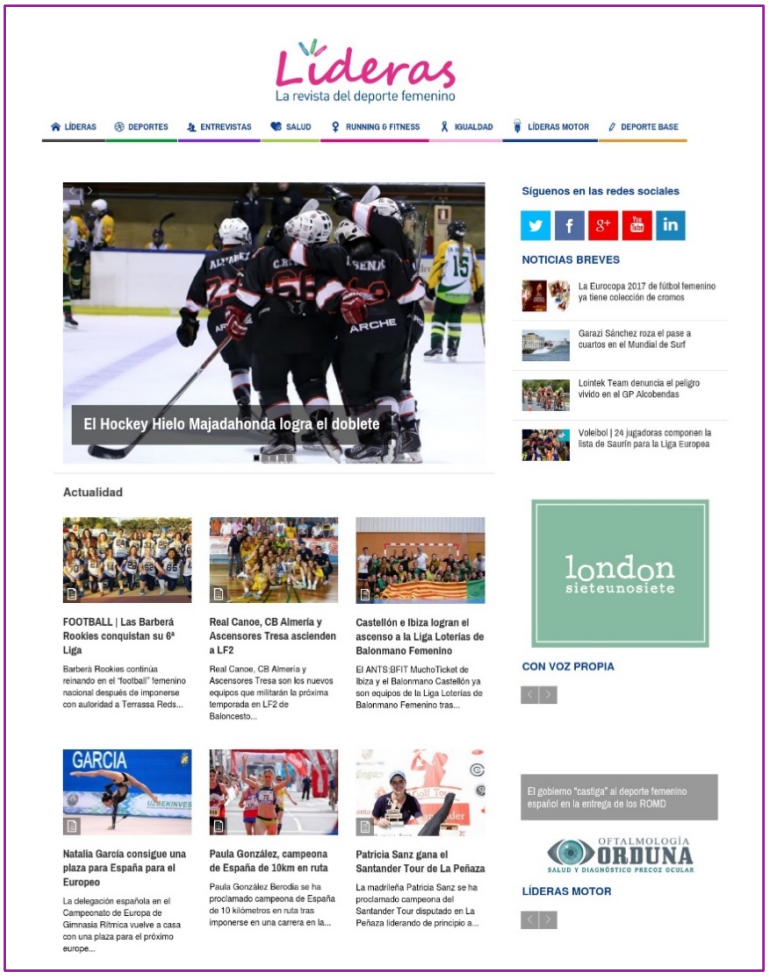
Analizando los medios de comunicación deportiva existentes en España, se observa que no hay ni uno solo en que la información sea exclusivamente de carácter femenino. Lo único que se encuentra en el mercado son revistas dirigidas a las mujeres en las cuales las referencias al deporte se realizan en el sentido de 'mantenerse en forma' y no en su vertiente más profesional.

Por ello, a fin de encontrar informaciones deportivas exclusivamente femeninas, la persona interesada debe recurrir o bien a las secciones específicas de cada uno de los medios de comunicación existentes, o bien a internet. Al parecer, la red es el único lugar donde las publicaciones de deporte protagonizado por la mujer tienen cabida.

Uno de los referentes es la revista digital *Líderas*[32], "la primera revista del deporte femenino en español que ofrece a sus lectores y seguidores en las redes sociales toda la información de nuestras deportistas en todos los ámbitos de la competición: élite, aficionado, base, universitario…"[33]. Se trata de un portal de internet en el cual el usuario puede encontrar tanto noticias y reportajes en profundidad, como artículos de opinión, entrevistas, informes, etc.; en definitiva, todo aquello relacionado con el deporte femenino. La revista *Líderas*, uno de los medios que lucha por ayudar a dar visibilidad al deporte femenino, cuenta con un diseño web muy atractivo en el que resulta fácil encontrar la información deseada, puesto que toda ella está ordenada en apartados o bloques claramente definidos. Además, incluye una sección de archivos

[32] Web de la revista *Líderas* [en línea] www.revistalideras.com [mayo 2017]
[33] Perfil de LinkedIn de *Líderas* [en línea] https://www.linkedin.com/company/l%C3%ADderas-la-revista-de-la-mujer-deportista-del-siglo-xxi?trk=company_logo [mayo 2017]

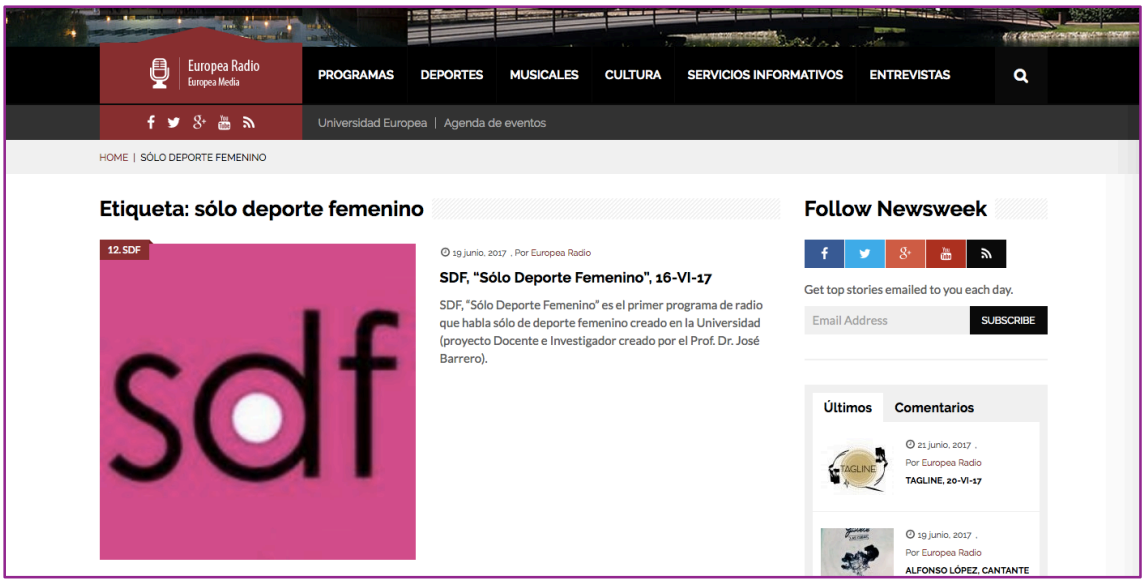
multimedia y de libros y publicaciones externas que aporta un plus a la web y hace que sea uno de los portales más completos sobre deporte femenino que se puedan encontrar en internet.



