

Adolescència i esport: absència de referents femenins en els mitjans per a les adolescents

Adolescence and Sport: Lack of Female Athletes as Role Models in the Spanish Media

EVA GÓMEZ-COLELL

Departament de Comunicació
Universitat Pompeu Fabra (Espanya)

Autora per a la correspondència

Eva Gómez Colell
evagcolell@gmail.com

Resum

La representació de les dones esportistes en els mitjans de comunicació espanyols continua sent un camp d'estudi poc analitzat en comparació amb l'anàlisi de la presència femenina en els mitjans des d'una perspectiva generalista. El present estudi té com a objectiu reflexionar sobre l'absència de dones esportistes en l'imaginari social, de manera que nenes i adolescents no tenen models referents als quals imitar. Si bé les investigacions sobre la participació de la dona en la informació general sí que tenen en compte les diferents seccions o categories informatives, són pocs els estudis pròpiament dedicats a la imatge que es dona en els mitjans de comunicació de les esportistes professionals. En els pocs estudis existents es confirma la seva infrarepresentació i l'aposta, cada vegada més freqüent, per les "invitades" (dones objecte, sense més utilitat que la d'acompanyar el protagonista de la informació: l'esportista masculí), desproveint nens i joves de models de referència en els quals fixar-se.

Paraules clau: dones esportistes, referents, mitjans de comunicació, periodistes, adolescència

Abstract

Adolescence and Sport: Lack of Female Athletes as Role Models in the Spanish Media

The representation of women athletes in the Spanish media is still a field of study that is rarely analyzed in comparison with the examination of the female presence in the media from a generalist perspective. This study discusses the lack of women athletes in the social imaginary, which means that girls and young women do not have role models to imitate. Even though research on the participation of women in general news items has taken into account the different news sections or categories, few studies have examined the image of female professional athletes portrayed in the media. The few studies conducted show that they are underrepresented and an increasing use of "guests" (women as objects with no other use than to accompany the star of the news item, the male athlete), thus denying girls and young women role models with which to identify.

Keywords: female athletes, role model, media, journalists, adolescence

Introducció

Indiscutiblement, la participació femenina en l'esport transcorre en paral·lel a la presència progressiva de la dona en l'espai públic. L'exclusió de la població femenina de la pràctica esportiva és una conseqüència directa de la discriminació social que ha patit al llarg de la història, sorgida a partir de la divisió del treball i de la diferenciació dels rols de gènere.

En una revisió històrica, Zamora (1998) assenyala que ja en l'antiguitat consta documentada la pràctica esportiva de la dona, encara que a partir de l'Edat Mitjana predominarà el paper femení d'espectadora d'es-

deveniments esportius. No és fins al segle XIX que el concepte d'esport apareix com a tal, i és a la fi del mateix període que es comença a plantejar el caràcter alliberador del món femení de l'esport, i també quan aquest passa de mer passatemps a estructurar-se sota les regles de la competició (Zamora, 1998). A Espanya, amb l'expansió econòmica dels anys 20 i 30 del segle XX, s'incorpora en l'imaginari col·lectiu una redefinició de la feminitat gràcies a l'aparició d'un nou model de dona: moderna, culta i instruïda. Després de la Guerra Civil espanyola i durant el franquisme, l'educació esportiva a les escoles s'orientarà a millorar

les funcions de les noies com a futures esposes i mares (Zagalaz, 1999). Es procuraven fomentar els aspectes artístics i expressius de les dones, i l'exercici físic continuava determinant patrons estètics que reforçaven "allò femení" (*Dones i Esport*, 2011, pàg. 6). Com a conseqüència d'una lenta obertura, la dècada dels 60 va comportar un canvi en les formes de vida de la societat. La incorporació de la dona al món laboral, l'aparició de les escoles mixtes i el retorn a l'ideari de l'educació física dels anys 30 –amb objectius didàctics i pedagògics– van obrir el camí cap a una reestructuració social que va permetre la generalització de la pràctica esportiva entre les dones, i la concepció d'aquesta com a instrument socialitzador (Zamora, 1998). Els canvis en el sistema productiu i l'augment de l'atur durant la crisi dels setanta van fer de l'esport una activitat més aviat relacionada amb la salut i la diversió –el gaudi del propi cos– en el temps lliure, i no tan enfocada a la competició. Des de llavors, i gràcies a les campanyes de promoció esportiva per a la població en general, la participació femenina en l'esport no ha parat de créixer (Puig & Soler, 2004).

