

“La agenda deportiva con enfoque de género: Red Iberoamericana Mujer y Deporte”

Del 17 al 21 de Junio 2019

Centro de formación de Cartagena de Indias

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL
PERIODISMO DEPORTIVO
El tratamiento del deporte femenino

ÉLIDA ALFARO

Seminario Mujer y Deporte-INEF Madrid

EL DEPORTE FEMENINO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¿Cómo es la información deportiva en los medios de comunicación?

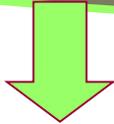
¿Cómo es la información que dan los medios de comunicación sobre la participación de las mujeres en el deporte?

¿Cuáles son las repercusiones del sesgo sexista que tiene la información deportiva?

¿Qué hacer para mejorar esta situación?

LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Características



Sesgo deportivo

Modelo competitivo

Centrado en algunos deportes



LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Características



Sesgo sexista

Refuerzo de los estereotipos sociales de género

Los hombres son el modelo de referencia

Desigual atención y tratamiento a hombres y a mujeres



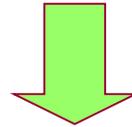
CARACTERÍSTICAS DE LA ATENCIÓN MEDIÁTICA AL DEPORTE SEGÚN SEXO

- 
- **Discriminación por deporte.**
 - **Diferenciación por nivel de éxito económico y deportivo.**
 - **Diferenciación por impacto social de su vida personal y familiar.**
 - **Gran presencia en todos los medios de comunicación, tanto generales como especializados.**
 - **Abundante uso de imágenes.**
 - **Ocupación de grandes espacios informativos.**

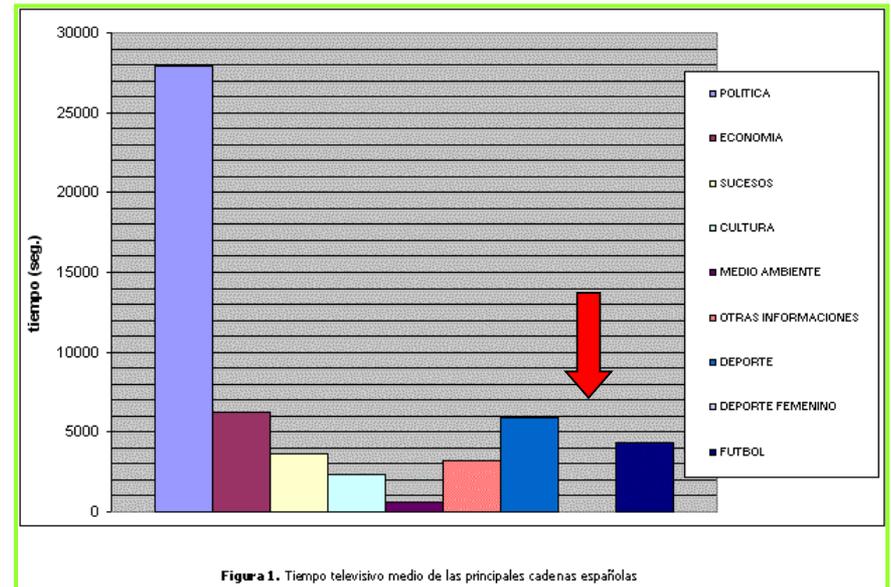
- 
- **Discriminación por deporte y por sexo.**
 - **Discriminación por atributos físicos.**
 - **Marcada por estereotipos de género.**
 - **Mayor presencia en radio y prensa escrita especializada.**
 - **Escaso uso de imágenes acompañando a la noticia.**
 - **Poco espacio informativo.**
 - **Erotización de la imagen de la deportista.**
 - **Lenguaje sexista.**

ATENCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL DEPORTE FEMENINO

Análisis cuantitativo

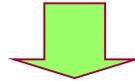


La información deportiva femenina es muy escasa, fundamentalmente en TV y prensa escrita y presenta un sesgo marcadamente sexista.

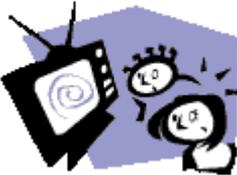


ATENCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL DEPORTE FEMENINO

Algunos datos



88% H y 87% M consideran que los medios de comunicación dedican más tiempo al deporte que hacen los hombres que al que hacen las mujeres.



Por cada minuto dedicado a deporte hecho por mujeres se dedican 19 minutos para el de hombres.