Fuente: Portal web de *Líderas*

Otro de los sitios web destacables en el ciberespacio es el proyecto de investigación *SDF – "Sólo Deporte Femenino"*, creado en septiembre de 2009 por la Universidad Europea de Madrid y apoyado por el Consejo Superior de Deportes (CSD). El proyecto, que nació como apoyo al deporte femenino "y creación de cultura de igualdad entre el alumnado de Periodismo y Comunicación de la Universidad Europea de Madrid a través de metodologías activas y el aprendizaje de competencias y valores", continúa a día de hoy emitiendo programas de radio semanalmente en los que todas las noticias

tratan exclusivamente de deporte femenino. En julio de 2013 presentaron su nueva iniciativa: SDF Tv, su propia emisión televisiva mediante la cual se pretendía "visibilizar a las mujeres en los distintos niveles de participación deportiva" a través de reportajes y entrevistas.[34] [35]



Fuente: Portal web Universidad Europea de Madrid - *SDF*

A título personal, también encontramos algunas webs que aportan su granito de arena a la visibilidad del deporte femenino. Es el caso de, por ejemplo, *Femenino Sport*, una web de actualización constante y que abarca todo tipo de deportes, desde los más comunes, como el fútbol y el baloncesto, hasta los menos frecuentes, como el béisbol, el softbol y el rugby. La peculiaridad de este portal reside, no obstante, en quien lo actualiza: la puesta al día corre a cargo de una sola persona y, a diferencia de lo que se pueda pensar de primeras, … es un hombre. Sí, un hombre. Rafael cuenta que "la web o blog está concebida como

[34] CSD. *Solo Deporte Femenino – SDF TV y SDF Radio* [en línea] http://www.csd.gob.es/csd/mujer-y-deporte/actividades-en-relacion-con-mujer-y-deporte/solo-deporte-femenino-sdf-tv-y-sdf-radio/ [mayo 2017]

[35] Europea Media – *Solo Deporte Femenino* [en línea] http://europeamedia.es/europea-radio/tag/solo-deporte-femenino [mayo 2017]

un hobby; lo que se publica (artículos, imágenes, entrevistas…) es sin ánimo de lucro". Sin embargo, pese a llevar el portal él solo, Rafael tiene la ayuda de algunas federaciones deportivas, medios y clubes que comparten sus noticias "bien vía *e-mail*, o bien compartiendo sus noticias de su web a la mía". [36]

Fuente: Sitio web *FemeninoSport*

En cuanto a las páginas web dedicadas a un solo deporte, no es difícil imaginar que las más abundantes son aquellas centradas en el que sigue siendo el deporte rey por excelencia: el fútbol. De entre todas ellas, destacan tres.

La primera se encuentra dentro del sitio web *Mujer y fútbol*, creado por la Asociación Española de Jugadoras de Fútbol, "una asociación sin ánimo de lucro, formada por Jugadoras de Fútbol y mujeres interesadas en el desarrollo del Fútbol Femenino en España a todos los niveles, tanto amateur como

[36] Portal web de *Femenino Sport* [en línea] http://femeninosport.260mb.net/es/ [mayo 2017]

profesional". Dicha asociación, que además cuenta "con el apoyo de la AFE[37]", incluye en su portal un enlace a su propio periódico digital en el que se comparten todas las actualizaciones del fútbol femenino, además de acceso a su programa de radio.[38] [39]

Fuente: Web de la Asociación Española de Jugadoras de Fútbol

Los otros dos portales se prestan a confusión por el parecido de sus nombres, pero son bien distintos entre sí. Se trata de los sitios web *FutFem.com* y *Futfem*.cat:

El primero, *FutFem.com*[40], tiene la apariencia más de blog que de otra cosa. En esta web se puede encontrar información referente tanto a distintos

[37] Asociación de Futbolistas Españoles http://afe-futbol.com/
[38] *Fútbol Femenino* [en línea] http://ffemenino.es/ [mayo 2017]
[39] *Mujer y fútbol* [en línea] https://mujeryfutbol.wordpress.com/nuestro-periodico/ [mayo 2017]
[40] Web de *Futfem* [en línea] www.futfem.com [mayo 2017]

campeonatos del fútbol tradicional femenino (Primera División, Segunda División, Copa de la Reina, fútbol internacional, etc.) como a los pertenecientes al fútbol sala, además de entrevistas y un apartado llamado *Biblioteca* a través del cual se acerca al usuario a publicaciones sobre fútbol femenino.

Fuente: Web *Futfem.com*

Por su parte, el portal *Futfem.cat*[41] –escrito, como su nombre indica, en catalán–, tiene una apariencia de estilo más profesional, con lo cual se asemeja más a un medio de comunicación digital que a cualquier sitio web creado por un aficionado. Sus contenidos incluyen todo tipo de informaciones de fútbol femenino tanto de Primera y Segunda categoría como de categorías inferiores, así como una sección de opinión, un bloque de Especiales y un apartado multimedia. El marcador con el resultado de los partidos de cada jornada proporciona al usuario una información muy visual y directa que siempre

[41] *Futfem.cat* [en línea] www.futfem.cat [mayo 2017]

resulta atractiva. Además, la web ofrece a los internautas la posibilidad de suscribirse gratuitamente a sus contenidos y recibir el resumen en sus teléfonos móviles cada domingo a las 22h.

Fuente: Captura de pantalla de la web Futfem.cat

A falta de medios de comunicación impresos de información deportiva exclusivamente de carácter femenino, la persona interesada no tiene más remedio que consultar las noticias en portales de internet. Los mencionados en estas líneas son, tan solo, algunos de los ejemplos encontrados.

4. LA MUJER COMO PROFESIONAL DEL PERIODISMO DEPORTIVO

4.1. Presencia de las periodistas deportivas en los medios de comunicación

La invisibilidad de la mujer en los medios de comunicación deportivos españoles no afecta únicamente a las deportistas protagonistas de la información. La desigualdad de género también se puede observar si se centran las investigaciones en el papel de las mujeres periodistas deportivas y el rol que ocupan dentro de la empresa mediática.

A pesar de estar en el siglo XXI, en una supuesta sociedad avanzada, cierto machismo todavía parece reinar en la comunicación deportiva, una especialidad en la que la mujer se ve doblemente afectada: en primer lugar, porque accede a un tipo de periodismo tradicionalmente controlado por hombres; en segundo, porque accede al deporte, un ámbito de marcada tradición androcéntrica, también.

Y no es que lo afirme la presente investigación. Son muchas las voces del periodismo deportivo que reivindican una igualdad de género que, a día de hoy, sigue siendo más una quimera que una realidad en los medios de comunicación deportivos en España.

Voces autorizadas como la de Paloma Del Río, periodista deportiva de TVE, que considera que el deporte "era […] y sigue siendo" machista. "Hay mucho discurso de 'apoyo a las mujeres' pero a la hora de la verdad, las grandes oportunidades siempre se las dan a los chicos. Nosotras curramos como las que más y tenemos las mismas capacidades de análisis o sacrificio que ellos, pero en

la mayoría de las cadenas son los tíos los que mandan" (Ferrero, 2015), asegura. Unas declaraciones refrendadas por Chus Galán, periodista de la cadena pública *Telemadrid*, quien afirma que "a los grandes eventos deportivos sólo mandan a los hombres"[42].

