

TRABAJO DE FINAL DE GRADO

LA REPRESENTACIÓN DEL DEPORTE PRACTICADO POR MUJERES A TRAVÉS DEL USO DEL LENGUAJE

UN ANÁLISIS DE LA EUROCOPA 2022 EN EL DIARIO MARCA

Estudiante: ANA CLARA GIL DO CANTO

Tutora: ANTONIA MORENO CANO

Tarragona, 25 de junio de 2023

RESUMEN

Esta investigación estudia el uso del lenguaje en el tratamiento informativo del periódico deportivo Marca, sobre la Eurocopa 2022, para analizar si la representación otorgada por la prensa a la Selección Femenina de Fútbol es adecuada. El propósito del estudio es identificar sesgos sexistas en la configuración del mensaje periodístico que resulten discriminatorios y prolonguen las desigualdades de género. Se plantea una investigación de enfoque metodológico mixto mediante el análisis de contenido en piezas sobre la participación del combinado español. Se diferencian tres tipos de sesgos: lingüísticos (palabras o estructuras discriminatorias), discursivos (discurso distorsionado o desenfocado) y estereotipos de género (discurso que transmite estereotipos sexistas). Los resultados identifican indicadores de tratamiento sexista en 35 de las 36 piezas analizadas. De los sesgos lingüísticos destaca el hallazgo del *masculino genérico* (16%) en la composición del discurso. De los discursivos despunta el *tratamiento de familiaridad* (29%) otorgado a las futbolistas al denominarlas por su nombre de pila únicamente. En la transmisión de estereotipos de género las *referencias sexistas* (4%) subrayan rivalidades entre jugadoras, sucesos anecdóticos poco relevantes como para convertirse en noticia o controversias. El grado de tratamiento sexista del periódico puede considerarse bajo desde el prisma de valoración de la escala planteada pero se constata la existencia de estructuras del lenguaje presentes en el mensaje periodístico que invisibilizan a las deportistas, utilizan términos sexistas y desvalorizan los logros y los éxitos del deporte femenino.

PALABRAS CLAVE: prensa deportiva, sexismo, análisis de contenido, estereotipos de género, perspectiva de género.

ABSTRACT

This investigation studies the use of language regarding the treatment of the information in the sports newspaper Marca about the Euro 2022 to assess the correct media representation of the Spanish women's national football team. The purpose of this study is to identify sexist biases in the configuration of the journalistic message that may be discriminatory or result in gender inequality. The investigation follows a mixed methodological approach based in content analysis of information about the national football team. Three types of sexist biases are established: linguistic (words or language structures that are discriminatory towards women), discursive (distorted speech about women) and gender stereotypes (discourse that perpetuates sexist stereotypes). The results have identified sexist biases in 35 out of 36 pieces studied. Regarding linguistic biases the use of the generic male form (16%) stands out. Out of the discursive biases, the familiarity treatment of sports women (29%) sticks out when referring to athletes only by their given name. In terms of gender stereotypes, sexist references (4%) are brought up by highlighting rivalries or disputes between athletes and anecdotes that are not significant to become news events. The grade of Marca's display of sexist biases is considered low in this study but, in their journalistic message, it has been proven the existence of language structures that make women's presence invisible to the audience, as well as sexist terms and discourses that devalue women's achievements in the sports industry.

KEYWORDS: sports journalism, sexism, content analysis, gender stereotypes, gender perspective.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	2
2. JUSTIFICACIÓN	4
3. HIPÓTESIS	6
4. OBJETIVOS	7
5. MARCO TEÓRICO	8
5.1 EL DEPORTE COMO REDUCTO MASCULINO	8
5.2 ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL DEPORTE	11
5.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE GÉNERO	16
5.4 USO DEL LENGUAJE EN LA PRENSA DEPORTIVA	20
6. ESTADO DE LA CUESTIÓN	24
6.1 EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LA ACTUALIDAD	24
6.2 LA EUROCOPA 2022	27
7. MARCO METODOLÓGICO	29
7.1 METODOLOGÍA	29
7.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	29
7.3 INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS	32
8. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	36
8.1 ANÁLISIS DEL USO DEL LENGUAJE	36
8.2 RESULTADOS CUANTITATIVOS	48
9. CONCLUSIONES	58
10. BIBLIOGRAFÍA	62
11. ANEXO	66
FICHAS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	66

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación analiza el tratamiento informativo otorgado al evento deportivo de la Eurocopa, en relación con la representación mediática de las futbolistas de la selección nacional de fútbol que acudieron a representar a nuestro país y competir con otras selecciones europeas por el ansiado trofeo con el objetivo de coronarse campeonas del continente. Para llevar a cabo este estudio se indaga en la configuración del mensaje periodístico mediante el uso de la lengua desde una mirada periodística innovadora: inclusiva, equilibrada y justa.

La Eurocopa de julio de 2022 generó un interés sin precedentes en el fútbol practicado por mujeres consiguiendo varios récords de asistencia: asistencia global, asistencia media y asistencia a la final (UEFA, 2022). La asistencia global se situó en 574.875 espectadores y espectadoras acumuladas. Duplicó, ya en la segunda jornada de la fase de grupos, la marca anterior -las 240.055 personas que habían asistido a la EURO 2017 en Países bajos en su fase final- suponiendo una asistencia media por partido de 18.544 personas frente a las 9.000 de la edición a cuatro partidos de la República Federal de Alemania en 1989 (UEFA, 2022). La final del torneo, Inglaterra – Alemania en el Wembley Stadium, congregó a 87.192 personas, rompiendo el récord de asistencia a un partido de una final tanto femenina como masculina: este se situaba en los 79.115 espectadores y espectadoras que presenciaron la final masculina de 1964 entre España y la Unión Soviética en el Santiago Bernabéu de Madrid (UEFA, 2022).

Esta edición del torneo fue la más vista de la historia con una proyección de público de 365 millones en todo el mundo: en directo a través de la televisión, con el visionado fuera de casa y el *streaming* (Marca, 2022). En España, los 31 partidos de la competición fueron retransmitidos por la Corporación Radiotelevisión Española (RTVE) en La 1, Teledporte y RTVE *Play*, consiguiendo ser el torneo femenino más visto de la historia con 1,48 millones de audiencia media (GECA, 2022). Además, un gran número personas siguieron todas las novedades del torneo *online* como nunca antes generando 453,3 millones de interacciones acumuladas en redes sociales, especialmente en Tik Tok y Twitter (Marca, 2022).

Los datos demuestran que el seguimiento del fútbol practicado por mujeres ha crecido exponencialmente en los últimos años en toda Europa y en el mundo. Sin embargo, por parte del periodismo deportivo parece no existir una predisposición equivalente por visibilizar a las deportistas y hacerlo desde una perspectiva de género. Además de la clara tendencia a invisibilizarlas, a los medios deportivos se le achaca la difusión, a través del lenguaje, de estereotipos y tópicos tradicionales que prolongan las desigualdades de género en la sociedad actual.

Al respecto, Ayala, Guerrero y Medina (2006) señalan:

Aunque las mujeres se han ido incorporando de manera progresiva al deporte, el lenguaje deportivo sigue recurriendo fundamentalmente a los valores considerados tradicionalmente masculinos, como la heroicidad, la valentía, etc., elementos que aún están injustificadamente ligados a lo varonil, por lo que supone un reflejo de que en este y en otros muchos ámbitos el machismo permanece vigente con apabullante solidez.

Este trabajo de investigación pretende discernir si existe actualmente sexismo lingüístico, discursivo o transmisión de estereotipos de género en las informaciones sobre deporte practicado por mujeres que provoque desigualdades en la configuración de las identidades y en la asignación de roles de género en la sociedad. Se aborda la cuestión a través de una investigación empírica sobre el tratamiento informativo concedido a las integrantes de la selección española por el periódico MARCA, el diario deportivo más leído de nuestro país (Statista, 2022), durante el evento futbolístico de mayor alcance y relevancia a nivel europeo.

Inicialmente, a través del marco teórico se realiza una amplia revisión bibliográfica de los antecedentes, investigaciones previas y consideraciones teóricas que sustentan las bases de este proyecto de investigación, mediante fuentes institucionales como el Consejo Superior de Deportes o el Instituto de la Mujer; y académicas, tales como libros, revistas especializadas, ensayos y tesis doctorales, entre otros. Se analiza, estudia y reflexiona sobre las bases de la argumentación para construir una visión general del problema a tratar: el deporte y su asociación con lo masculino, la incorporación de la mujer al deporte, la labor de los medios de comunicación en la construcción de género, los estereotipos de género, el lenguaje y

el discurso sexista en la prensa deportiva, la perspectiva de género y el lenguaje inclusivo.

Seguidamente, el marco metodológico define: el tipo de investigación, las técnicas y el enfoque metodológico utilizado para abordar la cuestión de estudio; la población y la muestra de estudio y el instrumento de recogida de datos utilizado para el análisis del tratamiento informativo.

A continuación la investigación se adentra en su parte práctica. Se recogen evidencias de la realidad observada mediante la recopilación y medición de variables específicas y relevantes para el asunto que se haya entre manos. Se analizan, interpretan y cuantifican para alcanzar los objetivos previstos y dar respuesta a las hipótesis de investigación.

En síntesis, medir, examinar y discutir los resultados permite, en primer lugar, cuantificar el fenómeno y presentar recomendaciones encaminadas a instaurar avances en materia de perspectiva de género para lograr coberturas libres de sexismo y estereotipos en el deporte practicado por mujeres. En segundo lugar, elaborar las conclusiones finales que recogen los razonamientos y las aportaciones del presente trabajo, así como consideraciones de estudio para futuras investigaciones.

2. JUSTIFICACIÓN

Los medios de comunicación son agentes socializadores, conforman una inexorable fuente de información e influencia para la ciudadanía y constituyen, mediante su discurso, la opinión pública. Tienen un papel fundamental como constructores de significado: no reflejan simplemente la realidad, sino que la interpretan. Es decir, deciden qué es lo que se va a contar, cómo se va a hacer y desde qué ángulo se enfocará su desarrollo. Por tanto, la forma en la que se traslade esta realidad tendrá una gran influencia sobre la idea que la audiencia se formará del mundo que le rodea (López, 2011) y del lugar que ocupan y la importancia que les corresponde a las personas que figuran en este.

Esta realidad debe ser tomada en cuenta a la hora de establecer pautas generales aplicables al tratamiento informativo de las mujeres deportistas en la prensa puesto que, dentro del ámbito informativo, la comunicación deportiva es considerada una de

las manifestaciones periodísticas que transmite más estereotipos y roles de género sexistas, hecho que refuerza la visión de las mujeres como ciudadanas de segunda categoría en comparación con su homólogo masculino. Esta situación se genera debido a la visión androcéntrica de la realidad originada en que la actividad deportiva ha sido históricamente dominada por el género masculino y cuestionada para las mujeres, tal como indica la extensa revisión bibliográfica que contextualiza el marco teórico de este proyecto de investigación.

Las palabras están cargadas de significado que los medios difunden masivamente. El lenguaje es un instrumento fundamental para la profesión periodística, a través de este se da significado a la realidad contada (Consejo Superior de Deportes, 2011). Por ello su uso dentro del ámbito deportivo debe ser actualizado para conseguir representar adecuadamente a las deportistas: desde una perspectiva de género, utilizando un lenguaje inclusivo, visibilizando los logros y éxitos de las mujeres y centrando la atención en sus cualidades como deportistas de élite, de la misma manera que sucede con las informaciones de deporte practicado por hombres.

Al respecto de la importancia del lenguaje en el tratamiento de la información deportiva sobre mujeres, Guerrero (2007) suscribe la siguiente reflexión que respalda el enfoque de este proyecto de investigación:

Los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad en la imagen pública de las mujeres que se nos crea a través del lenguaje que utilizan. Este lenguaje puede ocultarlas, discriminarlas e incluso denigrarlas. Por el contrario, un tratamiento igualitario en el discurso mediático puede contribuir, no solo a visibilizarlas, sino a acelerar el avance hacia la igualdad en muchos otros ámbitos.

Hacer explícitos estos componentes negativos presentes en la redacción de los textos periodísticos supone constatar posibles tendencias en el tratamiento de la información del deporte practicado por mujeres y, por ello, en su representación en los medios.

Poner el foco de este trabajo de investigación en los sesgos sexistas que caracterizan el discurso de la prensa deportiva también contribuye directa e

indirectamente a su erradicación. Indirectamente ya que, únicamente identificándolos y señalándolos, se consigue hacer visible una realidad ignorada o incluso desconocida para muchos lectores y lectoras. Y directamente puesto que a través de esta investigación también se establecen recomendaciones para una correcta representación del deporte femenino.

Por tanto, abordar la importancia de un lenguaje justo, equilibrado e inclusivo en la prensa deportiva supone un beneficio para la sociedad en general. El periodismo, que se dirige a un público masivo sobre el cual ejerce una influencia determinante (Rojas, 2010), debe abogar por educar en igualdad de género para incidir en la afición más joven, formarles, transmitirles valores y modelos sociales acordes al marco sociocultural actual; y también para fomentar la práctica de la actividad física y el deporte de niñas, jóvenes y mujeres adultas.

3. HIPÓTESIS

En el contexto del método científico de necesaria aplicación para la investigación, las hipótesis del presente trabajo se derivan de la aplicación de un razonamiento lógico deductivo que parte del marco conceptual teórico y que origina una serie de afirmaciones que analizan dicha teoría (Icart & Canela, 1998). La revisión bibliográfica realizada permite definir una explicación provisoria de la relación que se establece entre las dos variables de estudio: la prensa deportiva y la representación de las deportistas en la misma.

Esta predicción se acepta de manera temporal para explicar los hechos de partida de la investigación y se presenta a continuación formulada mediante una hipótesis: **el periodismo deportivo no representa adecuadamente a la mujer en el ámbito deportivo.**

A partir de esta hipótesis general se plantean las siguientes específicas:

- Las deportistas de alto nivel son invisibilizadas en la prensa deportiva
- Los términos o estructuras utilizadas por la prensa deportiva son sexistas
- El periodismo deportivo no valora los logros de las mujeres en el ámbito deportivo

Mediante la recopilación, análisis e interpretación de los datos se examinarán las aseveraciones planteadas con la finalidad de validar o refutar las mismas y considerando la posibilidad de que los resultados obtenidos conduzcan a replantear las mismas o a formular diferentes hipótesis que puedan ser contrastadas en futuros trabajos de investigación.

4. OBJETIVOS

El objetivo principal del trabajo, mediante el cual se expresa claramente qué se aspira abordar con la investigación y cuáles son las acciones necesarias para responder a las hipótesis, es el siguiente:

Analizar el tratamiento informativo que reciben las deportistas por parte de la prensa deportiva y discernir si puede considerarse sexista.

Para conseguir este objetivo general se emprenden dos objetivos específicos cuyos enunciados y planteamientos detallan el principal:

- Detectar y analizar la presencia de sexismo lingüístico y/o discursivo en el tratamiento informativo de la EURO 2022 en el periódico MARCA.
- Identificar y analizar la construcción de estereotipos sexistas sobre las deportistas por parte de la prensa durante la EURO 2022 en el periódico MARCA.

La formulación de los objetivos asegura que no se produzcan desviaciones durante el proceso de indagación. Al finalizar la investigación los resultados tendrán que responder a los objetivos planteados y generar respuestas a las hipótesis iniciales. Si bien todos los objetivos presentados son susceptibles de ser abordados y cumplidos, se considera la posibilidad de que alguno de los mismos no sea alcanzado, en cuyo caso se generaría un vacío en la investigación que plantearía nuevos interrogantes sobre el objeto de estudio que podrían ser abordados en futuros trabajos de investigación (Silvina & Otrocki, 2011).

5. MARCO TEÓRICO

5.1 EL DEPORTE COMO REDUCTO MASCULINO

La participación femenina y masculina en el deporte ha contado con un desarrollo sumamente desigual a lo largo del tiempo por razones asociadas al origen del deporte creado en base a un paradigma masculino (Martínez et. al., 2005) y a las prohibiciones biomédicas impuestas históricamente sobre las mujeres (Salido, 2021).

Los orígenes del deporte se basaron en la concepción del mismo como una práctica doblemente excluyente. Por un lado se trataba de una actividad de recreación exclusiva de la élite social, su disfrute se relegaba a ese grupo minoritario de personas que tenían un estatus social superior al resto de las personas de la sociedad ya fuese por el prestigio, el reconocimiento, la influencia o la riqueza en su ámbito social específico. Por otro lado, dentro de este reducido y selecto grupo, su práctica era entendida como un reducto exclusivo de los hombres (Martínez et. al., 2005), un espacio y ambiente de ordenación y disciplina “empleado por las clases acomodadas para incentivar a su prole masculina con una impronta de carácter varonil y una filosofía de vida que mantenía por ello a las mujeres al margen, alejadas de estas nuevas prácticas de ocio” (Barbero & Brohm, 1993).

Acerca de eso, *Hablamos de Deporte* del Instituto de la Mujer (2010) recalca que la disciplina tiene una clara identificación con lo masculino ya que desde sus inicios ha sido un espacio de confrontación masculina en el que se expresan los rasgos que tradicionalmente se exigen al “verdadero hombre”, el *hombre viril*. Siendo esta categorización una referencia a los atributos físicos, psicológicos y emocionales esperados del género masculino en su definición histórica como el *sexo fuerte*, entre los cuales la publicación destaca la fortaleza física, agresividad, astucia, protagonismo y liderazgo, así como la fuerza moral necesaria para enfrentarse a las adversidades.

El paradigma masculino en la creación del deporte ha situado a las mujeres históricamente en una situación de exclusión o, en el mejor de los casos, de inferioridad y extrema desventaja en cuanto a la práctica respecto a sus homólogos masculinos:

En el género femenino se establecen, desde unas edades tempranas, una relación conflictiva con el deporte. Es por ello por lo que las aleja de su práctica, privándolas de obtener beneficios relacionados con la salud y el desarrollo personal, de la posibilidad de adquirir hábitos de vida saludables y de lograr una competencia motriz que les permita utilizar el deporte como un medio de ocupación del tiempo de ocio y como elemento de relación social (Sanz, 2017).

Con el tiempo, de ser una práctica puramente recreacional, el deporte paso a convertirse en un medio educativo y a formar parte del currículum de los centros formativos más elitistas de la sociedad de antaño.

Argumentos presentados en relación con lo anterior señalan que a través de la educación en deporte se forjaba el carácter de los hombres llamados a ocupar los puestos sociales y políticos más relevantes. Por consiguiente, valores asociados a la virilidad, el coraje, la valentía, la entereza, el carácter, etc., se relacionan desde el principio con la práctica deportiva, constituyendo esta una manera en sí misma de adquirir la hombría, es decir, las características y cualidades morales que se consideran propias de un hombre. En cuanto a las mujeres, encontramos que los valores que socialmente se designaban a la feminidad consistían en la delicadeza, la fragilidad, la elegancia, la dependencia o la sumisión; cualidades totalmente antagónicas a las que se pretendían desarrollar a través de la práctica deportiva (Martínez et. al., 2005).

Además se consideraba que las mujeres, por sus condiciones biológicas, no podían ser fuertes, ni potentes, ni veloces, ni resistentes. Estas concepciones biológicas se sustentaban con mitos y tradiciones de la profesión médica que asignaba a las mujeres una única y válida finalidad social, la de procrear, basada en su capacidad biológica de tener descendencia. Bajo estos convencionalismos de la época, las mujeres eran consideradas incompetentes para la práctica deportiva y éste no era más que un elemento comprometedor de la finalidad básica socialmente encomendada a las mismas, un peligro para su salud y su función maternal que podía ocasionarles enfermedades e incluso esterilidad (Sanz, 2015).

En ese contexto donde el deporte es construido como una exhibición de las cualidades físicas y morales masculinas (Alfaro et al., 2010) la presencia de las

mujeres estaba prohibida no solo como practicantes sino también como meras espectadoras y no fue hasta la era moderna cuando comenzó su incorporación minoritaria, lenta y muy desigual a la vida deportiva. Minoritaria en tanto que la práctica deportiva era solamente accesible para las mujeres de clase alta. Lenta, puesto que la inclusión en el deporte se produjo muy despacio, a lo largo de siglos. Y desigual, ya que las mujeres no tenían acceso a todos los deportes sino únicamente a aquellos considerados estéticos y no violentos, que no pusieran en peligro el estereotipo femenino de la época. Este arduo y largo proceso de incorporación al deporte queda patente en la celebración de los Juegos Olímpicos. En los primeros modernos de la historia, los de Atenas en el año 1896, las mujeres estuvieron ausentes ya que su participación no estaba permitida. En los siguientes, los Juegos Olímpicos de 1900 en París, únicamente participaron en dos disciplinas (tenis y golf) consideradas acordes a la naturaleza femenina y la participación correspondió solamente a 19 atletas, el 1,8% del total (Sanz, 2016).

Al respecto, *Hablamos de Deporte* del Instituto de la Mujer (2010) recalca que la participación de las mujeres en el deporte olímpico o en cualquier deporte competitivo provocó mucho rechazo por parte de la sociedad, incluso entre las propias mujeres. La opinión pública estaba condicionada por la misoginia existente en la época y por la consideración histórica de la mujer únicamente desde una perspectiva biológica que, entonces, resultaba excluyente para el deporte. La medicina temía por su integridad como futuras madres alegando que las mujeres no disponían de las cualidades físicas y mentales que exigía el deporte, sino que estaban hechas solamente para procrear. Y, en otros casos, se dudaba de la identidad sexual de las deportistas argumentando que el deporte masculinizaba a las mujeres, arrebatándoles sus características femeninas.

En relación con esta óptica reduccionista del papel de la mujer en base a procesos biológicos y su consecuente rechazo a la incorporación al deporte, otros autores remarcan:

En 1888, cuando el humanista y escritor Pierre de Fredy, barón de Coubertin creó el Comité para la Propagación de los Ejercicios Físicos en la Educación y más tarde, en 1894, realizó un Congreso Internacional para la instauración de los Juegos Olímpicos de la era moderna, dejó claro que la mujer no participaría

en ellos por considerarlo "aberrante y contrario a la salud pública", pues se creía que las mujeres podrían adquirir terribles enfermedades, incluida la esterilidad, si salían de sus sillones de tejer (Espinosa & Vargas, 2005).