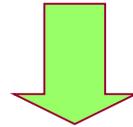
Sólo el 12,5% de las entrevistas realizadas a deportistas son mujeres.



Por cada noticia deportiva referida a mujeres hay 15,6 dedicadas a hombres.

ATENCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL DEPORTE FEMENINO

Análisis cualitativo

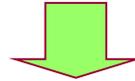


La información sobre el deporte que hacen las mujeres se dirige únicamente al deporte de alta competición.

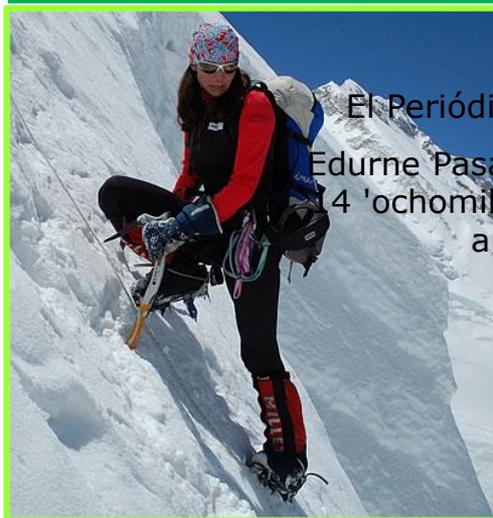


ATENCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL DEPORTE FEMENINO

Análisis cualitativo



Solamente cuando hay éxitos muy importantes se incluye a las mujeres que los obtienen, aunque su tratamiento suele ocupar menor tiempo y valor que cuando se tratan los éxitos de los hombres.



El Periódico.com (06-08-2010)
Edurne Pasaban: "He terminado los 14 'ochomiles' y he cortado con los antidepresivos"

EL MUNDO

SECCIONES Deportes JOJO Euro16 Fútbol Baloncesto Tenis Fórmula 1 Motociclismo Vuelta a España Más deporte

Carolina Marin

Y hasta se ha echado novio

La española se prepara para defender su título mundial, que se disputa esta semana en Yakarta (Indonesia)

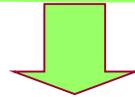
De ser la tapada, a convertirse en la rival a batir por todas

JAVIER SÁNCHEZ
Actualizado 10/08/2015 10:19 horas

Cinta **Carolina Marin** contra el dominio asiático, coléricos «¡Vamos!» describen su juego, su personalidad, su éxito ¡Dios, qué carácter! Hoy es su virtud, pero tiempo atrás tanta fama amenazó su carrera. «Feliz 2014» dijo el enero que elevó sus objetivos, y poco tardó en caer en la trampa «¡Tenía demasiada prisa», admítelo ahora. En un entrenamiento invernal, la ambición le dominó y vino su entrenador de toda la vida, **Fernando Rivas**, a bajarle los humos. «Me pregunté seno qué quería ser en la vida y yo sólo pude darme la vuelta y ponerme a llorar», explica.

ATENCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL DEPORTE FEMENINO

Análisis cualitativo

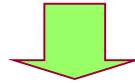


Se ha demostrado que en nuestro país el éxito de las mujeres en algunos deportes es igual o superior al de los hombres y, a pesar de ello, las mujeres siguen sin tener apenas cabida en los medios.



ATENCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL DEPORTE FEMENINO

Análisis cualitativo



El tratamiento que los medios de comunicación dan al deporte femenino suele estar impregnado de estereotipos de género y la información tiende a resaltar más a la mujer que a la deportista.



ABC. Sec. 31-01-2010.



Los siete días de Mireia

• Comienza hoy en una de las modalidades en las que tiene más posibilidades de medalla, los 400 metros estilos

Javier Romano Rio
@jromano

Comentarios
21

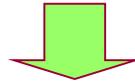
Compartido
20



Mireia Belmonte, durante un entrenamiento en la piscina olímpica de Río Reuters

ATENCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL DEPORTE FEMENINO

Análisis cualitativo

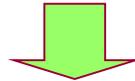


Los medios de comunicación utilizan un lenguaje sexista en la información deportiva que se caracteriza por:

- **La invisibilidad de las mujeres y el estereotipo.**
- **Identificación femenina nula o distorsionada.**
- **La aplicación de una mirada androcéntrica a los temas y su tratamiento.**
- **Subordinación temática, sintáctica y simbólica de las mujeres.**
- **Una banalización u ocultación de sus actuaciones, logros y declaraciones.**

ATENCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL DEPORTE FEMENINO

Análisis cualitativo



Se detecta la ausencia de formación con perspectiva de género en los y las profesionales de la comunicación. En los estudios de Ciencias de la Información no existen materias específicas que sensibilicen sobre estos temas y proporcionen conocimientos y estrategias al respecto.