En una línea similar se sitúa María Escario, una de las pioneras del periodismo deportivo femenino español, quien considera que en el momento en que ella empezó "era muy difícil abrirse camino siendo mujer, porque aquello era un terreno acotado para hombres, prohibido a las mujeres" y que le dijeron que se dedicara "a deportes de mujeres por aquello de 'niña, no molestes mucho'" (EFE, 2015).

Todo ello a pesar de que las mujeres siguen siendo mayoría, tanto en las facultades de comunicación de las distintas universidades españolas como en muchas de las redacciones de los grandes medios de comunicación. Sin embargo, en el periodismo, como en cualquier otra profesión, el 'techo de cristal' impide a gran parte del género femenino evolucionar en su profesión y acceder a puestos directivos. Dicho de otro modo, en palabras de María Rey, directora y presentadora de informativos de Antena3: "La cuestión es que, todavía, en los consejos de Administración y en las cúpulas de las empresas, también las informativas, sigue habiendo mayoría abrumadora de hombres. Nos siguen dirigiendo ellos. Ese es el tema"[43].

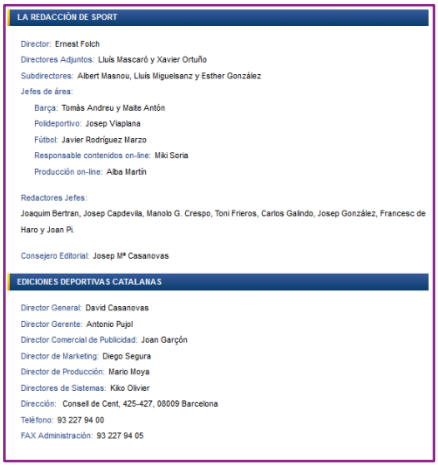
De hecho, si se consultan distintos organigramas de medios deportivos, las mujeres prácticamente no figuran en los puestos directivos de la empresa, como

---

[42] Morán, J. (2010) *El machismo en el periodismo deportivo, a debate en la Complutense* [en línea] http://blogyahoraque.blogspot.com.es/2010/04/periodismo-deportivo-cosa-de-mujeres.html [mayo 2017]

[43] Sánchez León, A. (2017) *"En el periodismo la mujer se reivindica con su trabajo diario"*. El Confidencial Digital [en línea] http://www.elconfidencialdigital.com/medios/periodismo-mujer-reivindica-trabajo-diario_0_2873112682.html [mayo 2017]

se puede apreciar en las siguientes imágenes correspondientes a los equipos de los diarios *Sport, Marca* y *Marca* en su versión digital:



LA REDACCIÓN DE SPORT

Director: Ernest Folch
Directores Adjuntos: Lluís Mascaró y Xavier Ortuño
Subdirectores: Albert Masnou, Lluís Miguelsanz y Esther González
Jefes de área:
Barça: Tomàs Andreu y Maite Antón
Polideportivo: Josep Viaplana
Fútbol: Javier Rodríguez Marzo
Responsable contenidos on-line: Miki Soria
Producción on-line: Alba Martín

Redactores Jefes:
Joaquim Bertran, Josep Capdevila, Manolo G. Crespo, Toni Frieros, Carlos Galindo, Josep González, Francesc de Haro y Joan Pi.

Consejero Editorial: Josep Mª Casanovas

EDICIONES DEPORTIVAS CATALANAS

Director General: David Casanovas
Director Gerente: Antonio Pujol
Director Comercial de Publicidad: Joan Garçón
Director de Marketing: Diego Segura
Director de Producción: Mario Moya
Directores de Sistemas: Kiko Olivier
Dirección: Consell de Cent, 425-427, 08009 Barcelona
Teléfono: 93 227 94 00
FAX Administración: 93 227 94 05

Fuente: Sport.es

MARCA

PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO
VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI
DIRECTOR GENERAL JAVIER CABRERIZO
DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES AURELIO FERNÁNDEZ LOZANO
DIRECTOR JUAN IGNACIO GALLARDO

Subdirectores GERARDO RIQUELME, CARLOS CARPIO, EDUARDO GARCÍA, EMILIO CONTRERAS
Redactores Jefe ROBERTO PALOMAR, JUAN CARLOS DÍAZ, JAVIER DOMÍNGUEZ, JOSÉ MARÍA RODRÍGUEZ, JOSÉ FÉLIX DÍAZ, FERNANDO CARNERERO, HUGO CEREZO, GERMÁN PIZARRO, JAVIER RODRÍGUEZ, RAÚL VARELA, RAFAEL SAHUQUILLO

Director general de Publicidad JESÚS ZABALLA
Director gerente ALOYSIO ARAUJO DE ALBURQUERQUE
Marketing GEMA MONJAS
Director de Publicidad Área prensa ARANTXA SÁNCHEZ

Fuente: Marca.com

MARCA | MARCA.COM | RADIOMARCA

DIRECTOR
JUAN IGNACIO GALLARDO
SUBDIRECTOR
EMILIO CONTRERAS
REDACTORES JEFE
JAVIER DOMÍNGUEZ
JOSÉ FÉLIX DIAZ
HUGO CEREZO
JEFES DE SECCIÓN
DAVID PADILLA
FRANCISCO VILLALOBOS
PABLO DÍAZ
JEFA AUDIOVISUAL
YOLANDA SANTANDER
PUBLISHER
FABIO NAPOLI
DIRECTORA DE MARKETING
GEMA MONJAS

REDACCIÓN | PUBLICIDAD | TECNOLOGÍA

Coordinador SEO
GAIZKA ETXEBERRIA
Redactores
GUILLERMO GARCÍA
DIEGO ACEDO
ENRIQUE BERNAOLA
PABLO BROTONS
TOMÁS CAMPOS
ENRIQUE CORBELLA
PABLO DÍAZ
PABLO EGEA
JAVIER ESTEPA
JAVIER FDEZ. BORRELL
GREGORIO GARCÍA
MIGUEL ÁNGEL GARCÍA
FRANCISCO JAVIER GÓMEZ
RUBÉN JIMÉNEZ
JOSÉ CARLOS JURADO
MANUEL MALAGÓN
GLORIA MARTÍN
DELFÍN MELERO
DAVID MENAYO
ÁLVARO OLMEDO
JAIME RINCÓN
ÁLVARO ROCA
MARÍA VALERO
FRANCISCO VILLALOBOS
DANIEL G. LIFONA
ÁNGEL LUIS DÍAZ
Editor Jefe Tiramillas.net
CARLOS SACRISTÁN
Audiovisual
JOSEBA ARROYO
MARTA GARCÍA
ALBERTO ORTEGA
IÑAKI REDONDO
LOURDES LÓPEZ
RODOLFO ESPINOSA
FRANCISCO VILLEGAS
Coordinador Diseño
EMILIO ALCALDE
Diseño
CARLOS AGUILERA
ANDREA DELGADO
RAÚL ESCUDERO
JORJU LATORRE
Redes Sociales
ALBERTO BENITEZ
ALEJANDRO FERNANDEZ
MONTSERRAT LORENZO
PABLO M. OTERO
Redactor Jefe Infografía
GERMÁN PIZARRO
Infografía
TOMÁS ALHAMBRA
ANTONIO BARRADO
MARTINA GIL
RUBÉN GIMENO
LUIS INFANTE
ELSA MARTÍN
SOFÍA VALGAÑÓN
JUAN CARLOS FERNÁNDEZ
MIGUEL ÁNGEL CARBONERO