La identificación histórica del deporte con el rol y la identidad masculina, así como con la función social del hombre, dio como resultado que se considerara a este como el sujeto deportivo único, en primera instancia, y el más valioso, posteriormente. En la actualidad este modelo supone que los hombres constituyan el sujeto de referencia, el modelo a seguir y las mujeres permanezcan en una posición inferior e invisibilizadas. El acceso de las mujeres al deporte de competición se produce actualmente sin ningún tipo de barreras normativas gracias a las reivindicaciones llevadas a cabo por asociaciones y colectivos feministas y a los esfuerzos realizados desde las instituciones internacionales y nacionales para garantizar el pleno acceso de las mujeres a la práctica deportiva y de élite (Salido, 2021). Sin embargo aún queda un largo camino por recorrer en cuanto a otras desigualdades que hacen referencia a ámbitos como la inversión económica, la representación en los medios de comunicación, la igualdad profesional o el acceso a apoyos técnicos y sociales, entre otros.

Las desigualdades actuales y la carga histórica que rigió la creación del deporte provocan que todavía las mujeres sigan identificándose menos con el deporte que sus homólogos masculinos, incluso siendo la participación de las mismas en el deporte un hecho consumado, incorporándose casi al mismo nivel que los varones a la práctica deportiva y competitiva. Además, que la mujer sea considerada un *sujeto deportivo* de primera categoría a la par de la importancia del hombre implica necesariamente "un tratamiento equitativo en la información y la comunicación deportiva, así como en la distribución de recursos técnicos, materiales, económicos y humanos" ya que "no es suficiente que las mujeres puedan acceder al ámbito deportivo, es necesario que su intervención sea visible y tenga un tratamiento propio en las distintas esferas del deporte" (Alfaro et. al., 2010).

5.2 ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL DEPORTE

El Diccionario de la Real Academia Española (2023) define el estereotipo como una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad de carácter

inmutable. Por consiguiente, la acción de estereotipar es la de fijar de manera permanente y de identificar lo estereotipado como el seguimiento de un modelo preestablecido, conocido y formalizado que se adopta de una manera fija (López, 2016).

En la misma línea para Martínez, Mateos y Rodríguez (2005) los estereotipos son creencias, valores y normas estructuradas, amparadas en diferencias físicas y psicológicas de los individuos en función del sexo, que implican una definición social de carácter invariable, comúnmente aceptada por la mayoría de las personas pertenecientes a la sociedad y que reflejan los roles asignados a mujeres y hombres. Estos varían según el contexto y la estructura social en la que se integran y se sustentan, siendo producto de un marco histórico, social y cultural determinado. Además añaden que los estereotipos determinan el papel que las personas van a desempeñar en la sociedad ya que marcan los comportamientos de estas, “limitándolas en detrimento de la libertad y la espontaneidad” y suponen asociar a cada sexo una serie de rasgos emocionales, psicológicos y conductuales que los identifican.

Se puede afirmar que los estereotipos son generalizaciones pertenecientes al imaginario colectivo sobre personas de un mismo grupo o categoría social que se presentan como una realidad objetiva e incuestionable, que no solo permiten clasificar a las personas sino que también condicionan sus comportamientos en función a la adecuación a determinados patrones e intervienen de manera directa en la constitución de los conceptos de feminidad y masculinidad que conforman la identidad de las personas. Desafortunadamente, los medios de comunicación tienden a reproducir y a difundir los estereotipos sociales sin cuestionarlos previamente (Bach et. al., 2000).

Tanto hombres como mujeres han tenido que adaptarse a las expectativas de género que se han ido construyendo a lo largo de la historia, social y culturalmente. Esta determinación cultural de lo que se entiende por feminidad y masculinidad influye sobremanera sobre las niñas y niños en las etapas de desarrollo y especialmente de manera muy distinta en lo que se refiere a la actividad física y la práctica deportiva (López, 2011).

Al respecto, otros autores apoyan esta teoría mediante argumentos propios:

Se asocia al estereotipo masculino características instrumentales y de actividad, como agresividad, independencia y competitividad y al femenino características comunicativas, como la afectividad, la dependencia y la preocupación por los demás. A pesar de la igualdad formal, los estereotipos de género siguen sirviendo a la causa de la discriminación sexual (Bach et. al., 2000).

En la disciplina deportiva, la identificación de lo masculino con la competitividad, la agresividad o la independencia favorece la participación masculina, mientras que lo femenino con el estigma de la vulnerabilidad, la fragilidad o la dependencia perjudica a las mujeres en la consolidación y reafirmación en el ámbito deportivo (Martínez et. al., 2004). ONU Mujeres (2021) añade a esta lista otros clichés como la delgadez, la ternura o la delicadeza que conforman esta idea de feminidad y confirman que la misma se convierte en un gran obstáculo para el desarrollo de algunas actividades deportivas que requieren fuerza, masa muscular, velocidad, dinamismo o agresividad: “mientras los varones son motivados para participar en deportes competitivos, rápidos y muchas veces agresivos, las mujeres son orientadas hacia actividades más elegantes y estéticas”.

Para Salido (2021) los atributos que se utilizan desde los sistemas de la masculinidad hegemónica sobre los sexos giran en torno a la fortaleza, el éxito, la agresividad y la heterosexualidad masculina, convirtiendo al deporte en uno de los elementos que más definen esta masculinidad y donde los hombres conquistan la condición de hombres. Contrariamente, lo femenino no tiene cabida en el mundo deportivo, ya que los estereotipos de obediencia, pasividad, pasión o emoción son incompatibles con el deporte de élite, que requiere de mente fría, control de las emociones y de las necesidades afectivas.

Mientras que para las mujeres el deporte (sobre todo el de competición) está impregnado de estereotipos negativos como la pérdida de feminidad, el perjuicio para la salud o directamente la falta absoluta de aptitud o interés; por el contrario, para los hombres, el deporte es una manera de afianzar y confirmar su masculinidad (López, 2016). Así lo respalda también el Instituto de la Mujer (2010) al afirmar que la

exclusión de las mujeres del deporte a lo largo de la historia dio lugar a la aparición de estos mitos en el imaginario social como que el deporte las masculiniza, o que las mujeres no tienen capacidades para el deporte y que este perjudica su salud, e incluso que las mujeres no tienen interés en el deporte. Recalca que si bien estos mitos se han ido transformando por la fuerza de los hechos y de los cambios culturales, económicos y científicos, todavía persisten en la sociedad actual, incluso en las más modernas, manteniéndose hoy en día una visión mayormente androcéntrica del deporte.

El **androcentrismo** es la visión social que sitúa a los hombres como centro y medida de todas las cosas, de forma que los valores masculinos se consideran como los únicos valederos (Guerrero, 2012) y la perspectiva masculina como la única válida o la más importante, conformando una percepción sesgada de la realidad que solo tiene en cuenta la experiencia de los hombres y, como consecuencia, invisibiliza a las mujeres (Alfaro et. al., 2010).

Bajo la mirada androcentrista, los aprendizajes y las experiencias de las mujeres quedan ocultos por la perspectiva y la experiencia universal masculina. Se considera que todo lo valioso y relevante de nuestra cultura han sido aportaciones de los hombres y, por tanto, solamente debemos tenerlos en cuenta a ellos. Para Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010) esta óptica confunde hombre con ser humano y considera a las mujeres “menos-hombres” o una categoría “especial” de los seres humanos. Estos autores explican que, por ejemplo, cuando se distingue entre “deporte” y “deporte femenino” se está aplicando una óptica androcéntrica que toma por norma el deporte practicado por los hombres y subordina el practicado por las mujeres, considerándolo una excepción a la norma en forma de categoría específica. Para que existiera un lenguaje igualitario, se debería hablar de “deporte masculino” y “deporte femenino” o de “deporte” en general.

Otros de los estereotipos de género que prevalecen en las informaciones a través del discurso de la prensa deportiva en la actualidad tienen que ver con la salud, la belleza, los roles de género y la vida personal y familiar de las deportistas.

Según la periodista y doctora en comunicación Sanz (2015) el deporte se interioriza como “una práctica generada por y para los hombres y totalmente vinculada a roles

masculinos”. La consideración durante siglos del papel social exclusivo de la mujer como esposa y madre explica los estereotipos culturales que han dificultado el acceso de las mujeres al mundo del deporte y que persisten hoy en día en su representación mediática. Apunta que estos estereotipos están relacionados con dos aspectos concretos: la salud y la belleza. Al respecto de la salud, la consideración de la mujer como el *sexo débil* la convierte, según esta perspectiva, en un individuo incapaz de realizar esfuerzos físicos importantes y que posee menor fortaleza física (‘más débiles’) que los hombres. Otro aspecto fundamental es el saber biomédico que ha articulado un discurso que pone a la maternidad en el centro de la vida de las mujeres, que han ‘nacido’ para ser madres. Finalmente, sobre los cánones de belleza femenina, la autora remarca que durante años se ha considerado que el cuerpo de la mujer se masculiniza con la práctica de determinados deportes.

De este modo, existen deportes estereotipados como masculinos o femeninos en función de la aceptación social. Encontramos que ciertas disciplinas deportivas están tradicionalmente más aceptadas en el ámbito femenino por su estética, donde las mujeres cuentan con mayor representación y atención mediática. Por ejemplo la natación sincronizada, la gimnasia rítmica o la gimnasia artística entre otros, ya que encajan mejor en los estereotipos de género: movimientos suaves, sensibilidad, dulzura, alegría, espectáculo y un desarrollo muscular que respeta los cánones de belleza asignados a las mujeres.

La división de los deportes como masculinos y femeninos es una manera de condicionar a las mujeres y conducir las a aceptar los límites físicos impuestos:

Cuando ellas se atreven a desafiar los moldes y asumen actividades consideradas “masculinas”, su identidad de género, su orientación sexual, sus valores y roles sociales son a menudo cuestionados. Ese señalamiento o estigmatización se convierte en un mecanismo para controlar y limitar su participación en el deporte (ONU Mujeres, 2021).

Otros argumentos que respaldan lo anterior son presentados por el Consejo Superior de Deportes (2011) remarcando que las expectativas sobre lo que el poder masculino piensa que tiene que representar una deportista se traducen en los estereotipos que se destacan desde la información deportiva. Así, referencias al

cuerpo, la figura, el físico y todo lo que lo describe ya sea la ropa, el maquillaje, los complementos deportivos o cualquier otro elemento para hacer atractiva a la deportista, abundan en las informaciones deportivas, no así en los textos referidos a los deportistas.

Sobre los estereotipos relacionados con los roles de género y la vida personal y familiar de las deportistas, asevera que la posición tradicional de las mujeres en el imaginario cultural de algunos sectores sociales continúa estando intrínsecamente ligada a la familia, a las tareas reproductivas, a las labores domésticas y a los cuidados, lo cual se ve representado y continua presente en la información deportiva que hace hincapié o directamente identifica a las mujeres por sus relaciones personales o su vida personal y familiar.

En este contexto donde los estereotipos fijan modelos inmutables de masculinidad y feminidad, el deporte se convierte en una institución sexista y de hegemonía masculina, que privilegia y preserva el poder de los hombres. Las mujeres sufren los efectos negativos de los estereotipos en su vida profesional cuando se dedican a la práctica deportiva de élite, pudiendo afectar varios ámbitos de su práctica como el disfrute, la motivación, la continuidad o el logro de sus metas profesionales; lo mismo que en su vida personal, ya sea como aficionadas al deporte que no se sienten correctamente representadas por el discurso de los medios o como practicantes amateur que ven limitadas sus posibilidades a ciertas disciplinas socialmente aceptadas para el ámbito femenino.

5.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE GÉNERO

Los medios de comunicación tienen una función tradicional como ventana al mundo. Incluso se les ha conocido como el “cuarto poder” por analogía con los tres poderes tradicionales en una democracia (legislativo, ejecutivo y judicial) haciendo referencia al gran impacto que tienen en la sociedad. Sobre todo entre la población más joven se observa que los medios desempeñan un papel central en la vida de estos y están entre los principales factores que han dado forma a la actual generación de jóvenes. Al respecto, la relación entre los medios de comunicación y la propagación de estereotipos es notoria, llegando incluso a ser culpados de resultar

perjudiciales al perpetuar estereotipos sociales poco realistas, especialmente en el ámbito que nos ocupa, el de los roles de género (Consejo de Europa, 2022).

Sobre la relación entre juventud y medios de comunicación, existe cantidad de bibliografía que destaca la influencia de estos en la construcción de los aspectos de la propia identidad, entre ellas la identidad de género. Investigaciones al respecto como la de Pindado se refieren a los medios como espejos para los y las adolescentes. Según el autor, la adolescencia es un momento de la vida caracterizado por el incremento de la autoconciencia, lo que los convierte en personas especialmente sensibles a las imágenes y los mensajes provenientes de los medios, que son utilizadas como fuentes de información y de comparación en la búsqueda de su identidad (Pindado, 2006).

Al respecto de la creación de la identidad de género, otros estudios también se encargan de demostrar y remarcar la falta de referentes femeninos existentes en los medios de comunicación para las adolescentes y jóvenes. El mundo deportivo actual está repleto de referentes masculinos para la sociedad, deportistas de renombre que se convierten en ídolos y en figuras influyentes en aspectos como la vestimenta, la forma de hablar, las actitudes, las ideas, los sueños y las metas, etc. Hombres que acaparan día tras día los espacios informativos más relevantes (las pantallas de televisión, las transmisiones radiofónicas, las noticias y las portadas de los periódicos, entre otros) con sus victorias y sus logros deportivos, y que los jóvenes ansían imitar ya que son referentes de éxito y de un estilo de vida saludable.

Esto no ocurre de la misma manera para las mujeres en los medios de comunicación en general y en la prensa deportiva en particular:

Numerosos estudios han podido demostrar que en los medios de comunicación existe un sesgo de género muy pronunciado. Este se hace visible en el número de noticias que publican, el lugar que ocupan dentro del periódico, el tiempo que se les dedica en la televisión o en la radio, el trato que reciben y también, qué se dice de ellas y ellos, así como los distintos calificativos que se usan (López, 2016).

Este sesgo provoca que las niñas, jóvenes y adolescentes que practican deporte o desean practicarlo, no tengan referentes deportivos femeninos durante su etapa de formación y por ello se les inculque una versión del deporte solo para hombres.

Algunos datos de interés que corroboran esta situación son el estudio del Consejo Audiovisual de Andalucía (2008) sobre la representación de género en la televisión en relación con el seguimiento informativo deportivo que determinó que, del total de las emisiones televisadas de deporte, el 4,75% se corresponde al practicado por mujeres, el 5,1% al mixto, y el 90,1% restante se dedica al deporte protagonizado por deportistas varones. Sobre la prensa deportiva, la tesis doctoral de Sainz De Baranda (2013) que analiza la representación de la mujer deportista en los periódicos señala que, para la gran mayoría de medios de comunicación, la deportista no tiene categoría suficiente para ser considerada protagonista o fuente de la noticia. La tesis establece dos perfiles de mujeres en la prensa deportiva: las propias del ámbito deportivo (representando el 86,8% de la información) y las “invitadas” (13,2 %). Estas últimas son las familiares, parejas, famosas o aficionadas que representan el papel de acompañantes y refuerzan, de esta manera, los estereotipos de la mujer objeto o elemento decorativo; a la vez que señala que su presencia en las noticias ha ido en aumento en los últimos años.

Se puede afirmar que los modelos sociales de identidad masculina y femenina que los medios construyen en torno al deporte refuerzan valores tradicionales sobre la superioridad y dominación masculinas y la inferioridad y subordinación femeninas (López, 2011). Se manifiesta la existencia de una doble problemática en la relación entre la construcción de género y los medios: por un lado, la reproducción y difusión de estereotipos de género desfasados y, por el otro, la falta de referentes femeninos con los que las adolescentes, jóvenes y mujeres puedan identificarse. Los medios de comunicación se encargan de crear, moldear y mostrar una *realidad* que es comúnmente aceptada por la colectividad, y es por ello que los estereotipos de género o la invisibilización femenina no pueden ni deben tener cabida en los medios.

Además de la tarea continua de informar y entretener, la responsabilidad social de los medios de comunicación radica, entonces, en la función educativa y formativa. Una labor que realizan a través de la propagación de discursos que transmiten pautas lingüísticas, ideológicas y de comportamiento que influyen decisivamente en la forma

de decir, hacer y pensar de los y las ciudadanas (Rojas, 2010). Se trata de una labor de socialización por la cual se transmiten y se integran valores, normas de comportamiento y referentes sociales. En este contexto, no solamente el contenido de los mensajes es relevante, también la manera de enfocarlos y plantearlos resulta esencial para la sociedad, en tanto que de los mensajes y la forma depende en gran medida la conformación de las mentalidades en las sociedades contemporáneas. Tal y como indica el autor, esto otorga a los medios de comunicación un papel fundamental como actores decisivos en la construcción de los pilares básicos sobre los cuales debe asentarse una sociedad justa y solidaria, siendo uno de esos pilares el fomento de la igualdad de género.

Dentro del campo de la comunicación de masas, la comunicación deportiva es la que nos atañe para la investigación de este trabajo. En este ámbito, la prensa deportiva contribuye, con la selección de las noticias que se realizan y la forma de plantearlas, a la configuración de los imaginarios sociales sobre el deporte femenino y las deportistas para el conjunto de la población (López, 2016).

Sobre la situación de la mujer en la prensa deportiva, estudios remarcan que la realidad de las mujeres es explicada “desde una mirada androcéntrica que reitera los valores dominantes y los prejuicios sexistas manteniendo una fuerte carga de masculinidad en la información producida” y una actitud de “superioridad varonil que conlleva a una escasa o nula presencia de la mujer deportista en la informaciones” (Gómez et. al., 2017).

Se puede afirmar que la imagen que se proyecta de ellas y la información que se proporciona no son suficientes para convertirlas en referentes mediáticos (Gómez et al., 2017). En este ámbito, los pasos a seguir para conseguir la igualdad de género no pueden centrarse solamente en aumentar cuantitativamente la presencia mediática del deporte practicado por mujeres, sino que se debe asegurar un tratamiento igualitario de la información entre mujeres y hombres deportistas mediante un lenguaje inclusivo, con la finalidad de eliminar la desigualdad por motivo de género y poner a disposición de niñas, adolescentes y mujeres la “libertad de hacer suyo cualquier deporte tradicionalmente considerado como masculino” promoviendo la identificación con un modelo femenino de éxito personal, profesional y social en el imaginario colectivo (Gómez, 2015).

5.4 USO DEL LENGUAJE EN LA PRENSA DEPORTIVA

El lenguaje es el sistema utilizado por el ser humano para comunicar a otras personas sentimientos, ideas, conceptos y juicios, constituyendo un vehículo de transmisión de los modelos culturales y los valores de una sociedad.

Es también un instrumento de creación y expresión del pensamiento. Si bien durante mucho tiempo se pensó que el pensamiento nacía de manera autónoma y el lenguaje le daba forma, actualmente es sabido que “cualquier experiencia cognitiva necesita del lenguaje para ser pensada e incluso *sentida*” (Alfaro et. al., 2010). Es decir, gracias al lenguaje las personas desarrollamos la conciencia: conocemos, percibimos y pensamos el mundo a través del lenguaje, que nos ayuda a descubrir aquello que desconocemos dando forma a la percepción y a la experiencia. El lenguaje nombra la realidad (sustantivos) y la califica (adjetivos y adverbios) provocando que aquello que no tiene nombre, no exista. Lo mismo ocurre al contrario: si aquello que tiene nombre se omite, se incurre en ocultar la presencia de una realidad no hablando de ella.

Se puede afirmar que el lenguaje es un reflejo del modelo de sociedad en el cual se encuentra inserto y como señalan Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010) está impregnado de ideología y de creencias compartidas. En un sistema social patriarcal y machista como el actual, el lenguaje se usa para influir en el pensamiento de la comunidad, crear y recrear una realidad sexista mediante un lenguaje sexista, que impide percibir la presencia de las mujeres, las devalúa o las subordina.

Son muchas las y los autores que destacan la importancia del lenguaje como elemento socializador e integrador para las personas de la sociedad que, a pesar de guardar la huella del pasado, debe evolucionar a la par de los cambios sociales que se producen en las comunidades, adaptándose a las nuevas realidades y necesidades comunicativas. Es el caso de Guerrero (2012) que afirma que la transformación social surgida a raíz del movimiento feminista que cuestiona la sociedad patriarcal ha propiciado “el replanteamiento de muchos hábitos lingüísticos como las feminizaciones de los términos, el nacimiento de neologismos, los cambios de significados en algunos términos, la preferencia por otras construcciones que

eviten el abuso del masculino genérico, etc” en diversos ámbitos, sobre todo el académico.

Sin embargo, en el ámbito de la comunicación deportiva estos cambios son lentos. El uso que se hace de la lengua por parte de la prensa deportiva contribuye a la discriminación sexista y a la persistencia de prejuicios sociales y de género, provocando generalmente la exclusión de las mujeres de la comunicación e información deportiva (invisibilización) o la representación incorrecta de las mismas (tratamiento sexista). Este uso incorrecto del lenguaje es conocido por el término *sexismo lingüístico*, que se explica a continuación por su importancia para este estudio:

El **sexismo lingüístico** es definido a lo largo de numerosas obras que estudian el lenguaje como producto social y los procedimientos necesarios para un lenguaje igualitario. Estas obras coinciden en afirmar que se incurre en sexismo lingüístico cuando las palabras o las estructuras elegidas para elaborar un discurso resultan discriminatorias para un sexo respecto al otro (Guerrero, 2012).