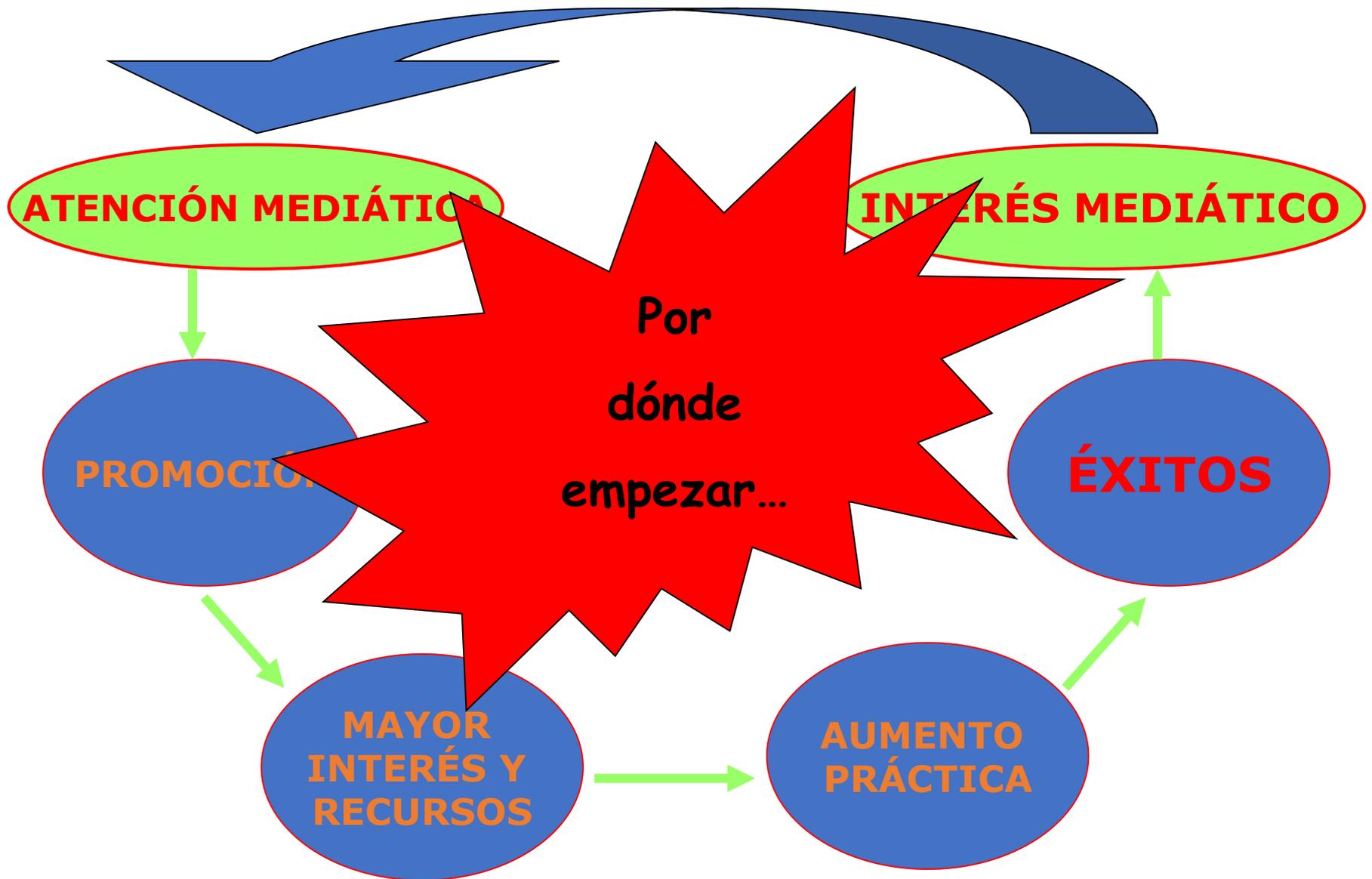


Los nuevos Planes de Estudio (Bolonia), han sido aprobados en ausencia de materias formativas con perspectiva de género, y sin dar cumplimiento al Artº 24.2.a. de la Ley Orgánica de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres (2007)

MOTIVOS QUE APUNTAN LOS Y LAS PROFESIONALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

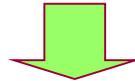
- Comercialización de la información.
- Políticas internas de quienes dirigen.
- Menor presencia de mujeres en los puestos de dirección.
- Menores éxitos del deporte femenino????
- Desinterés de las audiencias????
- La inercia en el quehacer informativo.