Para contactar con la redacción de MARCA.com: marca.com@unidadeditorial.es

Fuente: Marca.com

4.2. Sexismo en los medios: la mujer periodista, ¿profesional, o "mujer florero"?

Más allá de la presencia femenina en los medios, existe otra cuestión añadida que en los últimos años se ha puesto de relevancia: ¿a las periodistas se les tiene en consideración por sus capacidades comunicativas, o por su físico?

Según Mónica Planas, crítica televisiva columnista de *Mundo Deportivo*, en el periodismo deportivo existe un tipo de machismo "que exige a las periodistas ser además modelos de pasarela; […] que prioriza el físico al talento". Es decir, "priorizar la pantalla a una mujer bella que a un periodista más capaz".[44] Es algo que se puede comprobar día tras día en los programas deportivos, tanto informativos como de entretenimiento. En ellos, las presentadoras y colaboradoras suelen cumplir unos determinados requisitos, básicamente los de ser jóvenes y atractivas. Si se repara en las mujeres que forman parte del plantel de estos programas, todas ellas responden al prototipo de jovencitas, con cuerpo espectacular, 'resultonas', llamativas… Sus atributos físicos tienen más importancia que sus cualidades como comunicadoras. Son, sin duda, las 'caras bonitas' de la información deportiva.

Sin ir más lejos, si se busca 'periodistas deportivas' en un buscador de internet como, por ejemplo, Google, una de las sugerencias que nos propone la web es 'periodistas deportivas más guapas'.

La comunicación deportiva sigue siendo, actualmente, un entorno concebido 'para hombres'. Los grupos mediáticos saben que su audiencia principal es de género masculino y 'utilizan' a la mujer como reclamo. En la información

---

[44] Number 1 Sport. *Machismo y periodismo deportivo, por Mónica Planas* [en línea] www.number1sport.es/los-blogs-opina/machismo-y-periodismo-deportivo-2/ [mayo 2017]

deportiva se produce, por tanto, una cosificación de la mujer. El papel principal de muchas de las colaboradoras no es el de participar en las informaciones o contenidos del programa, sino el de actuar como reclamo a esa audiencia predominantemente masculina que consume los espacios deportivos. Ejemplo de ello es, sin ir más lejos, la periodista Laura Gadea, responsable del seguimiento de las redes sociales en *El chiringuito de jugones* (MEGA), el programa presentado por Josep Pedrerol. La colaboradora aparece por momentos en la pequeña pantalla, pero siempre explotando su físico atractivo y su sugerente vestimenta y ejerciendo un rol de 'mujer florero', no como periodista activa que participa en los contenidos de la emisión.

Reforzando la teoría de que en televisión prima el aspecto físico, María Rey considera que "las mujeres veteranas […] siguen siendo una excepción. Se siguen buscando chicas de 25" (Sánchez León, 2017). Para Paloma del Río, por su parte, "no se debería valorar tanto la belleza femenina porque a un hombre no le miran la cara bonita para ponerlo a presentar. Está claro que si es atractivo y tiene buena presencia suma puntos, pero habría que mirar la preparación, la inteligencia…" (Ferrero, 2015).

Hace un tiempo, en el programa *Gent de paraula* (La 2), Olga Viza realizaba estas declaraciones: "El problema son los *croupiers* que reparten el juego periodístico. Se respira un aire involutivo. Es puro machismo. Hay una ley no escrita que dice que si se contrata a una mujer tiene que ser una mujer estupenda", al tiempo que aseguraba que "conozco periodistas guapísimas que hacen su trabajo informativo admirablemente bien, pero conozco también a muchas,

muchísimas periodistas estupendas que no son guapas y que no pueden trabajar. […] La talla está dentro de la cabeza, no en el cuerpo"[45]

El papel de la mujer periodista, por tanto, parece estar más vinculado a sus características físicas que a su labor periodística. Las búsquedas en Google son un claro indicativo: inserten el nombre de cualquier periodista deportiva y obtendrán más resultados acerca de su vida personal y su aspecto físico que de su trayectoria profesional. Entre los resultados más relevantes, el usuario podrá encontrar, incluso, *rankings* de 'las periodistas más *sexys* de la televisión' o de 'los mejores escotes', entre otros. Una muestra más del todavía vigente machismo que rige en el periodismo deportivo español.

4.3. Las grandes periodistas deportivas en España

Hablar de periodismo deportivo en España significa abrir la presente sección de este trabajo de investigación con el nombre de la periodista referencia que marcó un antes y un después en la información deportiva del país: María del Carmen Izquierdo. La comunicadora burgalesa fue una auténtica pionera en un área de la información que, debido a la concepción androcéntrica del deporte, tradicionalmente ha sido considerada 'cosa de hombres'.

Tras su graduación en la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid, Izquierdo comenzó su trayectoria profesional como redactora en el diario *As*. Un año más tarde, la periodista firmó por Televisión Española (TVE), convirtiéndose así en la primera mujer que informó sobre deportes en la pequeña pantalla en España, en un principio en el telenoticias *24 horas* dirigido por Manuel Martín Ferrand

[45] Monegal, F. (2012) *Solo contratan a las guapas*. El Periódico de Catalunya [en línea] www.elperiodico.com/es/noticias/tele/solo-contratan-las-guapas-1992401 [mayo 2017]

y, más tarde, en los espacios deportivos *Estudio Estadio* y la propia sección de Deportes del *Telediario* de la cadena.

Como periodista deportiva, Mari Carmen Izquierdo cubrió distintos acontecimientos como Juegos Olímpicos, Mundiales y Europeos de fútbol, entre otros deportes. En 1987, ascendió al cargo de Jefa de Deportes de Radiocadena Española (RCE), una cadena de radio española de titularidad pública integrada en RTVE, cuyas emisoras pasaron posteriormente a formar parte de Radio Nacional de España (RNE); y en posteriores años ocupó los cargos de subdirectora de la revista *Gráfico Deportivo* y cargos ejecutivos en TVE.