Tanmateix, l'ús esportiu de l'espai públic encara està reservat als homes: "Les dades mostren una clara absència de dones practicant esport en els espais públics urbans de la ciutat de Barcelona, de manera que podem dir que aquests continuen sent encara un espai de socialització masculina" (Vilanova & Soler, 2008, pàg. 30). Així doncs, es manté la forta càrrega cultural de gènere que ha condicionat els aspectes socials al llarg de la història, i que ha comportat l'escassa o gairebé nul·la presència de la dona en l'àmbit públic. I, com a conseqüència d'aquesta escassa visibilització de l'esport femení en la societat, ni les categories femenines ni les pròpies esportistes han arribat a aconseguir la repercussió mediàtica de què gaudeix el gènere masculí, desproveint de referents femenins a nens i joves. A més a més, la realitat de les dones en els mitjans de comunicació encara és explicada sota una mirada androcèntrica que assegura i protegeix els valors dominants, i que fomenta els prejudicis sexistes, tot fent romandre un halo de superioritat masculina en la manera que pren la informació quan és articulada pels periodistes. Ibáñez (2001), a qui recorrerem més endavant, es planteja la dificultat que suposa per als professionals de la preparació física en les etapes de formació de la infància (monitors, entrenadors, professors, etc.) apropar la pràctica esportiva a les adolescents, si des del sistema d'estructura social no es considera la incursió del gènere com

un valor important i es canalitza aquesta actitud a través dels mitjans de comunicació. D'acord amb Roca i Balasch (2004, pàg. 3), "els educadors i els entrenadors, per dir-ho d'alguna manera, no són els que han de planificar i executar el canvi social pel que fa a l'esport, però sí que són els que han de facilitar i promocionar el coneixement objectiu, l'esperit crític i la interpretació més rigorosa dels esdeveniments que regularment ocupen els mitjans audiovisuals".

Per aprofundir, precisament, en aquest esperit crític, el present article repassa, d'una banda, els estudis més recents sobre la imatge de la dona esportista en els mitjans de comunicació espanyols, els resultats dels quals ens condueixen a qüestionar els models que es posen a disposició dels més petits com a inspiració de futures carreres esportives. Ibáñez (2001), Piñar (2005) i Fideres i Palao Andrés (2006) apunten la dificultat de nenes i adolescents per accedir a la pràctica esportiva en igualtat de condicions que els seus companys i adverteixen de la falta de referents –que no siguin el de l'home esportista– en els quals fixar-se durant l'etapa de formació. D'altra banda, i donada la seva responsabilitat social, ens fixem directament en els mitjans de comunicació com a transmissors de valors a través del tractament de la informació. Ho fem fixant-nos en els professionals del periodisme que treballen en l'àmbit dels esports, en la mesura que aquests espais encara estan gestionats majoritàriament per i per a homes; aspecte que serveix de reconfirmació de la mateixa situació desigual –i invariable– en el sector de la comunicació en general (Abril, 1998; Emakunde, 1994; Fagoaga & Secanella, 1984; Gallego, 1998; Gallego & Del Rio, 1993; López Díez, 2004; Soriano, Cantón, & Díez, 2005).

La representació de les dones esportistes en els mitjans de comunicació espanyols

Les periodistes i, a més a més, jugadores professionals de vòlei, María Eugenia Ibáñez i Manuela Lacosta (1998), marquen la línia de les investigacions que se succeeixen al llarg de la dècada dels 2000 amb l'estudi *Informació esportiva: només per a ells*. Mitjançant l'anàlisi de diaris esportius i de la premsa generalista, les autores conclouen que les dones esportistes són sistemàticament ignorades de la informació, i quan no són ignorades, les escasses referències a les esportistes es donen a deshora. A més a més, la imatge general de

dona que es desprèn d'aquestes publicacions dista molt de la que correspondria per a la categoria informativa que ens ocupa. La mateixa Ibáñez (2001) detecta que, com la versió de la pràctica esportiva que arriba a les escoles està masculinitzada –té protagonistes masculins–, les nenes no tenen referents esportius femenins en la seva etapa de formació: “els mites en l'esport que amb tant d'entusiasme i dedicació crea la premsa, la ràdio i la televisió són sempre homes, no hi ha dones en aquest Olimp informatiu, amb la qual cosa a la nena se li acaba inculcant una versió final de l'esport només per a homes” (pàg. 113).