Se trata de poner en el punto de mira la forma del mensaje para determinar cuándo este degrada o, simplemente, invisibiliza a las personas por razón de su sexo (Ayala et. al., 2006). Es importante diferenciar que, cuando la discriminación se debe al contenido del mensaje, es decir, a lo que se dice y no a cómo se dice, se trata de sexismo social y no lingüístico. Por tanto, el sexismo lingüístico es un uso discriminatorio del lenguaje mediante mensajes debido a su forma y no a su fondo. Se refiere al tratamiento discriminatorio de las mujeres en el discurso a través de determinadas construcciones o mensajes, ya sea por el término utilizado o por la manera de construir la frase (Ayala et. al., 2002).

A través de sus obras, estas autoras enfatizan en que la lengua española no es en sí misma sexista como sistema, sino que son los usos lingüísticos consolidados y aceptados como correctos por la comunidad hablante los que son sexistas. Así mismo, señalan que la lengua española dispone de suficientes recursos para evitar el sexismo lingüístico como el uso de genéricos, colectivos, abstractos, perífrasis, desdoblamientos o barras entre otros.

Una de las críticas más reiteradas en contra de los procedimientos lingüísticos igualitarios es que vulneran el *principio de economía* de la lengua entendiéndose, comunicarse con la menor cantidad de palabras posibles (Ayala et al., 2004). Al respecto, las autoras aclaran dos aspectos fundamentales:

Primero, que no todos los recursos anti-sexistas implican alargar la frase y por ello lentificar el discurso; y segundo, que la economía lingüística solo tiene sentido si se cumple el principio básico de comunicación, es decir, si la elocución resulta ambigua de nada sirve la parquedad de palabras. Insisten en que, si bien la concisión es un principio que rige el lenguaje periodístico, también lo son la claridad y la precisión.

En este apartado, es importante también aclarar la definición de otros conceptos relacionados con la temática del sexismo en la prensa deportiva, como son el *sexismo informativo* y el *sexismo discursivo*.

El sexismo informativo consiste en no informar, no haciendo visible el protagonismo de las mujeres como les corresponde.

Por su parte, el **sexismo discursivo** es ofrecer con frecuencia un protagonismo distorsionado o desenfocado de las deportistas, de sus logros y sus fracasos. Según el título *Nuevas tendencias de la lengua española en los medios de comunicación* estos dos conceptos son más propios del periodismo deportivo que el sexismo lingüístico como tal (Guerrero & Núñez, 2008).

La influencia del androcentrismo y del sexismo (informativo, lingüístico y discursivo) en la prensa contribuyen a ocultar la realidad de las mujeres en el ámbito deportivo y dificultan e impiden los intentos de cambiar la participación de las mujeres en las distintas esferas del deporte. El periodismo deportivo debe incluir en su lenguaje palabras y términos que reflejen los avances de la sociedad en materia de igualdad de género, que visibilicen la presencia de las mujeres en el deporte y aludan a sus capacidades y logros. En lugar de articular el sexismo a través de la lengua, esta debe servir para combatir el sexismo y los estereotipos, convirtiéndose en efecto y causa de los cambios sociales.

En este campo de búsqueda de la equidad, los principales aliados de la causa son los conceptos de *perspectiva de género* y de *lenguaje inclusivo*. Según numerosos autores y autoras que han abordado la temática de la representación de la mujer en el deporte, es indispensable que exista un tratamiento del deporte con perspectiva de género y un uso del lenguaje inclusivo para lograr la meta de igualdad entre hombres y mujeres. A continuación se definen estos conceptos tan importantes.

La **perspectiva de género** consiste en un modelo de actuación que parte del reconocimiento de la desigualdad social existente entre hombres y mujeres. A partir de este enfoque se elaboran materiales, programas y contenidos informativos que tengan en cuenta esa realidad social sobre la que se pretende actuar, y en última instancia, cambiar. Partir de la perspectiva de género significa partir de la realidad de mujeres y hombres en el deporte. Es fundamental reconocer esta situación para posibilitar los progresos en materia de inclusión de las mujeres en todos los ámbitos del deporte: “asumir la discriminación que ha existido contra las mujeres y las consecuencias de esta traerá como resultado contenidos más acertados y también más justos desde los medios de comunicación” (Consejo Superior de Deportes, 2011).

Para el CSD (2011) hacer un análisis desde la perspectiva de género de la situación de las mujeres deportistas en la disciplina implica tener en cuenta indicadores sobre el diferente impacto que ejercen los apoyos, barreras y las expectativas y comportamientos asociados al género de su entorno inmediato, para avanzar y proponer la forma de conseguir superar estas diferencias de género desafiando los modelos imperantes de la virilidad y la feminidad.

El **lenguaje inclusivo** es una propuesta de lenguaje no sexista que se enmarca dentro de las políticas de género como parte de una estrategia más amplia para visibilizar a las mujeres en la sociedad. El lenguaje inclusivo parte del supuesto de que, cambiando prácticas lingüísticas, se puede contrarrestar el sexismo y la discriminación. Según el Parlamento Europeo (2018) “la finalidad del lenguaje no sexista es evitar opciones léxicas que puedan interpretarse como sesgadas, discriminatorias o degradantes” al implicar que uno de los sexos o género social es la norma. A su vez, afirma que la utilización de un lenguaje equitativo en cuanto al

género e inclusivo ayuda a reducir los estereotipos de género, favorece los cambios sociales y contribuye a lograr la igualdad de género.

En el ámbito de la comunicación deportiva, es necesario que el lenguaje periodístico se haga eco de los procedimientos lingüísticos encaminados a evitar la discriminación por razón de sexo, para favorecer la toma de conciencia sobre dicha problemática en la sociedad y contribuir a despertar sensibilidades en torno a la necesidad de igualdad en el ámbito deportivo (Guerrero, 2007).

6. ESTADO DE LA CUESTIÓN

6.1 EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LA ACTUALIDAD

En el terreno mediático, actualmente el periodismo deportivo es “un territorio predominantemente masculino donde las desigualdades de género se han legitimado y acentuado” en comparación a otros campos de la comunicación de medios. En este sentido, los estudios recientes hablan de una infrarrepresentación de la cobertura mediática del deporte practicado por mujeres en comparación al practicado por hombres, creándose una desigualdad cuantitativa en las informaciones de la prensa. Además se reconoce un sesgo cualitativo, generado por el tratamiento recurrente de la información que representa a las deportistas sin modificar el discurso masculino dominante, mediante estereotipos y marcas de género (Gómez et al., 2017).

A ello se le añade que las noticias en las que aparecen las deportistas ocupan un espacio muy reducido en la prensa deportiva. Esto contribuye a crear la impresión de que las deportistas no existen o tienen poco valor en comparación con los hombres. Para Gómez: “la imagen que se proyecta de ellas y la información que se proporciona no es suficiente para convertirlas en referentes mediáticos para niñas y adolescentes, reforzando así la ausencia de mujeres deportistas en el imaginario social” (Gómez, 2015).

Según Rojas (2010) al periodismo deportivo se le acusa de seguir utilizando de forma sistemática un lenguaje sexista que refuerza la transmisión de estereotipos y roles tradicionales, de mostrar la realidad desde un modo androcéntrico donde las mujeres son representadas de manera asimétrica frente a los hombres y donde rara vez aparecen como protagonistas de las noticias. Por todo ello, afirma que la

profesión periodística está en el punto de mira de la crítica feminista que reivindica un tratamiento más ecuánime de las informaciones y un periodismo menos masculinizado y estereotipado.

Estudios recientes como el de Sainz (2018) sobre la presencia y tratamiento de las deportistas en los medios de comunicación señalan que, si bien se aprecian cambios positivos respecto a estudios anteriores en cuanto a visibilidad, todavía las mujeres no son fuente de sus propias informaciones y su identificación, con nombre y apellidos, no es equiparable a la de los hombres. Además, afirma que el análisis cualitativo confirma que se mantienen los estereotipos y los sesgos discursivos, aunque también se comienzan a apreciar ejemplos del buen uso del lenguaje.

Otra investigación actual sobre la misma temática en la prensa local de Castilla y León concluye que existe una discriminación de carácter estructural en la prensa, es decir, en referencia a la sección deportiva en su conjunto más allá de los ítems individuales. La presencia del deporte practicado por mujeres es considerablemente menor a la del deporte masculino. Por otro lado, el estudio no detecta un tratamiento sexista de la información de las deportistas ya que “en cuanto a la descripción y la narración de las informaciones éstas se centran en lo deportivo, sin utilizar expresiones eróticas, minusvalorativas de la mujer o despectivas” y “el motivo de la información es el deporte, no cualquier otra característica relativa al género” (Martínez & Perrino, 2020).

En el mismo año, un estudio sobre la cobertura informativa de la Copa Mundial de Baloncesto Femenino FIBA 2018 en los diarios Marca y As, concluyó que la misma sigue siendo deficitaria ya que se basa en informaciones breves de menor relevancia que ocupan espacios en los márgenes de las páginas, en tablas de resultados y crónicas de partidos. Además, ni Marca ni As dedicaron la noticia principal de la portada a la selección a pesar de la medalla de bronce conseguida, hecho que conlleva un menor impacto mediático y, por tanto, menor influencia social e invisibilización de referentes deportivos femeninos (Blanco & Tirado, 2020).

Como se observa, los estudios que demuestran la desigualdad de género en el ámbito de la cobertura y el tratamiento de la información en los medios de comunicación en general y en la prensa deportiva en particular, van en aumento en

los últimos años y continúan señalando los mismos errores del pasado, a pesar de algunos cambios positivos. Es por ello que diversos organismos e instituciones oficiales de ámbito autonómico, nacional, europeo e internacional han tomado plena conciencia de este fenómeno sociolingüístico y han promovido, difundido y editado guías y manuales con recomendaciones y orientaciones encaminadas a erradicar el lenguaje sexista del ámbito administrativo y de los medios de comunicación, proponiendo el uso de un lenguaje no sexista, neutro e inclusivo.

Algunas de estas guías y manuales más relevantes del ámbito administrativo que han servido de referencia para la realización de este trabajo de investigación son: *Manual de lenguaje administrativo no sexista* (Ayala et. al., 2002), *Un lenguaje neutral en cuanto al género en el Parlamento Europeo* (Parlamento Europeo, 2018), *Guía para un uso igualitario del lenguaje administrativo* (Ayala et. al., 2004) y *Guía para un uso igualitario y no sexista del lenguaje y de la imagen en la Universidad de Jaén* (Guerrero, 2012).

En cuanto a las guías y manuales para los medios de comunicación y para el periodismo deportivo destacan: *Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones* (Consejo Superior de Deportes, 2011), *Guía de lenguaje para el ámbito del deporte* (Lledó, 2009), *Hablamos de deporte* (Alfaro et. al., 2010) y *Guía para un uso igualitario del lenguaje periodístico* (Ayala et. al., 2006).

Además, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, el plan de acción adoptado por la Asamblea General de la ONU en favor de las personas, el planeta y la prosperidad (ONU, 2023) reconoce el papel del deporte como un importante facilitador para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible por su papel de aliado en las iniciativas de lucha contra la desigualdad y la discriminación basada en el género.

En este contexto, la ONU pone en marcha una iniciativa para avanzar hacia la igualdad en el acceso y la participación de las mujeres en los distintos ámbitos de la actividad deportiva impulsando el programa *Una victoria lleva a la otra* (UVLO) con la participación del Comité Olímpico Internacional, cuyo objetivo es fomentar el deporte como una herramienta eficaz para transmitir mensajes importantes, movilizar a la comunidad y llegar a las juventudes. En el marco de esta iniciativa, la guía *Perspectiva*

de género en el periodismo deportivo. Para una información deportiva libre de estereotipos pretende deconstruir estereotipos de género de las mujeres en el deporte y trabajar para proporcionar un espacio seguro para la práctica y la formación deportiva de las mujeres en los medios de comunicación (ONU Mujeres, 2021).

Los crecientes esfuerzos por suprimir el lenguaje sexista de los medios de comunicación para fomentar la libre y plena existencia de las mujeres en la lengua y, como consecuencia, en el deporte, demuestran que se trata de un tema de máxima actualidad. Las instituciones, organizaciones públicas y privadas y los gobiernos expresan su preocupación impulsando y ofreciendo modelos y alternativas del uso del lenguaje que pueden y deben aplicarse a la disciplina periodística.

6.2 LA EUROCOPA 2022

A esta preocupación por suprimir el lenguaje sexista de los medios de comunicación se suma también el creciente interés que despierta el deporte practicado por mujeres entre la audiencia, cuyo caso se ejemplifica de manera excepcional en el fútbol, con la celebración de la última Eurocopa en Inglaterra.

Algunos datos interesantes para evaluar la magnitud del evento acontecido en la pasada *Women's EURO* 2022 proporcionados por el órgano rector del fútbol europeo son los siguientes (UEFA, 2022):

- **357.993 aficionados y aficionadas asistieron a la primera fase de la competición.** A falta de siete partidos para la finalización del torneo (los pertenecientes a cuartos de finales, semifinales y la final) ya se habían superado todos los récords de asistencia a los estadios de las citas anteriores.
- **68.871 personas acudieron al partido inaugural** en Old Trafford (Manchester), superando los 41.301 en la final de 2013 en Solna.
- **87.192 espectadores y espectadoras presenciaron la final**, la mayor asistencia en partidos de la EURO femenina.
- **18.544 personas de media por partido**, superando ampliamente la media de 9.000 por encuentro del récord anterior.
- **574.875 entradas vendidas en total.** Nuevo récord de asistencia global al torneo.

Por su parte, las deportistas también consiguieron batir récords en el ámbito deportivo (UEFA, 2022):

- **Récords de equipo**

- **Más goles en una fase final.** Con 22 goles, Inglaterra rompió el récord de goles a favor.
- **Más goles en una fase de grupos.** Inglaterra, con 14 goles, superó la anterior marca de 11 goles en una sola fase de grupos.
- **Más puntos en una fase de grupos.** Inglaterra y Alemania, con 9 puntos cada una, consiguieron completar una fase de grupos perfecta.

- **Récords de jugadoras**

- **Más goles en una fase final.** 6, Beth Mead (Inglaterra) y Alex Popp (Alemania).
- **Más goles en una fase de grupos.** 5, Beth Mead (Inglaterra).
- **Marcar en los tres partidos de grupo.** Beth Mead (Inglaterra) y Alex Popp (Alemania).
- **Más número de partidos consecutivos marcando.** 5, Alex Popp (Alemania).
- **Más goles como suplente.** 4, Alessia Russo (Inglaterra).
- **Más goles en una primera parte.** 3, Grace Geyoro (Francia - Italia).
- **La goleadora más veterana.** Julie Nelson, 37 años y 33 días.

Los datos demuestran que el impacto social y deportivo de la *Women's EURO 2022* ha sido el más grande hasta el momento para un evento deportivo de estas características. Una razón más que de peso para exigir una presencia (visibilización) y tratamiento informativo (correcta representación de las deportistas) por parte de la prensa deportiva a la altura del hito histórico del evento y de los éxitos y logros deportivos de las participantes. A la prensa deportiva, como medio de comunicación de masas, le corresponde el deber social de construir la noticia y la cobertura sobre las mujeres en el deporte con una perspectiva sensible al género, que no las describa desde su aspecto físico, no las sexualice o no las defina en función de sus pares varones, entre otras estrategias comúnmente utilizadas.

7. MARCO METODOLÓGICO

7.1 METODOLOGÍA

La metodología de este trabajo de final de grado se cimenta en una investigación empírica fundamenta en un diseño no experimental transversal (Sampieri, 2014). La información que sustenta el estudio se basa en datos de naturaleza cuantitativa y cualitativa que se obtienen mediante un análisis de contenido apoyado en la lectura realizada de manera “sistemática, objetiva, replicable y válida” y que combina intrínsecamente la observación, la producción de datos, la interpretación y el análisis de los mismos (Andréu, 2001).

Se miden variables específicas que analizan el potencial tratamiento sexista del deporte practicado por mujeres a través de una ficha de análisis estructurada con *categorías* (indicadores de sesgos lingüísticos, discursivos y estereotipos de género) *criterios* y *consecuencias*, en un determinado contexto, el del periódico deportivo MARCA durante la Eurocopa 2022. A continuación, se analizan los datos cuantitativamente por el método estadístico para medir y estimar la magnitud del fenómeno y cualitativamente para comprender e interpretar el objeto de estudio llegando a generalizaciones teóricas. Mediante el enfoque mixto se pretende obtener una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno (Sampieri, 2014).

7.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

El objeto de estudio se contextualiza en la participación del combinado español en la competición *WOMEN'S EURO* de la UEFA, ocurrida entre el 6 y el 31 de julio de 2022. El motivo de la elección se debe a criterios de relevancia, proximidad y emoción que hacen de la participación de la selección nacional un evento noticiable al cual, a prior, se le debería haber otorgado un tratamiento adecuado por parte de la prensa deportiva. La selección de este periódico especializado en deporte se realizó por ser el más relevante de nuestro país según datos del último *ranking* de diarios elaborado por el Estudio General de Medios (EGM) de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, que lo sitúa a la cabeza de los demás periódicos (tanto generalistas como especializados) en número diario de lectoras y lectores, con 891.000 personas que navegan el portal cada día para conectar con la actualidad deportiva nacional e internacional (AIMC, 2022).

Del total de la población, sesenta y cuatro piezas informativas publicadas por el periódico, se determinó el tamaño de la muestra atendiendo a los siguientes criterios:

- **Género:** las piezas deben ser noticias, reportajes, crónicas o artículos de opinión publicados en la sección *Eurocopa Femenina* dedicada a la cobertura informativa del evento. No se incluyen las entrevistas o ruedas de prensa, ya que son las propias jugadoras o el técnico quien habla; ni las noticias breves, que carecen de profundidad.
- **Protagonismo de la información:** la información debe versar en torno a la selección nacional y/o sus jugadoras, así como su cuerpo técnico cuando la información sea en relación con el equipo y su desempeño en la competición.
- **Fecha:** las informaciones deben haber sido publicadas entre el 6 de julio (fecha de inicio del torneo) y el 22 de julio, día en que, tras la eliminación de España y posterior análisis y reflexión, el periódico dejó de publicar notas sobre la Selección.

El total de elementos a analizar se corresponde, entonces, de treinta y seis notas periodísticas (ver tabla 1). Se asigna a cada pieza un número que será único para su identificación a lo largo del estudio.

Tabla 1: Muestra de las piezas informativas analizadas

Nº	Fecha	Género	Titular	Enlace
1	6/7/22	Noticia	Alexia Putellas seguirá en Inglaterra como parte del grupo	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/06/62c56cdd22601d721e8b45a5.html
2	6/7/22	Noticia	La Eurocopa sale a escena en el 'teatro de los sueños'	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/06/62c49e6e268e3e12678b458e.html
3	7/7/22	Noticia	España Fútbol Club	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/07/62c5bdaee2704e3c498b45bc.html
4	7/7/22	Noticia	Mapi - Misa y la intrahistoria de un vídeo que encendió las redes	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/07/62c5c023e2704e5c918b45fd.html
5	7/7/22	Noticia	Jorge Vilda: "cuando pasó lo de Alexia, la concentración era casi un funeral"	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/07/62c6b3c9268e3efb208b45ea.html
6	8/7/22	Noticia	España - Finlandia: horario y dónde ver hoy el debut de la selección en la Eurocopa femenina 2022	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/08/62c7fb32268e3e10078b4573.html

7	8/7/22	Crónica	España vuelve a sonreír	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/espana-vs-finlandia/cronica/2022/07/08/62c83d3e22601d9f3f8b4583.html
8	8/7/22	Noticia	Sin reina, buenas son guerreras	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/08/62c86d8746163bf7b8b45d7.html
9	8/7/22	Noticia	Una para todas y todas por Alexia	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/08/62c8886246163fe9418b45b5.html
10	8/7/22	Noticia	España lo tiene claro: con todo y contra todo	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/08/62c72b8222601d25348b45b.html
11	8/7/22	Noticia	Un mural de Mapi León, protagonista en las calles de Londres	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/08/62c7e82d22601dfe048b4588.html
12	8/7/22	Noticia	Aitana le dedicó el gol a Alexia Putellas... que llevaba el '14' de Virginia Torrecilla	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/08/62c8714622601d6e048b45d1.html
13	10/7/22	Reportaje	Aitana Bonmatí: en la mente de una MVP	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/10/62c9ca51e2704efc728b456f.html
14	11/7/22	Reportaje	España sabe ganar a Alemania	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/11/62cb2b82ca47412c528b45de.html
15	12/7/22	Reportaje	España saca músculo ante Alemania	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/12/62cc72a3e2704e717b8b45a8.html
16	12/7/22	Crónica	Los errores condenan a España	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/cronica/2022/07/12/62cdb24cca47418c328b4588.html
17	12/7/22	Noticia	Estas son las cuentas para ver a España en cuartos	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/12/62cdd23622601d956e8b45e0.html
18	12/7/22	Noticia	Las Embajadoras de Iberdrola visitan a la selección española femenina de fútbol	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/12/62cd649746163fb98c8b45c5.html
19	12/7/22	Noticia	No todo puede ser culpa de Jorge Vilda	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/12/62cddee9268e3e0f5b8b4617.html
20	13/7/22	Noticia	España engancha a la audiencia	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/13/62cf0816268e3e163b8b4585.html
21	13/7/22	Noticia	España vuelve a perder 1221 días después	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/13/62cdf35de2704ef6ac8b45b6.html
22	14/7/22	Noticia	Sheila García toma el mando	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/14/62cf2df5268e3e46298b45c4.html
23	14/7/22	Noticia	Laia Aleixandri entrena al margen a dos días de la final contra Dinamarca	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/14/62d048b9e2704eeea728b4590.html
24	14/7/22	Opinión	A mí sí que me gustó España	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/opinion/2022/07/14/62d0693a268e3ed35d8b4599.html

25	15/7/22	Noticia	Claudia Pina, la 'peque' pide paso	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/15/62d06272ca47411b348b458a.html
26	15/7/22	Noticia	El blanco se pone a debate por la regla	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/15/62d06674268e3ed35d8b4593.html
27	16/7/22	Noticia	A España no le vale sólo pasar ante Dinamarca	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/16/62d19b35268e3e24448b458d.html
28	16/7/22	Crónica	Cardona desatasca un partido en el que España tuvo que remar	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/cronica/2022/07/16/62d2ffb7ca4741fc4f8b4597.html
29	18/7/22	Reportaje	Dos llamadas que cambiaron la vida de Marta Cardona	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/18/62d469dfca47411a3e8b4588.html
30	19/7/22	Reportaje	España necesita los goles de Esther	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/19/62d582e846163faba28b45e5.html
31	20/7/22	Noticia	Inglaterra - España: horario, canal y dónde ver hoy en TV y online la Eurocopa Femenina 2022	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/20/62d8319c46163f64278b4598.html
32	20/7/22	Reportaje	España saca las alas ante Inglaterra	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/20/62d6fa8fca474194448b45b3.html
33	20/7/22	Crónica	España se despide de la Eurocopa con la cabeza alta	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/cronica/2022/07/20/62d840d422601d17488b45c4.html
34	21/7/22	Noticia	Si hay que perder, que sea así	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/21/62d87fdcca4741ba3d8b4575.html
35	21/7/22	Noticia	Nuevo récord para el fútbol femenino en RTVE: 2,4 millones de espectadores (23,3%) vieron el España - Inglaterra	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/21/62d90e08268e3e5d1a8b45a1.html
36	22/7/22	Noticia	Este equipo quiere más	https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/07/22/62da5a2eca474149268b4587.html

Fuente: elaboración propia.