Miembro del Comité Olímpico Español (COE) y jurado del premio Príncipe de Asturias de los Deportes (actualmente llamados Princesa de Asturias), durante 20 años presidió la Asociación Española de la Prensa Deportiva, hasta 2013, momento en que anunció que ponía fin a su cargo y no se presentaría a la reelección.[46]

Fuente: Blog *Carta de ajuste*

[46] Laverdad.es (2013) *Mari Carmen Izquierdo dice adiós* [en línea] http://www.laverdad.es/murcia/v/20130216/deportes_murcia/mas-deporte/mari-carmen-izquierdo-dice-20130216.html [mayo 2017]

Tras la irrupción en el espacio deportivo de Mari Carmen Izquierdo, muchas han sido las periodistas que han querido abrirse también un hueco en un mundo tan tradicionalmente machista. Al pensar en periodismo deportivo, quizá uno de los primeros nombres que vienen a la cabeza es el de María Escario, toda una referente nacional en dicha rama de la comunicación.

La periodista madrileña se aferró a un deporte considerado femenino, la gimnasia rítmica, para intentar abrirse camino en un terreno tan reservado para hombres que el hecho de ver una periodista deportiva mujer transmitiendo las informaciones todavía se antojaba complicado. En sus propias palabras, Escario recuerda que "cuando llegué a la redacción de deportes de TVE, me di cuenta de que los deportes estrellas –los más mayoritarios– estaban absolutamente copados por hombres" (EFE, 2015). Sin embargo, la periodista consiguió su propósito y tras seis meses trabajando en televisión, retransmitió su primer mundial.

En su bagaje profesional, María Escario cuenta con haber presentado programas tales como *Estudio Estadio* y *Estadio 2,* así como la sección deportiva de los informativos de TVE. En el año 2014, tras haber estado casi 30 años en pantalla en primera línea, fue cesada de su puesto en el telediario y pasó a encargarse de *Enfoque*, una pequeña sección de reportajes deportivos incluida en el Telediario nocturno de La 1 de TVE.

Fuente: Wikimedia Commons

Otro nombre con fuerza en el periodismo deportivo es el de Olga Viza. A diferencia de las anteriores, sin embargo, la trayectoria profesional de la periodista barcelonesa es más variada. Sin haber terminado aún sus estudios de periodismo, Viza debutó en la pequeña pantalla en el espacio *Polideportivo* de Televisión Española en 1978, en el cual se mantuvo hasta 1981.

En los años siguientes, y aunque principalmente se dedicó a la información deportiva, alterna su especialidad con programas de distintos tipos, como el espacio musical *Exterior de día*. A mediados de los años '80, retoma el deporte en el *Telediario* y en *Estadio 2*, programa desde el que puede narrar algunos de los acontecimientos deportivos más importantes de la época, como Mundiales de fútbol o los Juegos Olímpicos de Barcelona '92, entre otros. De hecho, y a pesar de sus incursiones en otros formatos, en su carrera profesional destaca su especialidad en deportes: Olga Viza cuenta a sus espaldas con las retransmisiones de seis Juegos Olímpicos, Mundiales de fútbol, pruebas del Campeonato del Mundo de Motociclismo y también del Campeonato del Mundo de Fórmula 1, torneos de gimnasia, tenis e, incluso, golf.

En 2007, la periodista galardonada con el Premio Ondas "por su naturalidad en la comunicación de informaciones"[47] completó su trayectoria deportiva fichando por el periódico *Marca*, en el que publicaba una entrevista semanal. En 2009 regresó a la televisión al incorporarse a las filas de la cadena autonómica Aragón TV.

Fuente: Flickr

Quizá la veterana del deporte más desconocida sea Paloma del Río. La periodista madrileña llegó a TVE como becaria de deportes en 1986 y desde entonces no se ha movido de la cadena pública. Pocas personas son capaces de ponerle cara de primeras, pero muchas le reconocerían por la voz… porque Del Río es 'la voz' de la gimnasia y del patinaje artístico en España.

Su andadura en las retransmisiones deportivas comenzó en marzo de 1987 con un partido de tenis de mesa en el Torneo Iberoamericano de Sevilla[48]. Un mes más tarde, sustituyó a María Escario –que pasaba a presentar telediarios– cubriendo el Campeonato de España de Gimnasia Rítmica y, más adelante, a

[47] Elpais.com (1995). *Los Ondas de 1995 apuestan por la creatividad en los programas de radio y televisión* [en línea] http://elpais.com/diario/1995/11/03/radiotv/815353224_850215.html [mayo 2017]

[48] Del Río, P. (2015) *Enredando en la memoria*. Ed. Libros.com

Olga Viza para retransmitir gimnasia artística. Desde 1994, también es la voz que comenta las informaciones de patinaje artístico.

Especialmente volcada en las pruebas olímpicas, Paloma del Río ha ocupado los cargos de directora y subdirectora de diferentes programas deportivos de TVE. En 2008, fue editora del programa *Olímpicos ADO-2008* y de los JJ.OO. de Pekín del mismo año. No en vano, es una de las profesionales con más citas olímpicas en su historial profesional: ocho de verano y seis de invierno, desde que iniciase su andadura en los JJ.OO. de Seúl 1988. Además, ha cubierto más de cincuenta campeonatos de Europa y del Mundo de gimnasia y patinaje artístico e, incluso, de hípica.

En 2015, el Consejo Superior de Deportes (CSD) le concedió la Medalla de Oro de la Real Orden del Mérito Deportivo por fomentar el deporte minoritario, siendo así Del Río la primera mujer periodista en recibirla[49] [50].

Fuente: Google Imágenes

[49] Twitter oficial Mujer y Deporte CSD (2015). *Anuncio de la concesión de la Medalla de Oro de la Real Orden del Mérito Deportivo* [en línea] http://twitter.com/myd_csd/status/638324857239961600 [mayo 2017]

[50] RTVE.es (2015). *Paloma del Río, Medalla de Oro al Mérito Deportivo del Consejo Superior de Deportes* [en línea] www.rtve.es/rtve/20150831/paloma-del-rio-medalla-oro-merito-deportivo-del-consejo-superior-deportes/1209384.shtml [mayo 2017]

Otra cara desconocida en su faceta deportiva es Mercedes Milá. Porque, cuando se menciona el nombre de Mercedes Milá, uno no puede evitar asociarlo, indiscutiblemente, al famoso *reality* de *Telecinco*: *Gran Hermano*; a pesar de que la periodista se desligó recientemente del proyecto por cansancio profesional. Es algo inevitable, sus quince temporadas presentando el famoso concurso hacen que su imagen y su nombre vayan intrínsecamente ligados al formato.

Sin embargo, los inicios de la versátil periodista distan mucho de las características de sus últimos trabajos realizados. Pocos conocen que Mercedes Milá empezó su trayectoria profesional en el periodismo deportivo, concretamente como redactora en las secciones deportivas de la revista *Don Balón,* antes de dar su salto al mundo de la radio de la mano de Luis del Olmo en el programa *A toda radio*. A continuación, pasó a formar parte de los informativos de Televisión Española para, meses después, integrarse en la redacción de deportes de la cadena, trabajo que compaginaba con su presencia en las ondas.