EL CÍRCULO DE LA ATENCIÓN MEDIÁTICA



SESGO SEXISTA DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA

Repercusiones deportivas



- **En el desarrollo personal y profesional de la deportista.**
- **En la expansión social, política y comercial del deporte que realizan las mujeres.**
- **En la identificación de las niñas y de las jóvenes con la actividad deportiva y que tiene como consecuencia menor nivel de práctica de la población femenina.**
- **En el conocimiento de otros modelos de práctica deportiva que pueden realizar las mujeres.**
- **En la persistencia de tópicos y estereotipos de género asociados al deporte.**

¿QUÉ PODEMOS HACER?

Sensibilizar a las audiencias

Elaborar "guías de buenas prácticas" para el ámbito profesional de la comunicación y del deporte

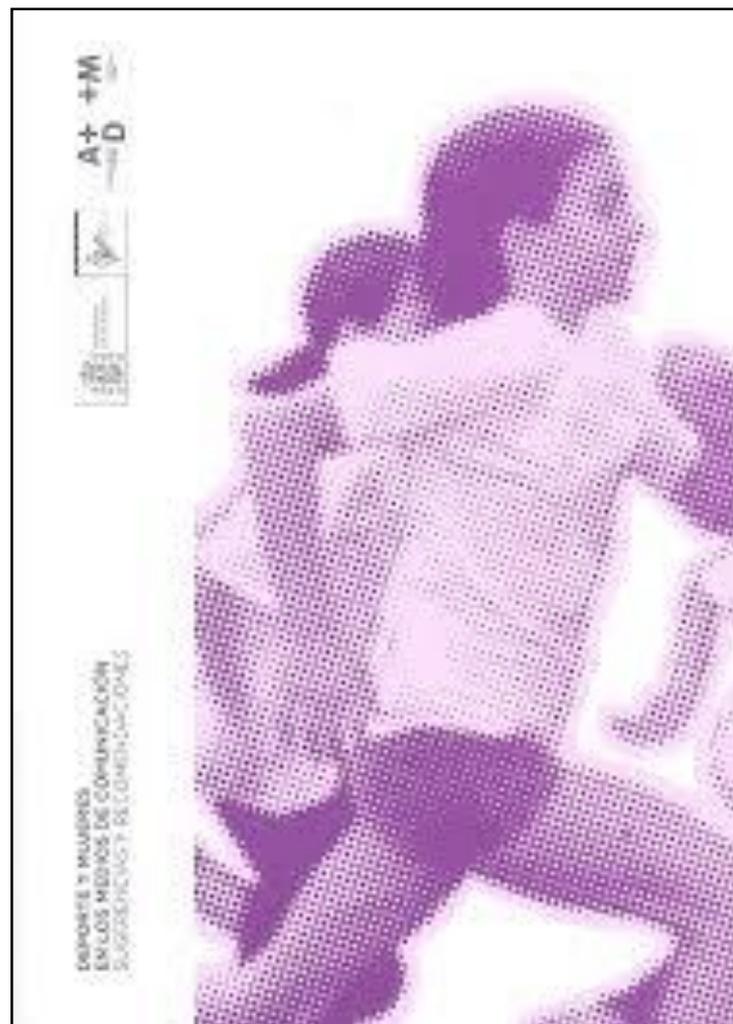
Sensibilizar y formar a profesionales de la comunicación y del deporte y a las propias deportistas.

Establecer el uso de un lenguaje no sexista

Normas y acuerdos entre instituciones que aseguren la equidad en la información

Que los organismos deportivos difundan los éxitos de las mujeres en la misma medida que los de los hombres

Eliminar la influencia de los estereotipos de género en la información deportiva



DEPORTE Y MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES (CSD, 2011)

Muchas gracias

ÉLIDA ALFARO

SEMINARIO MUJER Y DEPORTE-INEF MADRID

Fac. C.C. Actividad Física y Deporte-INEF

Universidad Politécnica de Madrid

mujerydeporte.inef@upm.es

elida.alfaro@upm.es