7.3 INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS

La presente ficha de análisis (ver tabla 2) se utiliza como referencia para el vaciado de contenido. Mediante los siguientes indicadores se pretende discernir si ha existido un uso sexista del lenguaje, un protagonismo distorsionado o desenfocado de las deportistas y sus logros o una transmisión de estereotipos de género sexistas en la cobertura informativa realizada a la selección española que provoque que las futbolistas profesionales hayan podido verse perjudicadas en la representación mediática con respecto a los deportistas varones.

Tabla 2: Indicadores del tratamiento sexista de la información deportiva en la prensa

Categoría	Criterio		Consecuencia
Indicadores de sesgos lingüísticos	Masculino genérico	Términos sexuados en masculino para referirse a mujeres o ambos sexos	Generar ambigüedad cuando carece de claridad informativa y puede ocultar a las mujeres
	Adjetivación estereotipada	Adjetivos calificativos que hacen hincapié en cualidades estéticas o personales	Prolongar los estereotipos de género femeninos tradicionales
		Belleza: <i>guapa, bella...</i>	
		Aspecto físico: <i>exuberante, espectacular...</i> Personalidad: <i>simpática, vergonzosa...</i>	
	Feminizaciones incorrectas	Sustantivos sexuados en masculino para profesionales, deportistas o profesional técnico	Las mujeres pueden parecer ajenas a la actividad deportiva
	Léxico en masculino sin correspondencia en femenino	Términos de la jerga deportiva en masculino que no tienen correspondencia en femenino	Consolidar la idea de que el deporte es un ámbito reservado para los hombres y dificultar la representación de las mujeres
	Coloquialismos y vulgarismos	Citas o discursos contruidos con términos despectivos u ofensivos para hablar de las deportistas	Propagar estereotipos de género y/o elaborar informaciones ofensivas o incitadoras a la violencia
		Insulto: palabra o expresión empleada para ofender o humillar a una persona	
		Palabra malsonante: palabra o expresión que ofende al pudor, al buen gusto o a la religiosidad	
		Refrán: frase popular que se repite y que expresa un pensamiento moral, consejo o enseñanza	
Dicho: palabra o enunciado que dice o expresa una idea con gracia o con aprovechamiento moral			
Figuras retóricas	Léxico concerniente a los genitales: disfemismos relacionados con los genitales masculinos o femeninos	Trivializar o frivolar la información y/o transformar los éxitos en hechos anecdóticos	
	Uso de la función poética del lenguaje mediante léxico o expresiones estereotipadas para atraer y entretener al auditorio		
	Metáfora: comparar directamente dos o más objetos sin relación aparente otorgándole el mismo significado		
	Metonimia: designar a una cosa mediante el nombre de otra por la relación de contigüidad o inclusión entre los significados de ambas		
	Hipérbole: intensificar lo evidente para disminuir o aumentar el significado, exagerar, intensificar o hacer más divertidos los hechos		
Infantilización	Símil: comparar explícitamente dos objetos diferentes	Negar la madurez y presentar a las mujeres como incapaces de asumir el rol social adecuado	
	Minimizadores diminutivos, sustantivos o apodos que presentan a las mujeres como sujetos infantiles		
Mujeres sin nombre	Términos que homogenizan a las mujeres como colectivos indivisibles	Incapacitar a la audiencia la identificación de referentes femeninos con nombre y apellido	
	Deportista/Deportistas: <i>la deportista, las deportistas...</i>		
	Atleta/Atletas: <i>la atleta, las atletas...</i> Jugadora/Jugadoras: <i>la jugadora, las jugadoras...</i>		

	Identificación sexual	Términos que aluden a la condición sexuada de las deportistas para nombrarlas	Presentar a las deportistas como mujeres antes que como profesionales y afianzar al grupo masculino como el detentor de los valores universales de la profesión	
		Femenino/Femenina: <i>fútbol femenino, categoría femenina...</i>		
		Mujer/Mujeres: <i>mujer árbitra, mujeres deportistas...</i>		
		Chica/Chicas: <i>la chica, las chicas...</i>		
		Fémica/Fémicas: <i>la fémica, las fémicas...</i>		
		Dama/Damas: <i>la dama de..., damas de...</i>		
Indicadores de sesgos discursivos	Expresiones condescendientes	Frases o palabras con connotaciones paternalistas, indulgentes o menospreciativas para referirse a las deportistas	Consolidar la idea de que a las mujeres se les "permite" estar en el deporte por pura consideración y no porque posean cualidades para ello	
	Orden de presentación	Presentar en primer lugar al hombre cuando se hace alusión a los dos sexos	Reforzar la idea de que el sexo masculino es prioritario y tiene un lugar privilegiado en el ámbito deportivo	
	Excepcionalidad	Transmitir los logros femeninos como hechos excepcionales o extraordinarios	Fomentar el androcentrismo que rige la información deportiva donde el hombre es el protagonista	
	Tratamiento familiar	Nombrar a las deportistas solamente por su nombre de pila o de manera coloquial	Nombre de pila: sin apellidos Artículo: se añade el artículo "la" al nombre propio	Reducir su importancia social y añadir una familiaridad inapropiada para el tratamiento periodístico
	Dependencia	Nombrar o mostrar a las deportistas como dependientes de los varones	Representar a las deportistas por su relación con otros varones, subordinadas a ellos	
Propiedad	Nombrar o mostrar a las deportistas como pertenecientes a la audiencia	Representar a las deportistas como seres no individuales		
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	Mirada androcéntrica	Tomar como modelo deportivo la figura masculina o las características asociadas a los hombres	Reforzar la idea de que el referente universal en el deporte es el hombre	
		Comparaciones: establecer similitud con el deporte practicado por hombres		
		Referentes masculinos: utilizar figuras masculinas como referentes		
	Estereotipo de belleza	Discurso que hace hincapié en las cualidades estéticas de las deportistas o que las presenta como objeto sexual	Reforzar el significado del máximo valor que la sociedad patriarcal otorga a las mujeres, el de su cuerpo	
	Referencias sexistas	Destacar aspectos de las deportistas que no tienen entidad para ser objeto de atención informativa	Desfavorecer a las mujeres en la representación mediática como deportistas profesionales	
		Anécdotas: detalle o sucesos accidentales o de escasa importancia		
		Hechos humorísticos: acontecimientos curiosos o divertidos		
Pelear o controversias: enfrentamientos o discusiones de opiniones contrapuestas				
Rivalidades: oposición o enemistad entre deportistas que aspiran a lograr una misma cosa				
Declaraciones morbosas: información desagradable o cruel				
Identificación	Citar a las deportistas por sus relaciones familiares	Restar importancia al motivo principal por el cual la deportista debe ser protagonista de la noticia		
	Relación amorosa: <i>esposa de..., novia de...</i>			
	Vida personal o familiar: <i>madre de..., hija de...</i>			

	Asignación de roles de género	Recoger información sobre la dedicación y responsabilidad familiar de las deportistas	Dejar de lado o minimizar las expectativas profesionales o logros deportivos de las deportistas y mantenerlas dentro de los límites del mundo privado y el papel familiar
		Dedicación familiar: información sobre lo vivido dentro del hogar o en el seno familiar	
		Vida personal: información sobre aspectos de la vida privada	

Fuente: elaboración propia a partir de CSD, 2011; Sainz de Baranda, 2018 y Guerrero, 2017.

Se considera que la presencia de estos indicadores denota una falta de perspectiva de género y de lenguaje inclusivo en las informaciones y, por tanto, contribuye a la invisibilización y a la incorrecta representación del deporte practicado por mujeres.

Con la finalidad de medir cuantitativamente la presencia de los indicadores y determinar el grado de tratamiento sexista de cada pieza informativa se ha asignado una puntuación a cada uno de ellos (ver tabla 3).

Tabla 3: Baremo de puntuación de los indicadores de tratamiento sexista

Indicadores			Puntuación
<i>Sesgos lingüísticos</i>	1.	Masculino genérico	0,5
	2.	Adjetivación estereotipada	0,5
	3.	Feminizaciones incorrectas	0,5
	4.	Léxico en masculino sin correspondencia en femenino	0,5
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	0,5
	6.	Figuras retóricas	0,5
	7.	Infantilización	0,5
	8.	Mujeres sin nombre	0,5
	9.	Identificación sexual	0,5
<i>Sesgos discursivos</i>	10.	Expresiones condescendientes	0,5
	11.	Orden de presentación	0,5
	12.	Excepcionalidad	0,5
	13.	Tratamiento familiar	0,5
	14.	Dependencia	0,5
	15.	Propiedad	0,5
<i>Transmisión de estereotipos de género</i>	16.	Mirada androcéntrica	0,5
	17.	Estereotipo de belleza	0,5
	18.	Referencias sexistas	0,5
	19.	Identificación sexista	0,5
	20.	Asignación de roles de género	0,5
Puntuación máxima			10

Fuente: elaboración propia

A la suma de los indicadores en cada texto informativo seleccionado se le ha adjudicado un valor (ver tabla 4) que va de 0 (muy bajo) a 10 (muy alto).

Tabla 4: Indicador del grado de tratamiento sexista de la información deportiva

Muy bajo	0 - 1,9
Poco	2 - 3,9
Neutral	4 - 5,9
Alto	6 - 7,9
Muy alto	8 - 10

Fuente: elaboración propia

Mediante esta tabla se estableció si una nota periodística tiene un índice de tratamiento sexista muy bajo, poco, neutral, alto o muy alto. Como consecuencia y atendiendo a la totalidad de la muestra se puede identificar la tendencia de MARCA a la representación correcta o incorrecta de las deportistas.

8. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

8.1 ANÁLISIS DEL USO DEL LENGUAJE

A continuación se analiza en detalle el uso del lenguaje a través de los indicadores hallados y se ofrecen algunas recomendaciones encaminadas hacia un lenguaje inclusivo y un discurso con perspectiva de género en el periodismo deportivo.

Indicadores de *sesgos lingüísticos*

Masculino genérico

Un rasgo común de las informaciones analizadas es que los textos periodísticos se redactan utilizando el masculino genérico. Esto contribuye a invisibilizar a las deportistas ya que, o bien genera ambigüedad, o bien oculta a las mujeres.

Al tratarse de una competición de deporte practicado por mujeres prima en la información el protagonismo de sujetos femeninos.

Sin embargo, por un lado se observa que, cuando se usan sustantivos femeninos o se hace referencia a sujetos femeninos existe una falta de concordancia de género entre estos y los términos o terminaciones verbales utilizadas:

En varias ocasiones se utilizan nombres o verbos en masculino para referirse a las selecciones nacionales participantes aunque la palabra *selección* es femenina: "España y Finlandia serán los encargados [...]" (6), "El resto de los integrantes de dicho sector son Alemania y Dinamarca [...]" (6), "[...] no quieren hablar de favoritos" (3), "[...] España, favorito para las casas de apuestas y elogiado por sus rivales" (2) o "España y Alemania se ven emparejados" (14) cuando lo correcto sería que existiera concordancia entre el género y el nombre o verbo: *las encargadas, las integrantes, favorita, elogiada, emparejadas*. También al mencionar el palmarés de la Eurocopa (2) se comenta que tiene un "dueño indiscutible", siendo más correcto hablar de *una dueña indiscutible* ya que se refiere a la selección con más títulos continentales. Ocurre lo mismo al mencionar al "último campeón" (2) o al "campeón de Europa" (20) debiendo optar por la *última campeona* o la *campeona de Europa*. En otras piezas (2) (33) se menciona a la selección inglesa como la "anfitrion" del torneo en lugar de la *anfitriona*.

También se utilizan términos sexuados en masculino para referirse a las deportistas. Es el caso de "Carmona fue el revulsivo que España necesitaba" (28) o la "centrocampista defensivo" (23). Este uso es incorrecto para referirse a las futbolistas, debería existir concordancia en femenino: *la revulsiva y la centrocampista defensiva*. Así mismo, se observa el uso de los pronombres personales "le" y "les" para designar en el discurso a las deportistas, como "le mantuvo alejada" (29) o "el empate les mete en cuartos" (27), cuando se deberían usar los pronombres *la* o *las* para la forma femenina: *la mantuvo alejada y el empata las mete en cuartos*.

Por otro lado, se aprecia en las piezas informativas el uso del género gramatical masculino no marcado que incluye a los dos géneros: "informados" (6), "aficionado" (9), "fisios" (23), "espectadores" y "seguidores" (35). En el caso de esta competición con claro protagonismo femenino este uso resulta ambiguo y hace que aumente la invisibilidad de las mujeres. Una opción más inclusiva es el uso de desdoblamiento, por ejemplo: *informados e informadas, aficionados y aficionadas, las y los fisioterapeutas*. O, si no se quiere afectar a la economía lingüística, un sustantivo

colectivo siempre que sea posible: *la afición, la audiencia, aquellas personas que quieran mantenerse informadas.*

Los usos escogidos por la prensa invisibilizan a las mujeres de estos colectivos, tanto a las profesionales como a las aficionadas y denotan la perspectiva androcéntrica del deporte.

Adjetivación estereotipada

Se observa la utilización de un adjetivo estereotipado (22) para describir a la futbolista Sheila García, “la menuda futbolista...”, en relación con su talla pequeña que, sin embargo, no le impide alzarse como una de las piezas valiosas de la selección, “...se ha erigido como uno de los comodines para Jorge Vilda”. Esta referencia al aspecto físico de la deportista es innecesaria cuando lo que se pretende destacar son sus capacidades o su desempeño en el terreno de juego. Guerrero (2017) afirma que existe una clara asimetría en los adjetivos calificativos según el género que demuestra como los estereotipos masculinos y femeninos siguen vigentes. Mientras los adjetivos referidos a los deportistas tienen que ver con la competencia y la fuerza, los referidos a las deportistas se relacionan fundamentalmente con la belleza o el aspecto físico. Un discurso más adecuado en este contexto sería resaltar su capacidad competitiva para lograr hacerse con un puesto en el equipo.

Coloquialismos y vulgarismos

Destaca la presencia del refrán “los mejores perfumes se guardan en frascos pequeños” (13) que hace referencia a la talla pequeña de la futbolista Aitana Bonmatí. Si bien la intención es el elogio afirmando que en la pequeñez física pueden esconderse grandes cualidades, la alusión al aspecto físico resulta en una representación estereotipada que hace hincapié en la estética para definir las cualidades como deportista y refuerza el estereotipo de que las deportistas deben mantener sus características femeninas (“pequeña”) y encajar en el ideal de belleza masculino.

Este refrán introduce un discurso que se centra por completo en el cuerpo de la deportista con comentarios por parte del periodista como los siguientes: “mide sólo

161 centímetros de altura” y “Su talla ha hecho que también se vea obligada a experimentar un cambio físico”. El discurso pretende remarcar que, a pesar de sus condiciones físicas, la jugadora es una futbolista diferencial.

Figuras retóricas

Se encuentran en el análisis tres ejemplos del uso de metáforas que refuerzan estereotipos de género.

El primer caso, “España es ahora mismo una paciente depresiva que necesita de medicación para poder volver a ser ella misma” (10), hace referencia al estado anímico de la selección al que identifica como en “un pozo”. El análisis léxico es el componente más obvio de un análisis ideológico de los discursos (Van Dijk, 2000). Esta metáfora trivializa con la situación anímica de la selección comparándola con otra con la cual no tiene una relación literal. Establece una relación insólita que perpetúa estereotipos negativos como que las mujeres no son aptas para el deporte ya que no pueden controlar las emociones del mismo modo que los hombres (Salido, 2021). La representación de las deportistas como pacientes en depresión las desvaloriza y las presenta como débiles.

El segundo caso, “la cenicienta del grupo” (10), utiliza una metáfora basada en el estereotipo femenino de la mujer pobre y desamparada que, cambiando y mejorando su apariencia (vestimenta, peinado y demás ornamentos) consigue conquistar al príncipe. En esta ocasión se utiliza la expresión para referirse al equipo a priori más débil pero que puede dar la campanada, es decir, ganar el partido.

El último ejemplo compara a las deportistas de la selección española con ángeles: “España saca las alas ante Inglaterra” y “La futbolista del United es una ‘diabla’ dentro del campo [...] pero un ángel fuera de él” (32). La metáfora se aprovecha del término *diablas* -apodo con el que se conoce a las jugadoras del Manchester United, equipo donde milita Ona Batlle, a quien se refiere el discurso- contrastándolo con la supuesta condición de *ángel* de la futbolista en su vida privada. Este uso retórico del lenguaje fomenta la identificación de lo femenino con la santidad y la religiosidad y exalta las cualidades de sensibilidad, entrega, emotividad y afecto emanadas de su supuesta *naturaleza angelical* (Cantero, 2011). Es decir, refuerza el estereotipo de la mujer

como santa, decente, pura, casta, sensible, emotiva, entregada, etc.; tópicos tradicionales que prolongan las desigualdades de género en el ámbito deportivo y en la sociedad en general.

La solución en estos casos pasa por utilizar la función referencial a la hora de representar a las deportistas, en vez de la función poética.

Infantilización

En ocasiones se menciona a las jugadoras por un nombre hipocorístico que, en forma diminutiva, abreviada o infantil, se usa como designación cariñosa, familiar o eufemística (RAE, 2023).

Se utilizan para referirse a las futbolistas nombres en forma diminutiva o abreviada como es el caso de “Mapi”(3) (4) (7) (11) (21) (33) que proviene de María Pilar, “Misa” (3) (4) en lugar de María Isabel, “Tere” (5) en vez de Teresa o “Patri” (15) en vez de Patricia.

Nombrar a las deportistas por apodos o diminutivos en el contexto mediático puede incurrir en representarlas como sujetos infantiles y, en palabras de Altés (2004), incapaces de asumir de forma madura el rol social adecuado. Para Bach et. al. (2000) identificarlas mal supone una falta de rigor periodístico y una manera de opinar implícita: expresa desconsideración, irrelevancia y exceso de familiaridad. Afirma que con este tratamiento parece como si las mujeres fuesen menores de edad y nunca pudieran alcanzar el trato respetuoso que debería corresponder a las personas adultas y que se les da a los hombres.

Además, este tratamiento infiere una connotación paternalista y contribuye a que la sociedad no tome en serio la participación de las deportistas en los torneos y competiciones. No es recomendable referirse a las deportistas por los apodos o diminutivos de sus nombres. Es decir, el uso de nombre y apellido debería ser constante en la cobertura de eventos donde participan mujeres y hombres (CSD, 2011).

También se observan en las informaciones términos en forma infantil para referirse a las deportistas como “sus pupilas” (5) o “la peque” (25). En el primer caso, se incide

en el rasgo de infantilización hacia las deportistas representándolas como sujetos menores de edad que obedecen a un *maestro* o *educador*. En el segundo, se utiliza el término para subrayar que la jugadora es la integrante más joven del plantel nacional. Para no caer en la infantilización de las deportistas, Lledó (2009) indica que, por muy jóvenes que sean las mismas, no deben ser tratadas así por una cuestión de respeto. Esta abreviatura que significa *niña pequeña* o de corta edad, puede provocar un efecto cognitivo de minusvaloración debido al paternalismo y a la condescendencia (Guerrero, 2017).

Identificación sexual

Frecuentemente se establece una identificación por género de la competición, de la selección nacional o del deporte practicado.

En el caso de la competición en juego los ejemplos encontrados son: “Eurocopa femenina” (2) (5) (6) (7) (19) (31) (35), “competición femenina” (18) (20) y “competiciones femeninas” (35). La finalidad perseguida por la prensa al identificar el género es que no se produzca una asociación incorrecta con el mismo torneo masculino. Sin embargo esto nunca ocurriría puesto que ambas competiciones nunca suceden a la vez, por lo tanto la identificación resulta innecesaria ya que solamente se realiza en el caso de las mujeres.

Respecto al equipo nacional se advierte: “Selección española femenina” (18), “Roja femenina” (24) y “selección femenina” (35). Estos usos denotan que, cuando se habla mediáticamente de la Selección, se da por sentado que se trata de la masculina. No obstante, esto es en realidad una falta de precisión, una de las características exigibles al lenguaje periodístico. Se debería designar a la Selección como *femenina* o *masculina* siempre en todas las informaciones.

Identificar a la competición o a la selección como *femenina* afianza la idea de que la masculina es la principal y la femenina es una categoría. Guerrero (2017) explica que frente al valor doble del género gramatical masculino en español, el femenino solo tiene un uso específico (únicamente referido a las mujeres) y por tanto posee un sentido restrictivo. Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010) señalan que el efecto

cognitivo que provoca este rasgo es presentar a las deportistas, antes que como profesionales, como mujeres.