La periodista catalana nunca ha ocultado su pasión por el deporte, especialmente por los deportes de motor, y fue precisamente el motor quien le reportó sus mayores éxitos. Como periodista, llegó a cubrir tres ediciones del Mundial de Motociclismo y a entrevistar a pilotos de renombre de la época como, por ejemplo, el 12+1 veces campeón del mundo Ángel Nieto, o el piloto de Fórmula 1 Niki Lauda.[51]

[51] Telecinco.es (2012). *Hablamos de motos con… Mercedes Milá* [en línea] http://www.telecinco.es/mqc/Hablamos-motos-conMercedes-Mila_2_1445880066.html [mayo 2017]

Fuente: Google Imágenes

Izquierdo, Escario, Viza, Del Río, Milá… son solo algunos ejemplos de las grandes periodistas españolas que han apostado en su trayectoria profesional por el deporte; precursoras y periodistas referencia para nombres actuales como los de Sara Carbonero, Irene Junquera, Susana Guasch, Sandra Sabatés e Izaskun Ruiz, entre otras. Pasado y presente, dos maneras de hacer un periodismo deportivo que ha cambiado con los años: antes primaban las informaciones, ahora quizá prima demasiado el físico de la presentadora antes que la noticia. Los tiempos cambian, parece ser.

CONCLUSIONES

En conclusión, tras las investigaciones realizadas a lo largo del presente Trabajo de Fin de Grado, y una vez realizada la comprobación e interpretación de los resultados obtenidos, se puede afirmar que la mujer sí está infrarrepresentada en los medios de comunicación españoles de información deportiva, tanto en su papel de deportista de élite como en su rol de comunicadora.

Al inicio de la investigación, dentro del apartado "1. Metodología" de este estudio, se planteaban tres hipótesis que debían ser corroboradas o refutadas a tenor de los resultados obtenidos. Todas ellas quedan confirmadas de la manera siguiente:

- H1: El deporte femenino es prácticamente invisible en los medios de comunicación españoles.

  El análisis de los contenidos de los principales medios de comunicación deportivos digitales del país (*As, Marca, Mundo Deportivo* y *Sport*) y de los principales programas televisivos (*Deportes Cuatro* y *Jugones*) y radiofónicos (*Carrusel Deportivo*) determina que la presencia de la mujer con respecto a su homólogo masculino es muy escasa.

  En el cómputo global de las informaciones examinadas (535 noticias), las deportistas femeninas apenas son protagonistas en 26 de los contenidos, representando así tan solo un 4'86% del total, una cifra demoledora que es incluso menor a la obtenida por informaciones en las que los protagonistas no corresponden a ningún género determinado (76 noticias / 14'21%).

  Estos resultados reflejan una realidad que no debe considerarse como un asunto banal, puesto que es un problema que no solo presenta una difícil

solución, sino que se retroalimenta. La invisibilidad del deporte femenino en los medios provoca la falta de referentes deportivos y 'modelos a imitar' entre las chicas, muchas de ellas futuras deportistas que se preguntarán si realmente merece la pena dedicarse a una profesión donde se valora tan poco el papel de la mujer y donde los logros deportivos femeninos pasan sin pena ni gloria por los medios de comunicación.

- H2: Las informaciones deportivas de los medios de comunicación especializados españoles están, básicamente, firmadas por periodistas masculinos.

Según los organigramas de los principales medios de información deportiva en España, las redacciones de estas empresas siguen estando en su mayoría formadas por periodistas hombres. A pesar de que en los últimos años se han hecho progresos en pro de la igualdad de género también en el trabajo y de que la mujer es cada vez más libre y está menos vetada en el acceso a determinados ámbitos sociales, todavía impera en las redacciones españolas el concepto de que 'la mujer no entiende de deporte', esa visión androcéntrica heredada de los comienzos de la historia del deporte.

Aunque en las facultades de comunicación hay un importante número de alumnas, en ocasiones incluso mayoría por encima de los chicos, esta situación no queda reflejada después en el mundo laboral. A día de hoy, todavía se dan casos de machismo en el terreno profesional que pretenden relegar a la mujer a un segundo plano, como si no estuviera tan capacitada como lo puede estar un hombre para ejercer esa misma profesión. Comentarios como los de Hugo Gatti, más conocido como el 'Loco' Gatti, ex futbolista argentino y colaborador del programa *El Chiringuito de Neox*, en los que insta a las mujeres "a lavar los platos" porque, según su parecer, "las

mujeres no entienden de fútbol"[52] no hacen más que evidenciar que, aunque se esté luchando mucho por conseguir una equidad hombre-mujer en los medios de comunicación, lo cierto es que esa igualdad es todavía más una mera utopía que una realidad *per se*.

A día de hoy, la mujer aún no ha ocupado el mismo escalafón que sus homólogos masculinos en las empresas comunicativas deportivas de este país, sigue estando un nivel por debajo en su consideración profesional, lo que demuestra y refuerza la teoría de que aún queda mucho trabajo por hacer en el terreno de la lucha por la igualdad.

- H3: En las informaciones deportivas donde la protagonista es una mujer, se utiliza un lenguaje sexista y estereotipado que no es utilizado en contenidos informativos donde el protagonista es un deportista varón.

Como se puede apreciar a raíz de las informaciones analizadas en que las protagonistas del contenido son deportistas femeninas, la mujer no recibe el mismo trato que sus homólogos masculinos por parte de los medios de comunicación. En aquellas informaciones deportivas protagonizadas por féminas, el contenido incluye lenguaje y expresiones sexistas y de trato desigual entre géneros.

Así, en las noticias en las que el sujeto principal de la acción es una mujer, se puede observar cómo, de manera generalizada, la redacción incluye referencias a estereotipos y aspectos relacionados con, por ejemplo, el físico de la deportista, su belleza, su estado civil, su situación personal, la vida familiar que lleve o deje de llevar, etc.; cuando lo que debería primar son los

[52] Sotos, E. (2017) *El machismo convierte al Chiringuito de Jugones en 'un campo de nabos'*. Código Nuevo [en línea] http://www.codigonuevo.com/machismo-chiringuito-jugones/ [mayo 2017]

contenidos de carácter exclusivamente informativo relacionados con lo estrictamente deportivo y el ejercicio de su profesión.

Además, en muchas ocasiones la mujer deportista se encuentra en constante comparación con el deportista hombre y no es extraño encontrar informaciones en las que el género femenino queda devaluado con respecto a los varones, tanto por sus condiciones físicas como mentales. La visión androcéntrica del deporte ha introducido en el imaginario común que el hombre es el fuerte y la mujer la débil, en todos los sentidos, pero aún más especialmente en el deporte. De este modo, para los medios de comunicación, las deportistas siempre tienen menos fuerza que los hombres, pelean menos y son menos guerreras que los hombres, se rinden antes que los hombres, no tienen tanto aguante físico como los hombres, son más sensibles física y emocionalmente que los hombres… y un largo etcétera.