Sobre el deporte practicado se hallaron: “deporte femenino español” (18), “deporte femenino” (18), “fútbol femenino” (20) (35). La palabra *femenino/femenina* acompañando al sustantivo acentúa la idea de que el referente es el deporte masculino. Son términos superfluos que contribuyen a afianzar la supremacía histórica del grupo masculino en el ámbito deportivo (Bengoechea & Calero, 2003).

En este análisis se ha comprobado que, tal como indica Guerrero (2017), este sesgo es muy común en las informaciones que versan sobre equipos o competiciones de mujeres y demuestra que la prensa y quien escribe no distingue entre deporte masculino y deporte femenino, sino que toma por norma el deporte practicado por hombres y, como excepción, el practicado por mujeres. De ahí que se deba establecer una categoría aparte. La solución pasa por empezar a considerar la distinción entre *deporte masculino* y *deporte femenino* por igual y no únicamente en el caso de las mujeres.

Indicadores de sesgos discursivos

Expresiones condescendientes

Quien escribe, hablando de la selección nacional, relata: “[...] el equipo rebosa tranquilidad e incluso son las propias jugadoras las que se han puesto el chip competitivo en *modo on*” (5) en referencia a los infortunios que sufrió el equipo al inicio de la competición con bajas por lesión muy sensibles por tratarse de jugadoras importantes para el grupo.

Sin embargo, la expresión elegida por el periodista infravalora las condiciones mentales y físicas de las deportistas para afrontar el torneo. Las mujeres pueden ser, igual que los hombres, deportistas competitivas y resilientes por ende. No necesitan de adversidades o motivación extraordinaria para ponerse en *modo competición*. Salido (2021) recalca que el deporte de élite requiere de atributos asociados a la masculinidad como mente fría y control de las emociones, algo que se subestima en esta frase.

Para erradicar la condescendencia del discurso periodístico es necesario presentar a las mujeres como sujetos dignos de participación, atención y representación en el ámbito deportivo por sus condiciones, aptitudes y logros.

Excepcionalidad

Se observa la presencia de este sesgo en dos noticias, cuando la temática informativa versa en torno al éxito de audiencia de la Eurocopa 2022. En ambas se percibe el androcentrismo presente en el discurso deportivo al transmitir la popularidad del torneo como un hecho excepcional.

Las noticias se encargan de subrayar lo extraordinario del suceso mediante frases como: “RTVE lleva tiempo apostando por las competiciones femeninas de fútbol y en este torneo se está notando que la audiencia se está enganchando”, “El ente público está dando al torneo una cobertura de gran evento. Tiene a 30 desplazados a Inglaterra y cuenta con programación especial”, “Es una cobertura acorde a un gran torneo” (20). El artículo viene a decir que RTVE ha depositado su confianza en un torneo cuyo lugar en los medios no le corresponde por derecho ya que su condición de ‘apuesta’ implica un riesgo y un posible resultado desfavorecedor. La competición se presenta como un intruso dentro del ámbito deportivo y de la atención mediática.

Así mismo, titulares como: “Nuevo récord para el fútbol femenino en RTVE: 2,4 millones de espectadores (23,3%) vieron el España-Inglaterra” (35) acompañados de cuerpos de las noticias que enfatizan en lo mismo con frases del estilo “pulveriza las audiencias de fútbol femenino en España”, “éxito de audiencias” o “máximo histórico”, contribuyen a presentar los logros del deporte femenino como hechos sorprendentes, fuera de lo común y casi increíbles, en un ámbito de dominio histórico claramente masculino.

Tratamiento familiar

Repetidamente la prensa menciona a las deportistas únicamente por su nombre de pila. Cuando se nombra a las deportistas solo por su nombre, sin apellidos, cargos ni atribuciones, se reduce su importancia social (Altés, 2004).

Así ocurre en los siguientes ejemplos: “Mapi” (3) (4) (7) (11) (21) (33), “Misa” (3) (4), “Mariona” (5) (7) (9) (16) (23) (33), “Leila” (7) (19) (23), “Lucía” (7) (9) (16) (21), “Sheila” (7) (16) (21) (23) (33), “Athenea” (7) (16) (17) (28) (33) (34), “Alexia” (8) (15) (36), “Irene” (9) (15) (34) (36), “Aitana” (12) (23), “Laia” (23), “Ona” (23), “Esther” (27) (28) (30) (33) (34), “Olga” (28) (31), “Marta” (29), “Amaiur” (33).

El efecto cognitivo que se produce es que el único ámbito femenino admisible es el familiar o íntimo. Y es que usualmente se denomina a las mujeres por su nombre de pila a edades que a los hombres ya se los reconoce por el apellido (Alfaro et. al., 2010).

Si bien es cierto que, en el caso de “Mapi” y “Misa” se utiliza el apodo con el cual son conocidas las deportistas en el ámbito futbolístico, la prensa peca de un exceso de familiaridad y cercanía hacia las jugadoras que se podría evitar o bien utilizando un tratamiento formal más apropiado para el contexto periodístico, o bien con una primera introducción por su nombre completo, seguido del apodo en las siguientes menciones.

Este tratamiento familiar, sumado a la escasa visibilidad del deporte femenino en la prensa, dificulta que las personas puedan identificar referentes femeninos (Sainz de Baranda, 2018).

Se observa también que, cuando se hace referencia a la jugadora Alexia Putellas, su nombre completo aparece con mayor frecuencia. Esta decisión podría ser casual o, por el contrario, podría indicar que, cuando se trata de jugadoras de nivel reconocido internacionalmente (Balón de Oro) entonces se equipara su tratamiento al de los deportistas varones ya que, para citar a los mismos, se utiliza usualmente o bien el nombre y el apellido, o bien solo el apellido (Alfaro et. al., 2010). Si bien esto es un paso en la dirección correcta, sigue constituyendo un tratamiento incorrecto para las otras deportistas que no tienen tanta repercusión mediática.

Según Bengoechea (2004) con las mujeres existe una tendencia generalizada a recurrir al nombre de pila únicamente con más frecuencia que con los varones y con un significado que va más allá de lo meramente episódico. Este tipo de mención

convierte a las protagonistas en seres cercanos para la audiencia que no merecen deferencia.

Otras veces, las jugadoras son mencionadas por medio de apodos o diminutivos. Estos son comúnmente empleados como deformaciones afectivas de nombres propios o comunes, sobre todo en un entorno familiar.

A veces es por elección de quien escribe, como “Patri” (15), y otras la prensa simplemente se hace eco de las palabras del entrenador que nombra a alguna de las jugadoras por un apodo o diminutivo de su nombre, como “Tere” (5). Esto se puede deber a un trato de familiaridad por la cercanía de la relación entre jugadora y técnico. Sin embargo, este uso es coloquial y no tiene cabida en un contexto periodístico. Las y los periodistas podrían optar por reproducir las palabras del entrenador añadiendo entre paréntesis el nombre completo, por ejemplo: *Tere (Teresa Abelleira)*.

La solución para estos casos es nombrar a las deportistas siempre por nombre y apellido o apellido solamente, del mismo modo que con la mayoría de información sobre deportistas varones.

Dependencia

Se alude a las deportistas mediante el sintagma *las de* + el nombre del entrenador. El uso de esta fórmula, “las de Vilda” (17), para referirse al equipo crea una condición de dependencia entre las jugadoras (mujeres) y el entrenador (varón). También ocurre cuando se menciona al equipo como “sus jugadoras” (36), representándolas como dependientes de una figura masculina, proyectando una relación de inferioridad y de dependencia profesional.

Según Sainz de Baranda (2018) mostrar a las deportistas como dependientes de los hombres es un rasgo muy común en las informaciones que tratan de deportes individuales y de equipo. Añade que este recurso también es común cuando los deportistas son hombres pero, como los entrenadores suelen ser varones también, se visualiza mejor la dependencia de las mujeres respecto a los hombres. Para solucionarlo se podría utilizar una fórmula más acorde como: *la selección dirigida por Jorge Vilda o las jugadoras/el equipo que dirige Jorge Vilda*.

Otra manera de establecer relaciones de dependencia entre las jugadoras y el entrenador es mediante el uso de términos que las subordinan a este, como "sus pupilas" (5). Una fórmula más adecuada sería aquella que no establezca una relación de dependencia, sino que presente a las jugadoras como seres individuales, por ejemplo: *las jugadoras/el equipo que entrena/entrenado por Jorge Vilda*.

Propiedad

Destaca la fórmula "las nuestras" (10) (15) (16) (24) (27) (30) (33) para referirse al equipo nacional. Con este uso se incurre en representar a las deportistas como pertenecientes a la audiencia. Un forma más adecuada podría ser *la selección, el equipo o la Roja*, fórmulas que rompen con la imagen de propiedad y presentan a las deportistas como sujetos independientes.

También se observa el uso de expresiones como "nuestra Roja femenina" (24) y "nuestra portera" (24) destacando la propiedad del equipo o jugadora a la propia audiencia. Otras fórmulas que se podrían utilizar que respetan la individualidad de las deportistas son: *la Roja, el equipo nacional, la portera española, etc.*

Indicadores de transmisión de estereotipos de género

Mirada androcéntrica

Se observa una ocasión donde el mensaje presenta comparaciones directas del deporte femenino con el masculino: "Idolatra a Ángel Di María, futbolista con el que comparte perfil físico y prestaciones [...]" (22). Quien escribe utiliza un futbolista referente varón y compara explícitamente a la jugadora con el mismo. La mirada androcéntrica en el discurso periodístico confirma a los hombres como la autoridad deportiva y presenta a las mujeres como ajenas o intrusas del ámbito.

Estereotipo de belleza

Para CSD (2011) existe estereotipación cuando se define a la deportista en función de una característica física una y otra vez, reforzando y fortaleciendo los estereotipos de género que se fijan en el atractivo físico. Esto sucede en una de las piezas analizadas cuando el discurso se centra en el cuerpo de la futbolista de manera repetitiva: "los mejores perfumes se guardan en frascos pequeños", "mide sólo 161

centímetros de altura”, “su talla ha hecho que también se vea obligada a experimentar un cambio físico” (13).

También cuando se presenta a las deportistas como objetos sexuales se incurre en un tratamiento sexista. Por ejemplo cuando, quien escribe, elabora un discurso que estereotipa la imagen de las deportistas para presentarlas como objetos de deseo, como si fueran elementos para disfrutar y no agentes deportistas, recalando que: “las equipaciones [...] han ido adaptándose al cuerpo de la mujer, personalizándola con cuellos más abiertos, pantalones más cortos, chándals más ajustados o tops adecuados” (26).

La información debe centrarse siempre en los logros o eventos deportivos y evitar desviar la atención hacia el aspecto físico de las deportistas o utilizar su cuerpo como reclamo informativo.

Referencias sexistas

Se halla este sesgo sexista en tres piezas informativas que versan sobre hechos que no tienen entidad para ser noticia sobre rivalidades, anécdotas y controversias.

La primera hace alusión a un malentendido entre dos jugadoras (María León, del FC Barcelona y María Isabel Rodríguez, del Real Madrid) que fue desmentido a través de las redes sociales. Se acompaña la noticia con un archivo de vídeo y la descripción: “El polémico vídeo de Jenni Hermoso y el gesto de Mapi que indigna al madridismo” (4).

Al respecto, CSD (2011) afirma que “referencias sexistas son también las que se producen cuando en las noticias se abren camino algunos incidentes como una pelea o alguna otra controversia entre deportistas, y se magnifican al redundar en ese comportamiento personal y, a veces, poco ético”.

Si bien la noticia pretende desmentir la rivalidad entre ambas jugadoras, pone el foco en un acontecimiento del pasado que no es novedoso, ni de actualidad y nada tiene que ver con la competición actual. Las deportistas son representadas como adversarias, avivando indirectamente la polémica y contribuyendo al estereotipo de que las mujeres son por naturaleza enemigas entre sí. Este tratamiento potencia el

sexismo ya que al destacar aspectos de rivalidad entre ellas se las representa como inferiores magnificando la falta de profesionalidad y control, de respeto entre compañeras y de buenas prácticas (CSD, 2011). En la información deportiva se debe evitar destacar relaciones estereotipadas de competencia o enemistad entre mujeres, sobre todo cuando no son relevantes, ni de actualidad y no ocurren dentro del terreno de juego como parte de la actividad deportiva de las protagonistas, como es el caso.

La segunda referencia sexista surge de una noticia sobre un suceso anecdótico de un partido como es la celebración de un gol (12). En lugar de poner el foco en la actuación de la jugadora Aitana Bonmatí que contribuyó a la victoria de la selección, la noticia se centra en su forma de celebrar el gol. Esto resulta en una representación desfavorecedora para la deportista. La prensa debe centrarse en informar sobre el partido y no en hechos poco relevantes que se alejan de la información puramente deportiva. Para Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010) la anécdota surge como excepción, el problema es que la escasez de noticias de la actividad deportiva de las mujeres convierte la anécdota en categoría.

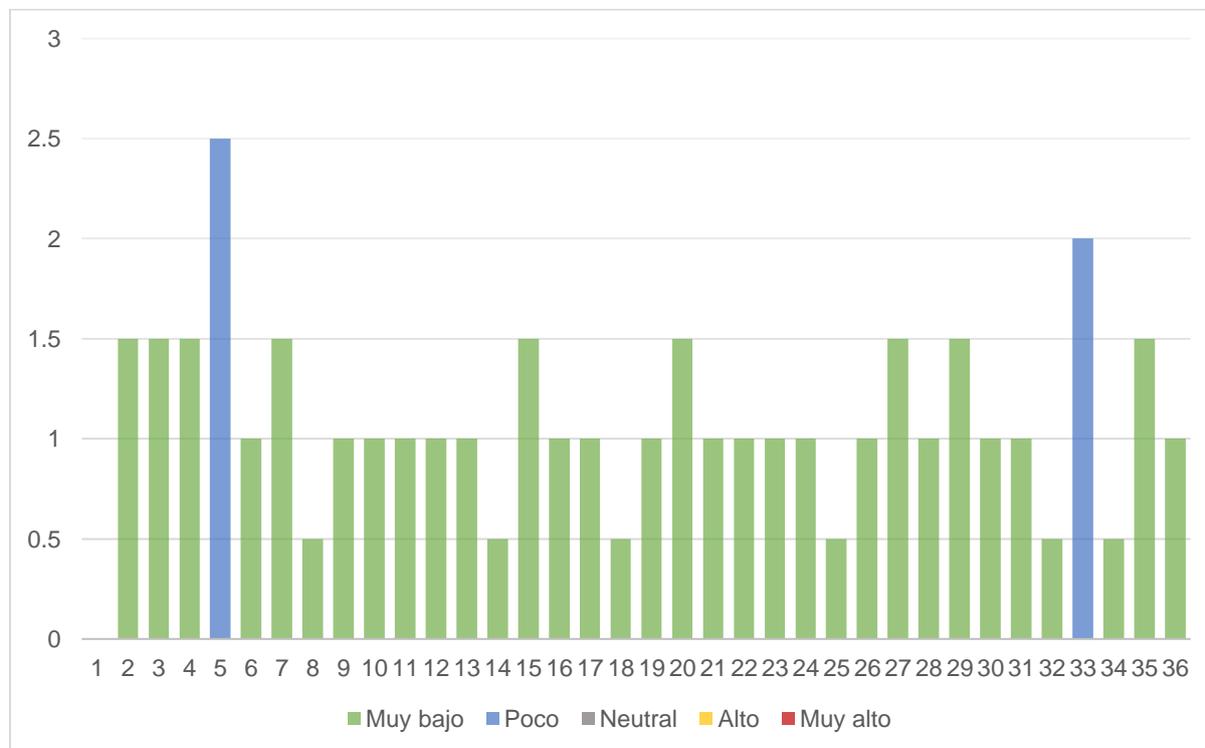
Finalmente, una noticia cuya información se centra en una controversia entre las jugadoras inglesas y Nike, marca que las viste, a quien piden cambiar la indumentaria blanca en los días del período (26). Este suceso no tiene entidad para ser objeto de atención informativa en el contexto de la competición europea. Según CSD (2011) este tratamiento es sexista por dos motivos: porque apenas hay información del deporte femenino y porque al compararlo con el tratamiento que dispensan los medios al deporte masculino, las mujeres salen perjudicadas en su representación. Como aclara Ivana Andrés, jugadora española: “Cuando estás con la regla tienes el miedo a mancharte, pero la verdad es que luego jugando no es algo en lo que piense ni me condicione” quitando hierro a un asunto que no considera importante.

8.2 RESULTADOS CUANTITATIVOS

A partir de los datos cuantitativos extraídos del análisis de contenido se puede medir el alcance del fenómeno en el ámbito de la muestra estudiada donde se ha podido **ratificar la presencia de indicadores de tratamiento sexista en treinta y**

cinco (97,2%) de las treinta y seis informaciones sobre la selección y/o el cuerpo técnico en el periódico MARCA.

Gráfico 1: Grado de tratamiento sexista de la información deportiva



Fuente: elaboración propia

La totalidad de las notas periodísticas (1-36) presentan un grado de tratamiento sexista cuyo rango varía de los 0,5 puntos (8, 14, 18, 25, 32 y 34), 1 punto (6, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 19, 21, 22, 23, 24, 26, 28, 30, 31 y 36) y 1,5 puntos (2, 3, 4, 7, 15, 20, 27, 29 y 35) enmarcadas dentro del indicador *muy bajo* (de 0 a 1,9). Únicamente dos piezas consiguen superar la barrera del primer baremo de puntuación, llegando a los 2 (33) y 2,5 (5) puntos respectivamente y situándose en el grado *poco* (de 2 a 3,9) de tratamiento sexista de la información deportiva.

Estos resultados indican que, en la muestra observada, no es posible encontrar más de cinco indicadores de tratamiento sexista en una misma pieza informativa. En las notas periodísticas que puntúan 0,5 solamente se observa un indicador, en las que puntúan 1 se advierten dos indicadores, en las de 1,5 puntos se hallan tres indicadores y en las de 2 puntos, cuatro.

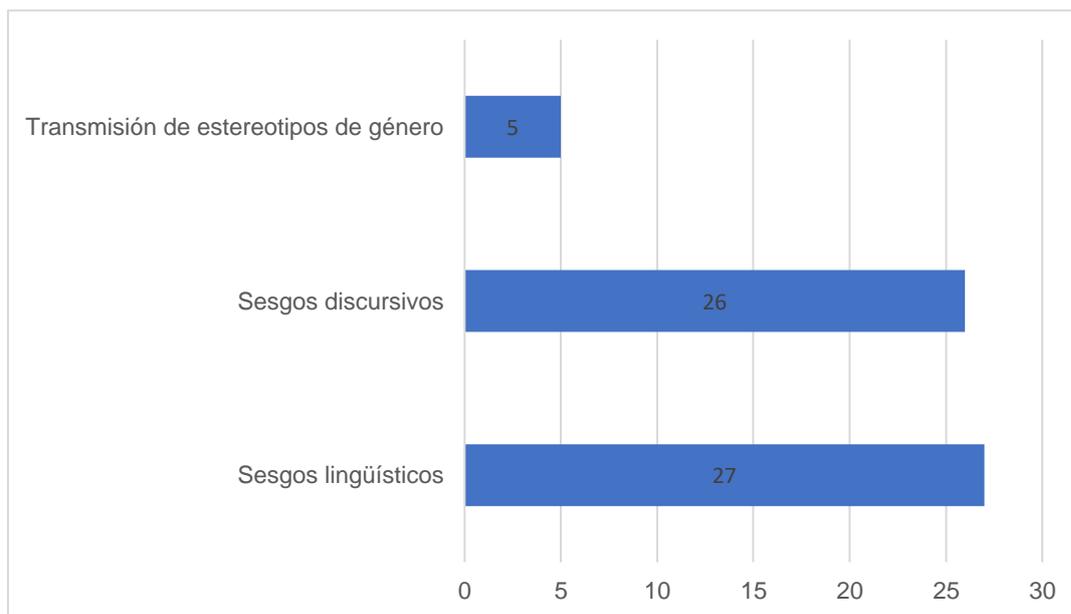
La peor puntuación obtenida es para la noticia titulada 'Jorge Vilda: "cuando pasó lo de Alexia, la concentración era casi un funeral"' (5), firmada por las iniciales D.L.P. En esta se observan cinco indicadores que corresponden a sesgos lingüísticos (infantilización e identificación sexual) y discursivos (expresiones condescendientes, tratamiento familiar y dependencia). Como se verá más adelante, esta noticia es un claro ejemplo de los sesgos más repetidos por la prensa deportiva a la hora de representar a las deportistas de la selección nacional.

Por el contrario, solamente una nota periodística (1) carece de cualquier indicador de tratamiento sexista en su composición. Es la firmada por David Menayo que se centra en la decisión de Alexia Putellas de permanecer en la concentración con sus compañeras pese a su lesión y baja del torneo.

Los resultados en cuanto al grado de tratamiento sexista del periódico pueden considerarse bajos desde el prisma de valoración presentado en este estudio, que tiene en cuenta veinte indicadores de sesgos lingüísticos, discursivos y transmisión de estereotipos de género evaluados por igual, otorgando la misma valoración e importancia a cada uno de ellos. A través del estudio se ha conseguido identificar y cuantificar estos indicadores para establecer cuántos de ellos están presentes en la información deportiva de actualidad, pero sin entrar a evaluar cuáles son más o menos sexistas, es decir, qué indicadores contribuyen en menor o mayor medida a la incorrecta representación del deporte practicado por mujeres.

El gráfico 2 identifica, de las categorías establecidas, aquellas cuyos indicadores figuran más frecuentemente en la información deportiva. **Se observa una mayor presencia de sesgos lingüísticos** -veintisiete- **seguido por los sesgos discursivos** -veintiséis- **y finalmente una presencia bastante menor de transmisión de estereotipos de género** -cinco-. En futuras investigaciones sobre el tratamiento del deporte practicado por mujeres sería interesante analizar las categorías que los resultados de este estudio señalan como las más comunes, otorgándoles mayor importancia (puntuación) a sus indicadores a la hora de establecer el grado de tratamiento sexista de la información deportiva. Ya que este estudio se ha limitado a detectar e identificar todos los sesgos, dando por hecho la hipótesis de partida en la que se considera que la prensa deportiva otorga un tratamiento informativo sexista a las deportistas.

Gráfico 2: Presencia de las categorías de tratamiento sexista



Fuente: elaboración propia

A través del análisis de cada categoría y de la clasificación en criterios se han podido **establecer los indicadores de tratamiento sexista de la información deportiva que aparecen con mayor frecuencia en los textos periodísticos** y, por tanto, conforman los sesgos y/o estereotipos más comúnmente utilizados a la hora de invisibilizar o representar erróneamente el deporte practicado por mujeres. El siguiente cuadro recapitula la presencia de estas categorías e indicadores en cada una de las piezas analizadas.

Tabla 5: Presencia de los indicadores de tratamiento sexista en la piezas informativas

Nº	Categoría	Indicadores	Observaciones
2	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Falta de concordancia en femenino
		Identificación sexual	• Identificación por género de la competición
3	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Falta de concordancia en femenino
		Infantilización	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico
4	Sesgos lingüísticos	Infantilización	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico

	Transmisión de estereotipos de género	Referencias sexistas	<ul style="list-style-type: none"> • Discurso que se aleja de la información deportiva • Alusión a una la rivalidad entre deportistas
5	Sesgos lingüísticos	Infantilización	<ul style="list-style-type: none"> • Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico • Nombrar a las deportistas por términos que las infantilizan
		Identificación sexual	• Identificación por género de la competición
	Sesgos discursivos	Expresiones condescendientes	• Comentario sobre la capacidad competitiva de las deportistas
		Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
		Dependencia	• Uso de la fórmula <i>sus pupilas</i>
6	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de concordancia en femenino • Uso del masculino de voces sexuadas como término genérico
		Identificación sexual	• Identificación por género de la competición
7	Sesgos lingüísticos	Infantilización	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico
		Identificación sexual	• Identificación por género de la competición
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
8	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
9	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Uso del masculino de voces sexuadas como término genérico
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
10	Sesgos lingüísticos	Figuras retóricas	• Metáfora que frivoliza con la situación anímica de la selección
	Sesgos discursivos	Propiedad	• Uso de la fórmula <i>las nuestras</i>
11	Sesgos lingüísticos	Infantilización	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico
12	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
	Transmisión de estereotipos de género	Referencias sexistas	<ul style="list-style-type: none"> • Discurso que se aleja de la información deportiva • Discurso que se centra en sucesos anecdóticos
13	Sesgos lingüísticos	Coloquialismos y vulgarismos	• Refrán que hace alusión al cuerpo de la deportista
	Transmisión de estereotipos de género	Estereotipo de belleza	• Discurso que se centra en el físico de la jugadora
14	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Falta de concordancia en femenino
15	Sesgos lingüísticos	Infantilización	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico

	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
		Propiedad	• Uso de la fórmula <i>las nuestras</i>
16	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
		Propiedad	• Uso de la fórmula <i>las nuestras</i>
17	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
		Dependencia	• Uso de la fórmula <i>las de</i> + nombre del entrenador
18	Sesgos lingüísticos	Identificación sexual	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación por género de la competición • Identificación por género del deporte • Identificación por género de la selección nacional
19	Sesgos lingüísticos	Identificación sexual	• Identificación por género de la competición
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
20	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Falta de concordancia en femenino
		Identificación sexual	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación por género de la competición • Identificación por género del deporte
	Sesgos discursivos	Excepcionalidad	• Discurso que señala lo extraordinario del éxito de audiencia y cobertura mediática
21	Sesgos lingüísticos	Infantilización	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
22	Sesgos lingüísticos	Adjetivación estereotipada	• Adjetivo calificativo que referencia el cuerpo de la deportista
	Transmisión de estereotipos de género	Mirada androcéntrica	• Comparación explícita con un referente masculino
23	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de concordancia en femenino • Uso del masculino de voces sexuadas como término genérico
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
24	Sesgos lingüísticos	Identificación sexual	• Identificación por género de la selección nacional
	Sesgos discursivos	Propiedad	• Uso de la fórmula <i>nuestras</i> + selección, portera y <i>las nuestras</i>
25	Sesgos lingüísticos	Infantilización	• Nombrar a la deportista por un término que la infantiliza
26	Transmisión de estereotipos de género	Estereotipo de belleza	• Deportistas presentadas como objeto sexual de deseo
		Referencias sexistas	<ul style="list-style-type: none"> • Discurso que se aleja de la información deportiva • Alusión a una controversia ajena a la competición

			• Discurso que se centra en el cuerpo de las deportistas
27	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Falta de concordancia en femenino
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
		Propiedad	• Uso de la fórmula <i>las nuestras</i>
28	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Falta de concordancia en femenino
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
29	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Falta de concordancia en femenino
	Sesgos discursivos	Excepcionalidad	• Discurso que señala lo extraordinario de la participación de la deportista en la competición
		Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
30	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
		Propiedad	• Uso de la fórmula <i>las nuestras</i>
31	Sesgos lingüísticos	Identificación sexual	• Identificación por género de la competición
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
32	Sesgos lingüísticos	Figuras retóricas	• Metáfora que identifica a las jugadoras con tópicos tradicionales
33	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Falta de concordancia en femenino
		Infantilización	• Nombrar a la deportista por un nombre hipocorístico
	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
		Propiedad	• Uso de la fórmula <i>las nuestras</i>
34	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
35	Sesgos lingüísticos	Masculino genérico	• Uso del masculino de voces sexuadas como término genérico
		Identificación sexual	• Identificación por género de la competición • Identificación por género del deporte • Identificación por género de la selección nacional
	Sesgos discursivos	Excepcionalidad	• Discurso que señala lo extraordinario del éxito de audiencia y cobertura mediática
36	Sesgos discursivos	Tratamiento familiar	• Nombrar a la deportista por su nombre de pila
		Dependencia	• Uso de la fórmula <i>sus</i> + jugadoras

Fuente: elaboración propia

De la categoría de **sesgos lingüísticos** el indicador más repetido es el **masculino genérico** (16%). Destaca la utilización de sustantivos femeninos o la referencia a sujetos femeninos y su falta de concordancia en femenino, como por ejemplo “el campeón de Europa” (20) para referirse a la selección ganadora, “los encargados” o “los integrantes” (6) cuando se habla de las selecciones o “el revulsivo” (28) para referirse al papel de la jugadora. En segundo lugar, el uso del masculino de voces sexuadas como término genérico, por ejemplo “informados” (6) o “aficionado” (9) para englobar a mujeres y hombres.

En segundo lugar aparece la **identificación sexual** (13%) de la competición en juego, del deporte practicado o del equipo en competición. El término *femenino* o *femenina* es el utilizado para acompañar a los sustantivos. La denominación “Eurocopa femenina” (2) (5) (6) (7) (19) (31) (35) es la más relevante seguida de “competición femenina” (18) (20), “fútbol femenino” (20) (35), “selección española femenina” (18), “competiciones femeninas” (35), “deporte femenino español” (18), “deporte femenino” (18), “Roja femenina” (24) y “selección femenina” (35) por orden de mayor a menor número de apariciones.

Le sigue la **infantilización** (12%) de las deportistas donde se repite con asiduidad el error de mencionar a las deportistas por un diminutivo de su nombre de pila “Tere” (5) o “Patri” (15). También por términos que les restan importancia y reconocimiento como “pupilas” (5) o “la peque” (25).

A continuación, las **figuras retóricas** (3%), donde la metáfora aparece como el recurso predilecto de la prensa para transmitir estereotipos de género. Se compara a la selección española con una “paciente depresiva” (10), a las jugadoras nacionales con “ángeles” (32) y a la selección rival con “la cenicienta” (10).

Por último, en la **adjetivación estereotipada** (1%) se encuentra solamente un uso de un adjetivo calificativo relativo al aspecto físico de la deportista, “menuda” (22), y en los **coloquialismos y vulgarismos** (1%) un refrán, “los mejores perfumes se guardan en frascos pequeños” (13), que también hace referencia a la apariencia física de la deportista.

Finalmente, **feminizaciones incorrectas, léxico en masculino sin correspondencia en femenino y mujeres sin nombre** son tres indicadores de esta categoría que no aparecen en ninguna de las informaciones.

En la siguiente categoría, **sesgos discursivos**, despunta en los resultados el **tratamiento familiar** (29%) hacia las deportistas mediante el uso del nombre de pila, convirtiéndose en el indicador con mayor presencia en las informaciones analizadas, observado en veintidós de las treinta y seis piezas informativas. Hasta dieciséis jugadoras del plantel son nombradas en varias ocasiones por su nombre de pila únicamente sin previa introducción por el nombre completo.

A continuación destaca el indicador de **propiedad** (9%) con la fórmula más común, “las nuestras” (10) (15) (16) (24) (27) (30) (33), para nombrar o mostrar a las deportistas como pertenecientes a la audiencia, seguido de *nuestra Roja* (24) y *nuestra portera* (24). Y el de **dependencia** (4%), donde el uso de la fórmula *las de* + el nombre del entrenador (17), del adjetivo posesivo *sus* (5) (36) o el término “pupilas” (5) proyecta una relación de superioridad frente a las jugadoras.

De **expresiones condescendientes** (1%) figuran un único caso, “el equipo rebosa tranquilidad e incluso son las propias jugadoras las que se han puesto el chip competitivo en *modo on*” (5).

La **excepcionalidad** (3%) se aprecia en las noticias que destacan lo extraordinario del éxito de audiencia de la Eurocopa y la cobertura mediática recibida (20) (35).

Para concluir esta categoría cabe destacar que el indicador de **orden de presentación** no fue hallado en ninguna de las informaciones analizadas.

Por último, aunque no menos importante a pesar de recogerse la menor cantidad de indicadores, la categoría de **transmisión de estereotipos de género**. Las **referencias sexistas** (4%) son las más utilizadas por la prensa. Destaca también por la variedad de referencias usadas, desde la rivalidad entre jugadoras (4), pasando por los sucesos anecdóticos poco relevantes como para convertirse en noticia (12), hasta la controversia (26) por motivos banales como la vestimenta de las jugadoras.

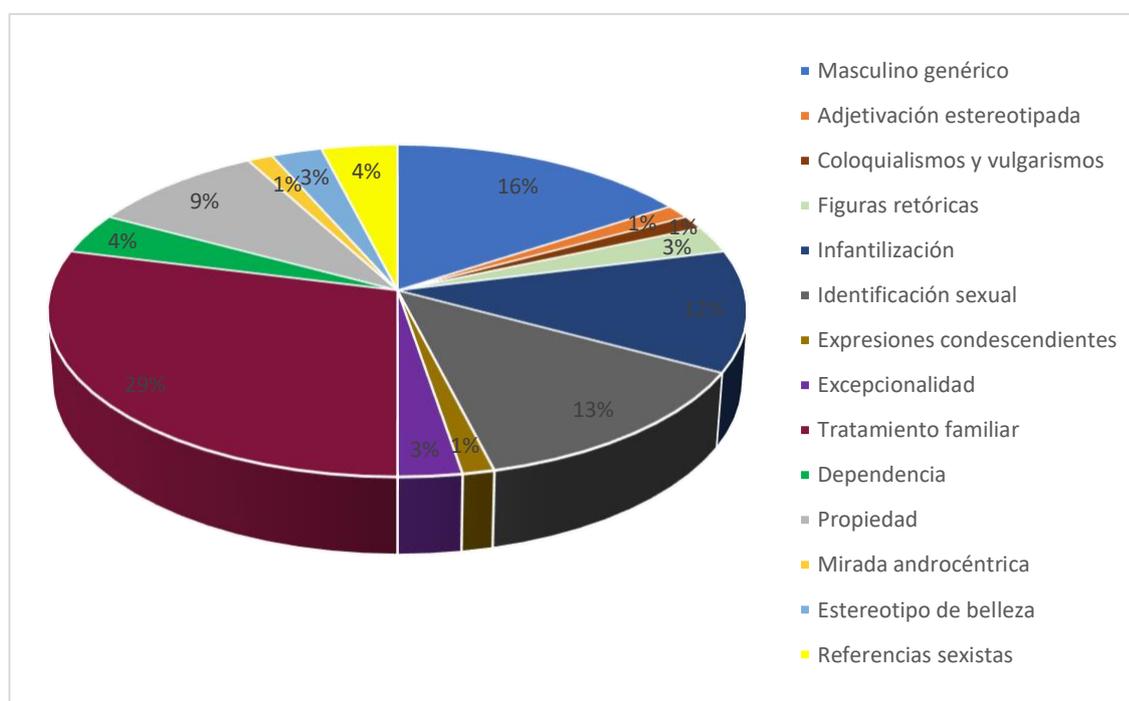
El **estereotipo de belleza** (3%) también está presente en las piezas periodísticas que hacen hincapié en la estética, el cuerpo o el físico de las deportistas como un hecho relevante. Cuando el discurso se focaliza en exceso y reiteradamente en el cuerpo de la futbolista (13) y también en piezas donde se estereotipa a las mujeres como objetos de deseo sexual (26) para el género masculino.

La **mirada androcéntrica** (1%) se halla en una ocasión a través del uso de un referente futbolístico masculino (22) y la comparación explícita de la jugadora con este en cuanto a las características físicas y las prestaciones futbolísticas.

Finalmente, los indicadores **identificación sexista** y **asignación de roles de género** no figuran en ninguna de las piezas periodísticas.

Para concluir, el siguiente esquema (gráfico 3) presenta los porcentajes de aparición de cada indicador respecto al conjunto. Se encuentran un total de catorce de los veinte indicadores de tratamiento sexista de la información deportiva establecidos.

Gráfico 3: Porcentaje de presencia de los indicadores de tratamiento sexista



Fuente: elaboración propia

9. CONCLUSIONES

El tratamiento informativo por parte de Marca de las futbolistas de la Selección Española de Fútbol constata la existencia de estructuras del lenguaje presentes en el mensaje periodístico que invisibilizan a las deportistas, utilizan términos sexistas y desvalorizan los logros y los éxitos del deporte femenino. Se puede percibir que las deportistas de élite no están bien representadas cualitativamente por la prensa deportiva. Ni siquiera cuando se trata de competiciones de alto nivel y reconocimiento internacional, la representación mediática de las deportistas mujeres puede equipararse a la recibida por los deportistas varones en las mismas condiciones. El tratamiento desigual en el ámbito del periodismo deportivo parece una constante difícil de erradicar pese a los pasos en la dirección adecuada que se han observado por parte de instituciones u organizaciones públicas y privadas.

Tanto en la forma de nombrar a las deportistas como en el discurso elaborado por la prensa se advierten sesgos sexistas y estereotipos que refuerzan roles tradicionales asociados a los sexos, algo que acarrea una trivialización y banalización del deporte femenino y de las atletas. Si tenemos en cuenta que la presencia del deporte femenino es muchísimo menor a la del deporte masculino, es decir, la prensa deportiva española ofrece una cobertura desigual de los sexos, siendo las mujeres infrarrepresentadas (Gómez et al., 2017), este dato es especialmente preocupante por la necesidad imperante de ofrecer un tratamiento informativo adecuado de las deportistas.

La situación asimétrica de partida de las atletas mujeres frente a los atletas varones en cuanto a cobertura mediática (Rojas, 2010) hace fundamental que, las pocas veces que aparecen en los medios, obtengan un apropiado tratamiento periodístico.

Uno de los sesgos más evidentes hallados es que la prensa no distingue entre deporte femenino y deporte masculino. Cuando se habla de deporte femenino se especifica este hecho, algo que no ocurre a la inversa cuando se trata de deporte masculino ya que es considerado el normativo. Para remarcar esta distinción, las informaciones destacan la condición sexuada (13%) de las deportistas, de la competición y del deporte practicado, algo que resta importancia a las cualidades de

las futbolistas o a las acciones que tienen que ver con el ámbito deportivo (Guerrero, 2017).

La presencia de marcas de género se hace evidente en el discurso. Estas se redactan frecuentemente utilizando el masculino genérico (16%) algo que, en una competición donde el protagonismo es femenino, contribuye a invisibilizar a las deportistas participantes y también a las aficionadas dado que puede generar ambigüedad o esconder la presencia de las mujeres de estos colectivos (Alfaro et al., 2010). Claridad, precisión y exactitud son características exigibles al lenguaje periodístico y, por tanto, se hace necesario un enfoque del lenguaje que represente de manera adecuada a todos los colectivos implicados en el ámbito deportivo.

A esta falta de visibilidad se suma también el tratamiento familiar (29%) e infantil (12%) otorgado reiteradamente a las atletas por parte de la prensa. La falta de menciones por nombre y apellido, el uso de diminutivos o apodos para referirse a las jugadoras o de términos que las presentan como sujetos infantiles contribuye a reducir su importancia social y dificulta el reconocimiento de referentes femeninos para la audiencia. En este aspecto, es necesario que el periodismo deportivo visibilice a las mujeres como profesionales y no como meras aficionadas (Sainz de Baranda, 2018) en todos los casos y bajo cualquier circunstancia, independientemente del reconocimiento mediático de la deportista en cuestión, del deporte practicado o de la competición en juego.

Cuando las jugadoras son nombradas tanto como equipo como individualmente, suelen aparecer representadas como dependientes (4%) de los hombres por su relación profesional (jugadora-entrenador) o como propiedad (9%) de la audiencia. De una u otra manera se crea una relación de subordinación que impide que las deportistas sean percibidas como sujetos independientes por parte de las y los lectores.

En cuanto a la descripción y narración de las informaciones éstas no siempre se centran en lo deportivo sino que, en ocasiones, se utilizan expresiones retóricas (3%) -metáforas- para minusvalorar los logros de las mujeres o perpetuar estereotipos tradicionales sobre ellas. También, de manera episódica (1%), adjetivos estereotipados concernientes al aspecto físico de las jugadoras, coloquialismos tal

como refranes que refuerzan estereotipos femeninos negativos y comentarios condescendientes o despreciativos al respecto de los éxitos de las deportistas y de sus cualidades y capacidades como futbolistas de élite.

Cuando la prensa narra los logros del deporte femenino como hechos excepcionales (3%), incurre en un tratamiento sexista ya que se subraya la condición de los hombres de protagonistas indiscutibles y de las mujeres como parte de lo extraordinario.

Por otro lado, cuando el análisis se centra en los estereotipos presentes, se registran informaciones que destacan aspectos extradeportivos, controvertidos o anecdóticos que no tienen entidad para ser noticia, no son actuales o relevantes. La prensa debe evitar las referencias sexistas (4%) destacando relaciones estereotipadas de competencia o asuntos emotivos como si se tratara de una característica propia del género femenino (Gómez, 2015) puesto que las informaciones frívolas o insustanciales de este calibre perjudican el reconocimiento y la representación de las deportistas como profesionales y consolidan estereotipos negativos.

También, en menor medida, se detectan discursos que utilizan el cuerpo como reclamo informativo, es decir, centran la atención en torno a la belleza (3%), el aspecto físico o la estética de las deportistas y, en ocasiones, las presentan como objetos de deseo sexual cuando cumplen con los estereotipos de belleza impuestos desde la masculinidad.

Al comparar a las deportistas con el deporte masculino y con referentes masculinos consagrados se demuestra que la prensa toma como modelo deportivo la figura masculina o las características asociadas a los hombres (Guerrero, 2017). Este rasgo androcéntrico (1%) en el tratamiento informativo establece al hombre y el deporte masculino como referente universal y, como consecuencia, dificulta la visibilización del deporte femenino.

El tratamiento sexista de la información deportiva en el periódico Marca presenta un grado poco relevante. Se hacen necesarias más investigaciones en el futuro mediante las cuales poder valorar las limitaciones que ha podido plantear la escala que propone este estudio. En próximos estudios que analicen la temática desde la

perspectiva de género se podría ahondar en las categorías de sexismo lingüístico y discursivo, cuyos indicadores se han identificado con mayor frecuencia en la información deportiva sobre deporte practicado por mujeres.

En este contexto, este estudio considera que avanzar hacia un lenguaje inclusivo en el periodismo deportivo puede contribuir a visibilizar la práctica deportiva femenina, a generar un mayor respeto hacia las mujeres entre la audiencia (Gómez, 2015) y a promover tanto la práctica deportiva (profesional o amateur), como la libertad en la configuración de las identidades y los roles sociales de niñas, jóvenes y mujeres adultas. Se considera que, para ello, además de la propagación y difusión de las cada vez más comunes guías de sugerencias y recomendaciones promovidas por instituciones u organismos públicos o privados es necesario que los medios de comunicación apuesten por la formación especializada de sus plantillas en perspectiva de género para desterrar la visión androcéntrica del deporte y evitar los sesgos sexistas que se han sido identificados y señalados en esta investigación y que actúan como barreras para la igualdad de género real y efectiva entre hombres y mujeres en el ámbito deportivo.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro Gandarillas, E. [Elida], Bengoechea Bartolomé, M. [Mercedes], & Vázquez Gómez, B. [Benilde]. (2010).** *Hablamos de deporte*. Instituto de la Mujer. Ed., En femenino y en masculino: Vol. Serie Lenguaje nº 7. Madrid.
- Altés Rufias, E. [Elvira]. (2004).** *Estereotipos en los medios de comunicación*. Capítulo 2 del Manual de información en género. Pilar López Díez. Ed., Instituto Oficial de Radio y Televisión/ Instituto de la Mujer. Madrid.
- Andréu Abela, J. [Jaime]. (2001).** *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2022).** *Ranking de diarios*. <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>
- Ayala Castro, M. C. [Marta Concepción], Guerrero Salazar, S. [Susana], & Medina Guerra, A. M. [Antonia María]. (2006).** *Guía para un uso igualitario del lenguaje periodístico*. Ed., Delegación de Igualdad. Servicio Provincial de la Mujer. Málaga.
- Ayala Castro, M. C. [Marta Concepción], Guerrero Salazar, S. [Susana], & Medina Guerra, A. M. [Antonia María]. (2004).** *Guía para un uso igualitario del lenguaje administrativo*. Ed., Área de Políticas de Igualdad y Juventud. Diputación de Cádiz. Cádiz.
- Ayala Castro, M. C. [Marta Concepción], Guerrero Salazar, S. [Susana], & Medina Guerra, A. M. [Antonia María]. (2002).** *Manual de lenguaje administrativo no sexista*. Ed., Asociación de Estudios Históricos Sobre la Mujer (Universidad de Málaga), Área de la Mujer (Ayuntamiento de Málaga).
- Bach, M. [Marta], Altés, E. [Elvira], Gallego, J. [Joana], Plujà, M. [Marta], & Puig, M. [Montserrat]. (2000).** *El sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. Editorial Icaria.
- Barbero González, J. I. [José Ignacio], & Brohm, J.-M. [Jean-Marie]. (1993).** *Materiales de sociología del deporte*. Editorial La Piqueta. Madrid.
- Bengoechea Bartolomé, M. [Mercedes]. (2004).** *La categorización masculina del mundo a través del lenguaje verbal de los medios*. Manual de información en género. Ed., Pilar López Díez. Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Bengoechea Bartolomé, M. [Mercedes], & Calero Vaquera, M. L. [María Luisa]. (2003).** *Guía de estilo 2: sexismo y redacción periodística*. Ed., Junta de Castilla y León.