Se observa, por tanto, un trato en cierto modo discriminatorio de la mujer en el ejercicio de su profesión deportiva que parece, a priori, muy complicado de erradicar.

La presencia de la mujer en el periodismo deportivo concluye, por consiguiente, en que en los medios de comunicación deportiva españoles sí existe la invisibilidad de la mujer que la presente investigación pretendía demostrar en el establecimiento de sus objetivos. Tanto a nivel comunicativo como en su papel de protagonista de las informaciones, la mujer no obtiene la misma cuota de presencia que sus homólogos masculinos y queda infrarrepresentada e infravalorada a nivel social. La lucha por la igualdad y, sobre todo, la equidad entre géneros sigue estando abierta tanto en la sociedad actual como en las venideras; sociedades que deberán trabajar por erradicar la visión androcéntrica que a día de hoy aún reina en el deporte.

BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

AIMC (2017, 19 de abril). "Entrega de resultados EGM 1ª ola 2017". www.aimc.es/Entrega-de-resultados-EGM-1ª-ola,1945.html [22/04/2017]

Alcoba, A. (2001). *Enciclopedia del deporte*. Madrid: Librerías deportivas Esteban Sanz, S.L.

Antena3 - El Hormiguero (2017). "¿Hay espacio para la mujer en el mundo de la competición deportiva?". *Youtube.com* [en línea] https://www.youtube.com/watch?v=9wtIZtNMEKo [mayo 2017]

Castilla, A.; Linares, E. *El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo* https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/26609/tfgperelpapeldelamujer.pdf?sequence=1 [23/04/2017]

Cazón, P. (2013). "Cuando empecé era inviable ser mujer y periodista deportivo". *As.com* [en línea] http://futbol.as.com/futbol/2013/11/18/mas_futbol/1384742561_126495.html [mayo 2017]

CIS (2010). *Avance. Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010*. CIS – Consejo Superior de Deportes.

Consejo Superior de Deportes (CSD) "Solo Deporte Femenino – SDF TV y SDF Radio" [en línea] http://www.csd.gob.es/csd/mujer-y-deporte/actividades-en-relacion-con-mujer-y-deporte/solo-deporte-femenino-sdf-tv-y-sdf-radio/ [mayo 2017]

Consejo Superior de Deportes (CSD) (2015). "Memoria 2015 – Cargos federativos" [PDF] http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/asoc-fed/2015-2.Cargos_Federativos.pdf [mayo 2017]

Consejo Superior de Deportes (CSD) (2015). "Memoria 2015 – Deportistas" (pág. 3) [PDF] http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/asoc-fed/2015-3.Deportistas.pdf [mayo 2017]

Consejo Superior de Deportes (CSD) (2015). "Memoria 2015 – Resumen General" [PDF] http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/asoc-fed/2015-1.Resumen_General.pdf [mayo 2017]

De Villa Molina, M.M. (2017, marzo). "La historia de las mujeres en las olimpiadas". *Revista Con la A* (núm. 50) [en línea] http://conlaa.com/la-historia-de-las-mujeres-en-las-olimpiadas/ [mayo 2017] ISSN 2254-268X

Del Río, P. (2015) *Enredando en la memoria*. Ed. Libros.com

EFE (2015) "María Escario: "Claro que existe machismo en la información deportiva"". *20 minutos* [en línea] www.20minutos.es/noticia/2549557/0/maria-escario/claro-existe-machismo/informacion-deportiva/

ElPais.com (1995). "Los Ondas de 1995 apuestan por la creatividad en los programas de radio y televisión" [en línea] http://elpais.com/diario/1995/11/03/radiotv/815353224_850215.html [mayo 2017]

Europea Media – "Solo Deporte Femenino" [en línea] http://europeamedia.es/europea-radio/tag/solo-deporte-femenino [mayo 2017]

Faginas, S. (2016) "Tengo una base de datos en la cabeza". *La voz de Galicia* [en línea] http://www.lavozdegalicia.es/noticia/yes/2016/10/01/base-datos-cabeza/0003_201610SY1P22991.htm [mayo 2017]

Ferrero, C. (2015) "No creo que Del Bosque le diga a Ramos 'sé un hombre y ponme un gin tonic'" en *SModa, El País* [en línea] http://smoda.elpais.com/moda/no-creo-que-del-bosque-le-diga-a-ramos-se-un-hombre-y-ponme-un-gin-tonic/ [mayo 2017]

Fumero Gutiérrez, S. J. (2016). *Periodismo deportivo: el papel secundario de la mujer periodista* [PDF] http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/3578

Fútbol Femenino [en línea] http://ffemenino.es/ [mayo 2017]

Futfem.cat [en línea] www.futfem.cat [mayo 2017]

Gallego Noche, B.; Estebaranz García, A. *Mujeres que abren camino en el deporte: factores influyentes en las situaciones de igualdad y discriminación* [PDF] http://www.mujerydeporte.org/documentos/docs/MUJERES%20QUE%20ABREN%20CAMINO%20EN%20EL%20DEPORTE%20FACTORES%20INFLUYENTES%20EN%20LAS%20SITUACIONES%20DE%20IGUALDAD%20Y%20DISCRIMINACI%C3%93N.pdf [mayo 2017]

Gil Gascón, F.; Cabeza Deogracias, J. (2012, febrero). "Pololos y medallas: la representación del deporte femenino en NO-DO (1943-1975)". [PDF]

https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/40606/38923 [mayo 2017]

Gimeno Alacreu, B. (2014, septiembre). "El techo de cristal deportivo" [en línea] https://eixamestudis.wordpress.com/2014/09/25/el-techo-de-cristal-deportivo/ [mayo 2017]

Gómez Colell, E. (2015). "Adolescencia y deporte: ausencia de referentes femeninos en los medios para las adolescentes". *Apunts – Educació física i esports* (núm. 122, 4º trimestre (octubre-diciembre), págs.. 81-87). España. [PDF] http://www.revista-apunts.com/es/hemeroteca?article=1714

Guerra, A. (2012) "El fútbol ya no es una 'cuestión de pelotas'". *MujerHoy.com* [en línea] http://www.mujerhoy.com/hoy/mujeres-hoy/futbol-cuestion-pelotas-687123072012.html [mayo 2017]

Jiménez Morales, R. (2015, junio). *El deporte femenino español en los Juegos Olímpicos* [PDF] Consejo Superior de Deportes (CSD). http://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:7aa457c3-2ecc-4eff-aff7-286ae022fc65/Deporte_Femenino_JJOO.pdf [mayo 2017]

Junguitu, M. (2014) "El papel de la mujer periodista en el mundo del deporte". *Encancha.com* [en línea] http://www.encancha.com/mensaje/14/15/el-papel-de-la-mujer-periodista-en-el-mundo-del-deporte/1396.html [mayo 2017]

Laverdad.es (2013) "Mari Carmen Izquierdo dice adiós" [en línea] http://www.laverdad.es/murcia/v/20130216/deportes_murcia/mas-deporte/mari-carmen-izquierdo-dice-20130216.html [mayo 2017]

López Díez, P. (2011, octubre) *Deporte y mujeres en los medios de comunicación: sugerencias y recomendaciones* (pág. 14) [PDF] Consejo Superior de Deportes (CSD) http://www.pilarlopezdiez.eu/documents/CSD.LibroDeporteymujeres.pdf [mayo 2017] ISBN en línea 978-84-694-9366-3

Loscertales, F.; Núñez, T. (2008). *Los medios de comunicación con mirada de género.* España: Instituto Andaluz de la Mujer, Junta de Andalucía.