- Blanco Ruiz, M. [Marian], & Tirado, E. [Elena]. (2020).** *Análisis de la cobertura informativa de la Copa Mundial de Baloncesto Femenino FIBA 2018 en “Marca” y “As.”* *Comunicación y Género*, 3(2), 161–172. <https://doi.org/10.5209/cgen.70375>
- Cantero Rosales, M. A. [María Ángela]. (2011).** *El ángel del hogar y la feminidad en la narrativa de Pardo Bazán.* *Revista Electrónica de Estudios Filosóficos*, 21(1577–6921).
- Consejo de Europa. (2022).** *Medios de comunicación.* <https://www.coe.int/es/web/compass/media>
- Consejo Superior de Deportes. (2011).** *Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones.*
- Espinosa Torres, P. [Patricia], & Vargas Besáñez, N. [Nelson]. (2005).** *Mujer y deporte. Una visión de género.* Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte. Instituto de la Mujer.
- GECA. (2022).** *El Balance GECA. Julio 2022.* https://webgeca.geca.es/wp-content/uploads/2022/11/El-Balance-del-mes-Julio_2022.pdf
- Gómez Colell, E. [Eva]. (2015).** *Adolescencia y deporte: ausencia de referentes femeninos en los medios para las adolescentes.* *Apunts. Educación Física y Deporte*, 122, 17–24. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2015/4\).122.09](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2015/4).122.09)
- Gómez Colell, E. [Eva], Medina Bravo, P. [Pilar], & Ramon, X. [Xavier]. (2017).** *La presencia invisible de la mujer deportista en la prensa deportiva española. Análisis de las portadas de Marca, As, Mundo Deportivo y Sport (2010-2015).* *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico* (Vol. 23, Issue 2, pp. 793–810). Universidad Complutense Madrid. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58016>
- Guerrero Salazar, S. [Susana]. (2012).** *Guía para un uso adecuado y no sexista del lenguaje y de la imagen en la Universidad de Jaén.* Unidad de Igualdad, Universidad de Jaén.
- Guerrero Salazar, S. [Susana]. (2007).** *El lenguaje sexista en los medios de comunicación.*
- Guerrero Salazar, S. [Susana], & Núñez Cabezas, E. A. [Emilio Alejandro]. (2008).** *Nuevas tendencias de la lengua española en los medios de comunicación.* Ed., Fundación Alonso Quijano.
- Hernández Sampieri, R. [Roberto]. (2014).** *Metodología de la investigación.* Sexta edición. Editorial Mc Graw Hill Education.
- Icart Isern, M. T. [María Teresa], & Canela Soler, J. [Jaume]. (1998).** *El uso de la hipótesis en la investigación científica.* <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-el-uso-hipotesis-investigacion-cientifica-15038>

- Lledó Cunill, E. [Eulàlia]. (2009).** *Guía de lenguaje para el ámbito del deporte*. Ed., Emakunde. Instituto Vasco de la Mujer.
- López Albalá, E. [Elena]. (2016).** *Mujeres deportistas españolas: estereotipos de género en los medios de comunicación*. SOCIOLOGIADOS. Revista de Investigación Social, 1 (nº 2), 87–110. <https://doi.org/10.14198/socdos.2016.1.2.04>
- López Díez, P. [Pilar]. (2011).** *Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. Ed., Consejo Superior de Deportes (CSD).
- Marca. (2022).** *La Eurocopa femenina fue vista por más de 365 millones de personas en todo el mundo*. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/europeo-femenino/2022/08/31/630f6795e2704e2a058b45a2.html>
- Martínez Patiño, M. J. [María José], Mateos Padorno, C. [Covadonga], & Rodríguez Teijeiro, D. [Domingo]. (2005).** *Identidad y estereotipos de la mujer en el deporte. Una aproximación a la evolución histórica*. Revista de Investigación En Educación, 2.
- Martínez Vallvey, F. [Fernando], & Perrino Peña, M. [María]. (2020).** *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa local de Castilla y León (España)*. Comunicación y Género, 3(2), 93–103. <https://doi.org/10.5209/cgen.68761>
- ONU. (2023).** *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#>
- ONU Mujeres. (2021).** *Perspectiva de género en el periodismo deportivo. Para una información deportiva libre de estereotipos*. <https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Documentos/Publicaciones/2021/07/GUIA%20UVLO%20periodismo%20deportivo%20final%20WEB.pdf>
- Parlamento Europeo. (2018).** *Un lenguaje neutral en cuanto al género en el Parlamento Europeo*. https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/187095/GNL_Guidelines_ES-original.pdf
- Pindado, J. [Julián]. (2006).** *Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente*. Málaga.
- Rojas Torrijos, J. L. [José Luis]. (2010).** *La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista*. <http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/DATOSS.htm>

- Sainz De Baranda Andújar, C. [Clara]. (2013).** *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. Universidad Carlos III de Madrid. Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Getafe.
- Sainz de Baranda Andújar, C. [Clara]. (2018).** *Presencia y tratamiento de las deportistas en los medios de comunicación de Navarra*. Ed., Instituto Navarro de Deporte y Juventud. Gobierno de Navarra.
- Salido Fernández, J. [Juana]. (2021).** *Representación de las mujeres en la prensa deportiva española: discursos de género en los diarios digitales durante los Juegos Olímpicos de Río 2016*. Universidad de Granada. Escuela de Doctorado de Humanidades, Ciencias Sociales y Jurídicas. Granada.
- Sanz Garrido, B. [Begoña]. (2015).** *Las mujeres deportistas en la prensa: los Juegos Olímpicos de Londres 2012*. Editorial UOC.
- Sanz Gil, J. J. [José Javier]. (2016).** *Una aproximación a la situación del deporte femenino en referencia a su participación en los Juegos Olímpicos*. Revista Observatorio Del Deporte, 2(4), 7–16.
- Sanz Gil, J. J. [José Javier]. (2017).** *Una aproximación a las dificultades del deporte femenino en la alta competición: hacia la equidad e igualdad*. Acción Motriz, 18. Ed., Asociación Científico Cultural en Actividad Física y Deporte (ACCAFIDE). Las Palmas de Gran Canaria.
- Silvina Souza, M. [María], & Otrocki, L. [Laura]. (2011).** *La formulación de objetivos en los proyectos de investigación científica*.
- Statista. (2022).** *Principales periódicos por lectores diarios en España en 2021*. <https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos-diarios-mas-leidos-en-espana/>
- UEFA. (2022).** *EURO Femenina 2022: todos los récords*. <https://es.uefa.com/womenseuro/news/0277-15c229cc6a21-b01cf6bac418-1000--euro-femenina-2022-todos-los-records/>
- UEFA. (2022).** *Mayor afluencia de público en la EURO femenina: la fase final de 2022, histórica*. <https://es.uefa.com/womenseuro/news/0277-158fc380ef67-746eee5af686-1000--mayor-afluencia-de-publico-en-la-euro-femenina-la-fase-final-de/>
- Van Dijk Teun, A. [Adrianus]. (2000).** *El discurso como interacción social*. Estudios sobre el discurso II. Una aproximación multidisciplinaria. Editorial Gedisa.

11. ANEXO

FICHAS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

Pieza Nº: 1		Fecha: 6/7/22	Sí/No	Observaciones	Puntuación	
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	2.	Personalidad				
		3.	Feminizaciones incorrectas	No		
		4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
	6.	Símil				
		7.	Infantilización	No		
		8.	Mujeres sin nombre	No		
			Deportista/Deportistas			
	Atleta/Aletas					
	8.	Jugadora/Jugadoras				
9.		Identificación sexual	No			
		Femenino/Femenina				
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
	Fémima/Féminas					
Dama/Damas						
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	No			
		Nombre de pila				
		Artículo femenino				

	14.	Dependencia	No			
	15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
		Referentes masculinos				
	17.	Estereotipo de belleza	No			
	18.	Referencias sexistas	No			
		Anécdotas				
		Hechos humorísticos				
		Peleas o controversias				
		Rivalidades				
	19.	Identificación	No			
		Relación amorosa				
		Vida personal o familiar				
	20.	Asignación de roles de género	No			
		Dedicación familiar				
		Vida personal				
						0

Pieza Nº: 2		Fecha: 6/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación	
Género: Noticia							
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico		Sí	<i>"Inglaterra ejerce como anfitrión por segunda vez", "El palmarés tiene un dueño incuestionable: Alemania", "El último campeón", "parte de tapado", "[...] el foco en España, favorito para las casas de apuestas y elogiado por sus rivales"</i>	0,5	
	2.	Adjetivación estereotipada		No			
		Belleza					
		Aspecto físico					
	3.	Feminizaciones incorrectas		No			
		4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino		No		
			5.	Coloquialismos y vulgarismos		No	
	Insulto						
	Palabra malsonante						
	Refrán						
	6.		Léxico concerniente a los genitales				
		Figuras retóricas		No			
		Metáfora					
			Metonimia				

Indicadores de sesgos discursivos		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	No			
	8.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
		Atleta/Atletas				
		Jugadora/Jugadoras				
	9.	Identificación sexual	Sí	"Eurocopa Femenina"	0,5	
		Femenino/Femenina	X			
		Mujer/Mujeres				
		Chica/Chicas				
		Fémima/Féminas				
		Dama/Damas				
	Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
		11.	Orden de presentación	No		
12.		Excepcionalidad	No			
13.		Tratamiento familiar	No			
		Nombre de pila				
		Artículo femenino				
14.	Dependencia	No				
15.	Propiedad	No				
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
		Referentes masculinos				
	17.	Estereotipo de belleza	No			
	18.	Referencias sexistas	No			
		Anécdotas				
		Hechos humorísticos				
		Peleas o controversias				
		Rivalidades				
		Declaraciones morbosas				
	19.	Identificación	No			
		Relación amorosa				
	Vida personal o familiar					
20.	Asignación de roles de género	No				
	Dedicación familiar					
	Vida personal					
					1	

Pieza Nº: 3		Fecha: 7/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí		"En el vestuario no quieren hablar de favoritos"	0,5
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				

		Personalidad			
	3.	Feminizaciones incorrectas	No		
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No		
		Insulto			
		Palabra malsonante			
		Refrán			
		Dicho			
	6.	Figuras retóricas	No		
		Metáfora			
		Metonimia			
		Hipérbole			
		Símil			
	7.	Infantilización	Sí	"Mapi", "Misa"	0,5
	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
		Jugadora/Jugadoras			
	9.	Identificación sexual	No		
		Femenino/Femenina			
		Mujer/Mujeres			
		Chica/Chicas			
		Fémima/Féminas			
		Dama/Damas			
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Mapi", "Misa"	0,5
		Nombre de pila	X		
			Artículo femenino		
	14.	Dependencia	No		
	15.	Propiedad	No		
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
	Declaraciones morbosas				
19.	Identificación	No			
	Relación amorosa				

	Vida personal o familiar			
20.	Asignación de roles de género	No		
	Dedicación familiar			
	Vida personal			
				1'5

Pieza Nº: 4		Fecha: 7/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	Sí	"Mapi - Misa [...]"		0,5
	8.	Mujeres sin nombre	No			
Deportista/Deportistas						
Atleta/Atletas						
	Jugadora/Jugadoras					
9.	Identificación sexual	No				
	Femenino/Femenina					
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
	Fémima/Féminas					
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Mapi - Misa [...]"		0,5
		Nombre de pila	X			
		Apodo				
14.	Dependencia	No				
15.	Propiedad	No				

Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
		Referencias sexistas	Sí		
	18.	Anécdotas		<i>"[...] la intrahistoria de un vídeo que encendió las redes" y "El polémico vídeo de Jenni Hermoso y el gesto de Mapi que indigna al madridismo"</i>	0,5
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades	X		
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
Dedicación familiar					
Vida personal					
					1'5

Pieza Nº: 5		Fecha: 7/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	3.	Personalidad				
		Feminizaciones incorrectas	No			
		Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	Sí	<i>"Tere", "sus pupilas"</i>	0,5	
8.	Mujeres sin nombre	No				
	Deportista/Deportistas					

		Atleta/Atletas			
		Jugadora/Jugadoras			
	9.	Identificación sexual	Sí	<i>"Eurocopa femenina"</i>	0,5
		Femenino/Femenina	X		
		Mujer/Mujeres			
		Chica/Chicas			
		Fémima/Féminas			
	Dama/Damas				
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	Sí	<i>"[...] el equipo rebosa tranquilidad e incluso son las propias jugadoras las que se han puesto el chip competitivo en modo on"</i>	0,5
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	Sí	<i>"Mariona"</i>	0,5
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
	14.	Dependencia	Sí	<i>"sus pupilas"</i>	0,5
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas			
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
Vida personal					
					2,5

Pieza Nº: 6	Fecha: 8/7/22	Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia				

Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí	"España y Finlandia serán los encargados [...]", "El resto de los integrantes de dicho sector son Alemania y Dinamarca [...]" y "Para todos aquellos que quieran mantenerse informados [...]"	0,5	
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
			Personalidad			
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
			Léxico concerniente a los genitales			
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
			Símil			
	7.	Infantilización	No			
	8.	Mujeres sin nombre	No			
Deportista/Deportistas						
Atleta/Atletas						
		Jugadora/Jugadoras				
9.	Identificación sexual	Sí	[...] el debut de la selección en la Eurocopa femenina [...] y [...] en la clasificación de la Eurocopa Femenina [...]"	0,5		
	Femenino/Femenina	X				
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
	Fémica/Fémicas					
		Dama/Damas				
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	No			
		Nombre de pila				
		Artículo femenino				
14.	Dependencia	No				
15.	Propiedad	No				
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
		Referentes masculinos				
	17.	Estereotipo de belleza	No			
18.	Referencias sexistas	No				
	Anécdotas					

		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					1

Pieza Nº: 7		Fecha: 08/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación	
Género: Crónica							
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No				
	2.	Adjetivación estereotipada	No				
		Belleza					
		Aspecto físico					
	3.	Feminizaciones incorrectas	No				
		Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No				
		Coloquialismos y vulgarismos	No				
	5.	Insulto					
		Palabra malsonante					
		Refrán					
		Dicho					
	6.	Léxico concerniente a los genitales					
		Figuras retóricas	No				
		Metáfora					
		Metonimia					
	7.	Hipérbole					
		Símil					
		Infantilización	Sí			"Mapi"	0,5
		Mujeres sin nombre	No				
Deportista/Deportistas							
Atleta/Atletas							
8.	Jugadora/Jugadoras						
	Identificación sexual	Sí			"Eurocopa Femenina"	0,5	
	Femenino/Femenina	X					
	Mujer/Mujeres						
	Chica/Chicas						
Fémima/Féminas							
9.	Dama/Damas						
	Expresiones condescendientes	No					
	Orden de presentación	No					
Indicadores de sesgos discursivos	11.	Excepcionalidad	No				
	12.						

	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Mapi", "Leila", "Lucía", "Sheila", "Athenea", "Mariona"	0,5
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
	14.	Dependencia	No		
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
Dedicación familiar					
Vida personal					
					1,5

Pieza Nº: 8		Fecha: 8/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
		Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
		Coloquialismos y vulgarismos	No			
	5.	Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
	7.	Infantilización	No			
		Símil				

	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
		Jugadora/Jugadoras			
	9.	Identificación sexual	No		
		Femenino/Femenina			
		Mujer/Mujeres			
Chica/Chicas					
Fémima/Féminas					
Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No	"Alexia"	0,5
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	Sí		
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
	Declaraciones morbosas				
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
20.	Asignación de roles de género	No			
	Dedicación familiar				
	Vida personal				
					0,5

Pieza Nº: 9		Fecha: 8/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí	"por parte del aficionado"	0,5	
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	Personalidad					
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			

	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No		
		Insulto			
		Palabra malsonante			
		Refrán			
		Refrán			
		Léxico concerniente a los genitales			
	6.	Figuras retóricas	No		
		Metáfora			
		Metonimia			
		Hipérbole			
	7.	Infantilización	No		
	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
		Jugadora/Jugadoras			
	9.	Identificación sexual	No		
		Femenino/Femenina			
		Mujer/Mujeres			
		Chica/Chicas			
Fémima/Féminas					
	Dama/Damas				
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	Sí	<i>"Irene", "Lucía" y "Mariona"</i>	0,5
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
19.	Identificación	No			
	Relación amorosa				
	Vida personal o familiar				
20.	Asignación de roles de género	No			
	Dedicación familiar				

	Vida personal		
			1

Pieza Nº: 10		Fecha: 8/7/22	Sí/No	Observaciones	Puntuación	
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	2.	Personalidad				
		3.	Feminizaciones incorrectas	No		
		4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
	6.	Léxico concerniente a los genitales				
		Figuras retóricas	Sí			
		Metáfora	X	<i>"España es ahora mismo una paciente depresiva que necesita de medicación para poder volver a ser ella misma" y "la Cenicienta del grupo"</i>	0,5	
		Metonimia				
	Hipérbole					
	Símil					
	7.	Infantilización	No			
	8.	Mujeres sin nombre	No			
Deportista/Deportistas						
Atleta/Atletas						
9.	Jugadora/Jugadoras					
	Identificación sexual	No				
	Femenino/Femenina					
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
9.	Fémima/Féminas					
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	No			
		Nombre de pila				
	Artículo femenino					
	14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	Sí	<i>"las nuestras"</i>	0,5		
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
	Referentes masculinos					
17.	Estereotipo de belleza	No				

	18.	Referencias sexistas	No			
		Anécdotas				
		Hechos humorísticos				
		Peleas o controversias				
		Rivalidades				
		Declaraciones morbosas				
	19.	Identificación	No			
		Relación amorosa				
		Vida personal o familiar				
	20.	Asignación de roles de género	No			
		Dedicación familiar				
		Vida personal				
						1

Pieza Nº: 11		Fecha: 8/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
		Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
		Coloquialismos y vulgarismos	No			
	5.	Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
	7.	Infantilización	Sí	"Mapi"	0,5	
		8.	Mujeres sin nombre	No		
			Deportista/Deportistas			
			Atleta/Atletas			
	9.	Jugadora/Jugadoras				
Identificación sexual		No				
Femenino/Femenina						
Mujer/Mujeres						
Chica/Chicas						
Fémima/Féminas						

		Dama/Damas			
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Mapi"	0,5
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
20.	Asignación de roles de género	No			
	Dedicación familiar				
	Vida personal				
					1

Pieza Nº: 12		Fecha: 8/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
Metonimia						

		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	No			
	8.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
		Atleta/Atletas				
	9.	Identificación sexual	No			
		Femenino/Femenina				
		Mujer/Mujeres				
		Chica/Chicas				
		Fémina/Féminas				
		Dama/Damas				
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	Si	"Aitana"	0,5	
		Nombre de pila	X			
			Artículo femenino			
14.	Dependencia	No				
15.	Propiedad	No				
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
			Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No			
	18.	Referencias sexistas	Si	Noticia que se aleja de la información deportiva y se centra en sucesos anecdóticos poco relevantes	0,5	
		Anécdotas	X			
		Hechos humorísticos				
		Peleas o controversias				
		Rivalidades				
			Declaraciones morbosas			
19.	Identificación	No				
	Relación amorosa					
		Vida personal o familiar				
20.	Asignación de roles de género	No				
	Dedicación familiar					
		Vida personal				
					1	

Pieza Nº: 13		Fecha: 10/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				

	3.	Feminizaciones incorrectas	No		
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	Sí	<i>"los mejores perfumes se guardan en frascos pequeños"</i>	0,5
		Insulto			
		Palabra malsonante			
		Refrán	X		
		Dicho			
		Léxico concerniente a los genitales			
	6.	Figuras retóricas	No		
		Metáfora			
		Metonimia			
		Hipérbole			
		Símil			
	7.	Infantilización	No		
	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
		Jugadora/Jugadoras			
	9.	Identificación sexual	No		
		Femenino/Femenina			
Mujer/Mujeres					
Chica/Chicas					
Fémima/Féminas					
	Dama/Damas				
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	No		
		Nombre de pila			
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	Sí	<i>"mide sólo 161 centímetros de altura" y "Su talla ha hecho que también se vea obligada a experimentar un cambio físico"</i>	0,5
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
19.	Identificación	No			
	Relación amorosa				
	Vida personal o familiar				
20.	Asignación de roles de género	No			
	Dedicación familiar				
	Vida personal				

Pieza Nº: 14		Fecha: 11/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Reportaje						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí	"[...] España y Alemania se ven emparejados [...]"	0,5	
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	No			
	8.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
		Atleta/Atletas				
		Jugadora/Jugadoras				
	9.	Identificación sexual	No			
Femenino/Femenina						
Mujer/Mujeres						
Chica/Chicas						
Fémima/Féminas						
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	No			
		Nombre de pila				
		Artículo femenino				
14.	Dependencia	No				
15.	Propiedad	No				
Indicadores de transmisión de	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
		Referentes masculinos				

estereotipos de género	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					0,5

Pieza Nº: 15		Fecha: 12/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Reportaje						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	3.	Personalidad				
		Feminizaciones incorrectas	No			
		Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
	7.	Símil				
		Infantilización	Sí	"Patri"	0,5	
	8.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
		Atleta/Atletas				
	9.	Jugadora/Jugadoras				
		Identificación sexual	No			
		Femenino/Femenina				
		Mujer/Mujeres				
		Chica/Chicas				
Fémima/Féminas						
Dama/Damas						

Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Alexia", "Irene"	0,5
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
	14.	Dependencia	No		
15.	Propiedad	Sí	"las nuestras"	0,5	
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					1,5

Pieza Nº: 16		Fecha: 12/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Crónica						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	No			

	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
	9.	Identificación sexual	No		
		Femenino/Femenina			
		Mujer/Mujeres			
Chica/Chicas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
		Orden de presentación	No		
	13.	Excepcionalidad	No		
		Tratamiento familiar	Sí	<i>"Lucía", "Mariona", "Sheila", "Athenea",</i>	0,5
		Nombre de pila	X		
	Artículo femenino				
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	Sí	<i>"las nuestras"</i>	0,5	
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
	Rivalidades				
	Declaraciones morbosas				
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
Vida personal o familiar					
20.	Asignación de roles de género	No			
	Dedicación familiar				
	Vida personal				
					1

Pieza Nº: 17		Fecha: 12/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
		Adjetivación estereotipada	No			
	2.	Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
Insulto						
		Palabra malsonante				

		Refrán			
		Dicho			
		Léxico concerniente a los genitales			
	6.	Figuras retóricas	No		
		Metáfora			
		Metonimia			
		Hipérbole			
	7.	Infantilización	No		
		Símil			
	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
	9.	Identificación sexual	No		
		Femenino/Femenina			
		Mujer/Mujeres			
Chica/Chicas					
		Fémina/Féminas			
		Dama/Damas			
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Aitana"	0,5
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	Sí	"Las de Vilda"	0,5	
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
	Vida personal o familiar				
20.	Asignación de roles de género	No			
	Dedicación familiar				
	Vida personal				
					1

Pieza Nº: 18		Fecha: 12/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			

		Belleza			
		Aspecto físico			
		Personalidad			
	3.	Feminizaciones incorrectas	No		
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No		
		Insulto			
		Palabra malsonante			
		Refrán			
		Dicho			
	6.	Léxico concerniente a los genitales			
		Figuras retóricas	No		
		Metáfora			
		Metonimia			
	7.	Hipérbole			
		Símil			
		Infantilización	No		
	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
Jugadora/Jugadoras					
9.	Identificación sexual	Sí			
	Femenino/Femenina	X			
	Mujer/Mujeres				
	Chica/Chicas				
	Fémima/Féminas				
	Dama/Damas				
				<i>"Selección española femenina de fútbol", "deporte femenino español", "la competición femenina", "deporte femenino"</i>	0,5
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	No		
		Nombre de pila			
	Artículo femenino				
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
	Declaraciones morbosas				
19.	Identificación	No			
	Relación amorosa				
	Vida personal o familiar				
20.	Asignación de roles de género	No			

	Dedicación familiar		
	Vida personal		
			0,5

Pieza Nº: 19		Fecha: 12/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
		Símil				
7.	Infantilización	No				
8.	Mujeres sin nombre	No				
	Deportista/Deportistas					
	Atleta/Atletas					
	Jugadora/Jugadoras					
9.	Identificación sexual	Sí		"Eurocopa Femenina"	0,5	
	Femenino/Femenina	X				
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
	Fémica/Fémicas					
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	Sí		"Laia"	0,5
		Nombre de pila	X			
		Artículo femenino				
14.	Dependencia	No				
15.	Propiedad	No				
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
		Referentes masculinos				
	17.	Estereotipo de belleza	No			
18.	Referencias sexistas	No				
	Anécdotas					

		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					1

Pieza Nº: 20		Fecha: 13/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No		<i>"cuando Wembley corone al campeón de Europa"</i>	0,5
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
		Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
		Coloquialismos y vulgarismos	No			
	5.	Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
	7.	Infantilización	No			
		Mujeres sin nombre	No			
	8.	Deportista/Deportistas				
		Atleta/Aletas				
Jugadora/Jugadoras						
9.	Identificación sexual	Sí			<i>"fútbol femenino", "competiciones femeninas",</i>	
	Femenino/Femenina	X				
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
	Fémima/Féminas					
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			

	12.	Excepcionalidad	Sí	"España engancha a la audiencia", "[...] las audiencias así lo corroboran", "la cifra más alta que ha registrado hasta la fecha el fútbol femenino en TVE", "RTVE lleva tiempo apostando por las competiciones femeninas de fútbol", "[...] en este torneo se está notando que la audiencia se está enganchando", "Se ha dejado de hablar del fútbol femenino como un fenómeno para tratarlo como un deporte" y "El ente público está dando al torneo una cobertura de gran evento"	0,5
	13.	Tratamiento familiar	No		
		Nombre de pila			
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
Dedicación familiar					
Vida personal					
					1,5

Pieza Nº: 21		Fecha: 13/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
	Dicho					

		Léxico concerniente a los genitales			
	6.	Figuras retóricas	No		
		Metáfora			
		Metonimia			
		Hipérbole			
		Símil			
	7.	Infantilización	Sí	"Mapi"	0,5
	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
		Jugadora/Jugadoras			
	9.	Identificación sexual	No		
		Femenino/Femenina			
		Mujer/Mujeres			
		Chica/Chicas			
		Fémima/Féminas			
		Dama/Damas			
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Sheila", "Lucía", "Mapi"	0,5
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
	14.	Dependencia	No		
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
20.	Asignación de roles de género	No			
	Dedicación familiar				
	Vida personal				
					1

Pieza Nº: 22		Fecha: 14/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Reportaje						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	Sí	"la menuda futbolista"	0,5	
		Belleza				
		Aspecto físico	X			

		Personalidad			
	3.	Feminizaciones incorrectas	No		
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No		
		Insulto			
		Palabra malsonante			
		Refrán			
		Dicho			
	6.	Figuras retóricas	No		
		Metáfora			
		Metonimia			
		Hipérbole			
	7.	Infantilización	No		
	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
	9.	Identificación sexual	No		
		Femenino/Femenina			
		Mujer/Mujeres			
		Chica/Chicas			
		Fémica/Fémicas			
		Dama/Damas			
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	No		
		Nombre de pila			
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	Sí	<i>"Idolatra a Ángel Di María, futbolista con el que comparte perfil físico y prestaciones [...]"</i>	0,5
		Comparaciones	X		
		Referentes masculinos	X		
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
Vida personal o familiar					
20.	Asignación de roles de género	No			
	Dedicación familiar				
	Vida personal				

Pieza Nº: 23 Género: Noticia		Fecha: 14/7/22	Sí/No	Observaciones	Puntuación	
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí	"centrocampista defensivo", "los fisios"	0,5	
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
		4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
			Coloquialismos y vulgarismos	No		
	5.	Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
	6.	Léxico concerniente a los genitales				
		Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
	7.	Hipérbole				
		Símil				
		Infantilización	No			
		8.	Mujeres sin nombre	No		
	Deportista/Deportistas					
Atleta/Atletas						
9.	Jugadora/Jugadoras					
	Identificación sexual	No				
	Femenino/Femenina					
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
10.	Fémica/Fémicas					
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	11.	Expresiones condescendientes	No			
	12.	Orden de presentación	No			
	13.	Excepcionalidad	No			
		Tratamiento familiar	Sí	"Laia", "Ona", "Leila", "Aitana", "Mariona", "Sheila"	0,5	
		Nombre de pila	X			
		Artículo femenino				
14.	Dependencia	No				
15.	Propiedad	No				
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
		Referentes masculinos				
	17.	Estereotipo de belleza	No			
		Referencias sexistas	No			
		Anécdotas				
Hechos humorísticos						
18.	Peñas o controversias					
	Rivalidades					

		Declaraciones morbosas			
19.		Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
20.		Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					1

Pieza Nº: 24		Fecha: 14/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Opinión						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	No			
	8.	Mujeres sin nombre	No			
Deportista/Deportistas						
Atleta/Aletas						
	Jugadora/Jugadoras					
9.	Identificación sexual	Sí				
	Femenino/Femenina					
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
	Fémima/Féminas					
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	No			
		Nombre de pila				
		Artículo femenino				
	14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	Sí		"nuestra Roja femenina", "las nuestras", "nuestra portera"	0,5	
16.	Mirada androcéntrica	No				

Indicadores de transmisión de estereotipos de género		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			

Pieza Nº: 25		Fecha: 15/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	2.	Personalidad				
		3.	Feminizaciones incorrectas	No		
		4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
	6.	Léxico concerniente a los genitales				
		Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
	7.	Hipérbole				
		Símil				
		7.	Infantilización	Sí	"la peque"	0,5
	8.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
Atleta/Atletas						
9.	Jugadora/Jugadoras					
	Identificación sexual	No				
	Femenino/Femenina					
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					

		Fémína/Féminas			
		Dama/Damas			
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	No		
		Nombre de pila			
		Artículo femenino			
	14.	Dependencia	No		
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					0,5

Pieza Nº: 26		Fecha: 15/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	2.	Personalidad				
		3.	Feminizaciones incorrectas	No		
		4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
	6.	Léxico concerniente a los genitales				
		Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				

		Hipérbole			
		Símil			
	7.	Infantilización	No		
	8.	Mujeres sin nombre	No		
		Deportista/Deportistas			
		Atleta/Atletas			
	9.	Identificación sexual	No		
		Femenino/Femenina			
		Mujer/Mujeres			
		Chica/Chicas			
Fémima/Féminas					
		Dama/Damas			
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	No		
		Nombre de pila			
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	Sí	<i>"las equipaciones [...] han ido adaptándose al cuerpo de la mujer, personalizándola con cuellos más abiertos, pantalones más cortos, chándals más ajustados o tops adecuados"</i>	0,5
	18.	Referencias sexistas	Sí	La noticia hace referencia a una controversia entre la selección y Nike que no es relevante para la competición ni tiene entidad para ser objeto de atención informativa	0,5
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias	X		
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
19.	Identificación	No			
	Relación amorosa				
	Vida personal o familiar				
20.	Asignación de roles de género	No			
	Dedicación familiar				
	Vida personal				
					1

Pieza Nº: 27		Fecha: 16/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí	<i>"el empate les mete en cuartos"</i>	0,5	
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
3.	Feminizaciones incorrectas	No				
4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No				

	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No					
		Insulto						
		Palabra malsonante						
		Refrán						
		Dicho						
		6.	Figuras retóricas	No				
	Metáfora							
	Metonimia							
	Hipérbole							
		7.	Infantilización	No				
	8.		Mujeres sin nombre	No				
			Deportista/Deportistas					
		Atleta/Atletas						
		9.	Identificación sexual	No				
	Femenino/Femenina							
Mujer/Mujeres								
Chica/Chicas								
Fémima/Féminas								
		Dama/Damas						
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No					
	11.	Orden de presentación	No					
	12.	Excepcionalidad	No					
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Esther"	0,5			
		Nombre de pila	X					
			Artículo femenino					
14.	Dependencia	No						
15.	Propiedad	Sí	"las nuestras"	0,5				
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No					
		Comparaciones						
		Referentes masculinos						
	17.	Estereotipo de belleza	No					
	18.	Referencias sexistas	No					
		Anécdotas						
		Hechos humorísticos						
		Peleas o controversias						
			Rivalidades					
			Declaraciones morbosas					
	19.	Identificación	No					
Relación amorosa								
Vida personal o familiar								
20.	Asignación de roles de género	No						
	Dedicación familiar							
	Vida personal							
					1,5			

Pieza Nº: 28		Fecha: 16/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Crónica						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí	"el revulsivo"	0,5	
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	2.	Personalidad				
		3.	Feminizaciones incorrectas	No		
		4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
	7.	Símil				
		7.	Infantilización	No		
		8.	Mujeres sin nombre	No		
Deportista/Deportistas						
Atleta/Atletas						
9.	Jugadora/Jugadoras					
	Identificación sexual	No				
	Femenino/Femenina					
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
Fémima/Féminas						
Dama/Damas						
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Athenea", "Esther", "Olga".	0,5	
		Nombre de pila	X			
	Artículo femenino					
14.	Dependencia	No				
15.	Propiedad	No				
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
	Referentes masculinos					
	17.	Estereotipo de belleza	No			
	18.	Referencias sexistas	No			
		Anécdotas				
		Hechos humorísticos				
		Peleas o controversias				
Rivalidades						
Declaraciones morbosas						
19.	Identificación	No				

		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					1

Pieza Nº: 29		Fecha: 18/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Reportaje						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí	"un proceso que le hizo pasar por quirófano", "le mantuvo alejada"	0,5	
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
		4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
			Coloquialismos y vulgarismos	No		
	5.	Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
	6.	Léxico concerniente a los genitales				
		Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
	7.	Hipérbole				
		Símil				
		Infantilización	No			
	8.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
		Atleta/Aletas				
	9.	Jugadora/Jugadoras				
		Identificación sexual	No			
		Femenino/Femenina				
Mujer/Mujeres						
10.	Chica/Chicas					
	Fémima/Féminas					
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	11.	Expresiones condescendientes	No			
	12.	Orden de presentación	No			
	13.	Excepcionalidad	Sí	"se coló entre las veintitrés elegidas para el torneo"	0,5	
	14.	Tratamiento familiar	Sí	"Marta"	0,5	
		Nombre de pila	X			
	Artículo femenino					
15.	Dependencia	No				
Indicadores de transmisión de	16.	Propiedad	No			
	17.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
Referentes masculinos						

estereotipos de género	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					1,5

Pieza Nº: 30		Fecha: 19/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Reportaje						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
	6.	Léxico concerniente a los genitales				
		Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
	7.	Hipérbole				
		Símil				
		Infantilización	No			
		Mujeres sin nombre	No			
8.	Deportista/Deportistas					
	Atleta/Aletas					
	Jugadora/Jugadoras					
9.	Identificación sexual	No				
	Femenino/Femenina					
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
	Fémima/Féminas					
10.	Dama/Damas					
	Expresiones condescendientes	No				
	Orden de presentación	No				
	Excepcionalidad					
Indicadores de sesgos discursivos	11.	Tratamiento familiar	Sí	"Esther"	0,5	
	12.					
	13.					

		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
	14.	Dependencia	No		
	15.	Propiedad	Sí	"las nuestras"	0,5
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
		Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
	18.	Rivalidades			
		Declaraciones morbosas			
		Identificación	No		
			Relación amorosa		
	19.	Vida personal o familiar			
		Asignación de roles de género	No		
			Dedicación familiar		
20.	Vida personal				
					1

Pieza Nº: 31		Fecha: 20/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	3.	Personalidad				
		Feminizaciones incorrectas	No			
		Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	4.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
	5.	Léxico concerniente a los genitales				
		Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
	6.	Hipérbole				
		Símil				
		Infantilización	No			
	7.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
		Atleta/Aletas				
		Jugadora/Jugadoras				
8.	Identificación sexual	Sí/No		"Eurocopa Femenina"	0,5	
	Femenino/Femenina	X				

		Mujer/Mujeres			
		Chica/Chicas			
		Fémima/Féminas			
		Dama/Damas			
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad			
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Olga"	0,5
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Pelea o controversias			
		Rivalidades			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					1

Pieza Nº: 32		Fecha: 20/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
	2.	Personalidad				
		3.	Feminizaciones incorrectas	No		
		4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No		
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
	6.	Figuras retóricas	Sí	"España saca las alas ante Inglaterra" y "La futbolista del United es una diabla dentro del campo [...] pero un ángel fuera de él"	0,5	
		Metáfora	X			
		Metonimia				

		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	No			
	8.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
		Atleta/Atletas				
	9.	Jugadora/Jugadoras				
		Identificación sexual	No			
		Femenino/Femenina				
		Mujer/Mujeres				
		Chica/Chicas				
		Fémima/Féminas				
		Dama/Damas				
	Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
		11.	Orden de presentación	No		
12.		Excepcionalidad	No			
13.		Tratamiento familiar	No			
		Nombre de pila				
		Artículo femenino				
	14.	Dependencia	No			
	15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
		Referentes masculinos				
	17.	Estereotipo de belleza	No			
	18.	Referencias sexistas	No			
		Anécdotas				
		Hechos humorísticos				
		Peleas o controversias				
		Rivalidades				
		Declaraciones morbosas				
	19.	Identificación	No			
		Relación amorosa				
		Vida personal o familiar				
20.	Asignación de roles de género	No				
	Dedicación familiar					
	Vida personal					
					0,5	

Pieza Nº: 33		Fecha: 20/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Crónica						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí	"el anfitrión"	0,5	
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
3.	Feminizaciones incorrectas	No				
4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No				

	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
			Léxico concerniente a los genitales			
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
			Símil			
	7.	Infantilización	Sí	"Mapi"	0,5	
	8.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
		Atleta/Aletas				
			Jugadora/Jugadoras			
	9.	Identificación sexual	No			
		Femenino/Femenina				
		Mujer/Mujeres				
Chica/Chicas						
		Fémima/Féminas				
		Dama/Damas				
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Esther", "Mariona", "Mapi", "Athenea", "Sheila", "Amaiur"	0,5	
		Nombre de pila	X			
			Artículo femenino			
14.	Dependencia	No				
15.	Propiedad	Sí	"las nuestras"	0,5		
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
			Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No			
	18.	Referencias sexistas	No			
		Anécdotas				
		Hechos humorísticos				
		Peleas o controversias				
			Rivalidades			
			Declaraciones morbosas			
	19.	Identificación	No			
		Relación amorosa				
			Vida personal o familiar			
20.	Asignación de roles de género	No				
	Dedicación familiar					
		Vida personal				
					2	

Pieza Nº: 34		Fecha: 21/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	No			
	8.	Mujeres sin nombre	No			
		Deportista/Deportistas				
		Atleta/Atletas				
		Jugadora/Jugadoras				
	9.	Identificación sexual	No			
Femenino/Femenina						
Mujer/Mujeres						
Chica/Chicas						
Fémima/Féminas						
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	No			
	13.	Tratamiento familiar	Sí	<i>"Athenea", "Esther", "Irene"</i>		
		Nombre de pila	X			0,5
		Artículo femenino				
	14.	Dependencia	No			
15.	Propiedad	No				
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
		Referentes masculinos				
	17.	Estereotipo de belleza	No			
	18.	Referencias sexistas	No			
		Anécdotas				
Hechos humorísticos						
Peleas o controversias						
	Rivalidades					

		Declaraciones morbosas			
19.		Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
20.		Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					0,5

Pieza Nº: 35		Fecha: 21/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	Sí		"espectadores", "espectadores totales", "seguidores"	0,5
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
		Símil				
	7.	Infantilización	No			
8.	Mujeres sin nombre	No				
	Deportista/Deportistas					
	Atleta/Aletas					
	Jugadora/Jugadoras					
9.	Identificación sexual	Sí			"fútbol femenino", "Eurocopa femenina", "Selección femenina"	
	Femenino/Femenina	X				
	Mujer/Mujeres					
	Chica/Chicas					
	Fémima/Féminas					
	Dama/Damas					
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No			
	11.	Orden de presentación	No			
	12.	Excepcionalidad	Sí		"nuevo récord", "pulveriza las audiencias de fútbol femenino en España", "éxito de audiencias", "máximo histórico"	0,5
	13.	Tratamiento familiar	No			
		Nombre de pila				
	Artículo femenino					

Indicadores de transmisión de estereotipos de género	14.	Dependencia	No			
	15.	Propiedad	No			
	16.	Mirada androcéntrica	No			
		Comparaciones				
		Referentes masculinos				
	17.	Estereotipo de belleza	No			
	18.	Referencias sexistas	No			
		Anécdotas				
		Hechos humorísticos				
		Pelear o controversias				
		Rivalidades				
	19.	Identificación	No			
		Relación amorosa				
		Vida personal o familiar				
	20.	Asignación de roles de género	No			
		Dedicación familiar				
		Vida personal				
						1,5

Pieza Nº: 36		Fecha: 22/7/22		Sí/No	Observaciones	Puntuación
Género: Noticia						
Indicadores de sesgos lingüísticos	1.	Masculino genérico	No			
	2.	Adjetivación estereotipada	No			
		Belleza				
		Aspecto físico				
		Personalidad				
	3.	Feminizaciones incorrectas	No			
	4.	Léxico masculino sin correspondencia en femenino	No			
	5.	Coloquialismos y vulgarismos	No			
		Insulto				
		Palabra malsonante				
		Refrán				
		Dicho				
		Léxico concerniente a los genitales				
	6.	Figuras retóricas	No			
		Metáfora				
		Metonimia				
		Hipérbole				
	7.	Infantilización	No			
		8.	Mujeres sin nombre	No		
			Deportista/Deportistas			
	Atleta/Atletas					
	9.	Jugadora/Jugadoras				
		Identificación sexual	No			
		Femenino/Femenina				
		Mujer/Mujeres				
		Chica/Chicas				
	Fémima/Féminas					

		Dama/Damas			
Indicadores de sesgos discursivos	10.	Expresiones condescendientes	No		
	11.	Orden de presentación	No		
	12.	Excepcionalidad	No		
	13.	Tratamiento familiar	Sí	"Alexia", "Irene"	0,5
		Nombre de pila	X		
		Artículo femenino			
14.	Dependencia	Sí	"Vilda saluda a sus jugadoras"	0,5	
15.	Propiedad	No			
Indicadores de transmisión de estereotipos de género	16.	Mirada androcéntrica	No		
		Comparaciones			
		Referentes masculinos			
	17.	Estereotipo de belleza	No		
	18.	Referencias sexistas	No		
		Anécdotas			
		Hechos humorísticos			
		Peleas o controversias			
		Rivalidades			
	19.	Identificación	No		
		Relación amorosa			
		Vida personal o familiar			
	20.	Asignación de roles de género	No		
		Dedicación familiar			
		Vida personal			
					1