Martínez Lirola, M. (2010, junio). "Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación". *Palabra Clave* (Vol. 13, Núm. 1) [PDF]

http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1641/2076 [mayo 2017]

McCarthy, A. (2017) "Conoce a la primera jefa de equipo de la F1" [en línea] http://www.redbull.com/es/es/motorsports/f1/stories/1331848445528/mujeres-en-f1-monisha-kaltenborn-ruth-buscombe [mayo 2017]

Megía, C. (2017) "Las mujeres que están rompiendo (a golpes) el techo de cristal en el deporte". *SModa, El País* [en línea] http://smoda.elpais.com/moda/actualidad/mujeres-deportistas-techo-cristal/ [mayo 2017]

Monegal, F. (2012) "Solo contratan a las guapas". *El Periódico de Catalunya* [en línea] www.elperiodico.com/es/noticias/tele/solo-contratan-las-guapas-1992401 [mayo 2017]

Morán, J. (2010) "El machismo en el periodismo deportivo, a debate en la Complutense" [en línea] http://blogyahoraque.blogspot.com.es/2010/04/periodismo-deportivo-cosa-de-mujeres.html [mayo 2017]

Mujer y deporte (2007). "Historia de la mujer en el deporte" [en línea] https://mujerydeporte.wordpress.com/2007/08/11/historia-de-la-mujer-en-el-deporte/ [mayo 2017]

Mujer y fútbol [en línea] https://mujeryfutbol.wordpress.com/nuestro-periodico/ [mayo 2017]

Number 1 Sport. "Machismo y periodismo deportivo, por Mónica Planas" [en línea] www.number1sport.es/los-blogs-opina/machismo-y-periodismo-deportivo-2/ [mayo 2017]

Pedraza Bucio, C.I. (2012). "Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes". *Derecho a comunicar* (núm. 4, enero-abril 2012, pág. 50) http://132.248.9.34/hevila/Derechoacomunicar/2012/no4/4.pdf [mayo 2017]

Pérez, C. (2007, noviembre). "Gisela Pulido, Guinness a la Campeona de kitesurf más joven". *CostaSur.com*. https://tarifa.costasur.com/es/pulido-gana-guinness.html [10/04/2017]

Perfil de LinkedIn de *Líderas* [en línea] https://www.linkedin.com/company/l%C3%ADderas-la-revista-de-la-mujer-deportista-del-siglo-xxi?trk=company_logo [mayo 2017]

Portal web de *Femenino Sport* [en línea] http://femeninosport.260mb.net/es/ [mayo 2017]

Pujadas, X. (2012). "De espectadoras a protagonistas. Las mujeres y el deporte en la IIª República española (1931-1936)" [PDF] http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/11570/III_XEAFD_art_5.pdf?sequence=2 [mayo 2017]

Pulido, S. (2014). "En mi trayectoria solo he querido ser honesta y coherente". *AcademiaTV* [en línea] http://www.academiatv.es/entrevista-academiatv-maria-escario/#.WUsQ0slLf_- [mayo 2017]

QMD. "¿Hay que ser guapa para presentar un informativo?". *Diez Minutos* [en línea] http://quemedices.diezminutos.es/noticias-famosos/las-nuevas-presentadoras-de-informativos/informativo01 [mayo 2017]

Rojas Torrijos, J.L. (2010, diciembre). "La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista". *Vivat Academia* (núm 113). [PDF] Universidad Complutense de Madrid. http://pendientedemigracion.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/PDFs/Rojas.pdf [mayo 2017] ISSN 1575-2844

RTVE.es (2015). "Paloma del Río, Medalla de Oro al Mérito Deportivo del Consejo Superior de Deportes" [en línea] www.rtve.es/rtve/20150831/paloma-del-rio-medalla-oro-merito-deportivo-del-consejo-superior-deportes/1209384.shtml [mayo 2017]

Sainz de Baranda Andújar, C. (2014). "El género de los protagonistas en la información deportiva (1979-2010): noticias y titulares" (pág. 1228). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (Vol. 20, Núm. 2) [PDF] Universidad Complutense de Madrid http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/47062/44133 [mayo 2017] ISSN 1134-1629

Sainz de Baranda, C., (2013, febrero). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación - Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*, Getafe: s.n.

Sánchez León, A. (2017) "En el periodismo la mujer se reivindica con su trabajo diario". *El Confidencial Digital* [en línea] http://www.elconfidencialdigital.com/medios/periodismo-mujer-reivindica-trabajo-diario_0_2873112682.html [mayo 2017]

Sotos, E. (2017) "El machismo convierte al Chiringuito de Jugones en 'un campo de nabos'". *Código Nuevo* [en línea] http://www.codigonuevo.com/machismo-chiringuito-jugones/ [mayo 2017]

Telecinco.es (2012). "Hablamos de motos con… Mercedes Milá" [en línea] http://www.telecinco.es/mqc/Hablamos-motos-conMercedes-Mila_2_1445880066.html [mayo 2017]

Twitter oficial Mujer y Deporte CSD (2015). "Anuncio de la concesión de la Medalla de Oro de la Real Orden del Mérito Deportivo" [en línea] http://twitter.com/myd_csd/status/638324857239961600 [mayo 2017]

Vega Montiel, A. (2010) "Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática" (pág. 87) *Revista Mexicana de Ciencias Políticas* [PDF] http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/viewFile/25935/24428 [mayo 2017]

Vinagre Sáenz, R. (2015) "Begoña Sanz (Real Madrid), la mujer más influyente en la Industria del Deporte en España en 2015" [en línea] http://metadeporte.com/begona-sanz-real-madrid-la-mujer-mas-influyente-en-la-industria-del-deporte-en-espana-en-2015/ [mayo 2017]

Web de *Futfem* [en línea] www.futfem.com [mayo 2017]

Web de la revista *Líderas* [en línea] www.revistalideras.com [mayo 2017]