Angulo (2007), en el seu informe *Las imágenes de los deportistas en los medios de comunicación*, suprimeix el futbol, que representa més de la meitat de les pàgines d'informació esportiva en la premsa i, tot i així, les notícies protagonitzades per dones són el 8,6% davant del 91,4% de les protagonitzades per homes. Acaaba conclouent que tant les notícies com les fotografies en què apareixen esportistes femenines tenen un format reduït o molt reduït en la premsa esportiva.

El Consell Audiovisual d'Andalusia (2008), per la seva banda, introdueix la televisió (RTVA –Canal Sur Televisión i Canal Sur 2–, desconexions autonòmiques –TVE, La2 i La Sexta–) en l'anàlisi sobre la representació de gènere en relació amb el seguiment informatiu esportiu per determinar que, del total d'emissions televisades d'esport, el 4,75% correspon al practicat per dones, fins i tot en pitjor proporció que el mixt (5,1%). El 90,1% sobrant es dedica a l'esport protagonitzat per esportistes homes, la qual cosa acaba redundant en l'imaginari social que l'esport és masculí.

Tan sols un any més tard, Ramajo i Luzón (2009) publiquen un estudi de característiques semblants analitzant en aquest cas els canals públics catalans, TV3 i Canal 33. La investigació sobre la representació de la dona esportista en la televisió pública catalana que realitzen les autores presenta dues vessants d'anàlisi que es complementen entre si: qualitatiu i quantitatiu. Així, de *La representación de la mujer deportista en la televisión generalista. Un caso práctico: la televisión pública catalana (TV3 y Canal 33)* (Ramajo & Luzón, 2009) es desprèn que, del total de 672 hores de televisió que conformen la mostra (14 dies), el temps que es dedica a l'esport gira al voltant del 13%, i únicament 2,3 hores és el còmput global en l'atenció dedicada a la competició femenina. Cal dir, no obstant això, que durant els dies d'emissió de la mostra, es va disputar la final femenina de ping-pong de l'obert de Vic,

l'hora de durada de la qual ja representa la meitat del temps dedicat a la informació sobre les dones esportistes. D'aquesta manera, el propi temps d'emissió és un factor més que prioritza l'esport practicat per homes. Ramajo i Luzón (2009) elaboren també una classificació que distingeix per categories la presència femenina en la televisió: són protagonistes de l'acció en un 88,1% dels casos, expertes en segon lloc (6,1%) i, en menor mesura (5,8%) secundàries –malgrat no ser objecte directe de l'acció, en formen part– i complementàries –acompanyen els protagonistes però no intervenen en l'acció–.

Precisament, la tesi doctoral de Sáinz de Baranda Andújar (2010), que reprèn l'estudi de la premsa esportiva i analitza el període 1979-2010, assenyala que, per a la gran majoria de mitjans de comunicació, l'esportista no té categoria suficient per ser considerada protagonista o font de la notícia. La tesi estableix dos perfils de dones en la premsa esportiva: les pròpies de l'àmbit esportiu (representant el 86,8% de la informació) i les “invitades” (13,2%) (Sáinz de Baranda Andújar, 2010, pàg. 130). Aquestes últimes són les familiars, parelles, famoses o aficionades que representen el paper d'acompanyants i reforcen, d'aquesta manera, els estereotips de la dona objecte o element decoratiu. A aquest respecte, adverteix que en els últims 30 anys s'ha produït un augment de la presència de les “invitades” com a personatges principals de la notícia –passant d'un 30% l'any 1979 a un 48% en el 2010– i que aquest augment concorda amb una major invisibilitat de les dones esportistes (Sáinz de Baranda Andújar, 2014).

Seguint la línia dels estereotips que construeixen i reproduïxen els mitjans de comunicació, López Díez (2011) estableix una classificació sobre aquests: l'estereotip de bellesa és el més abundant de tots, però també trobem referències sexistes com quan “es destaquen en un mateix pla de la informació tant els seus mèrits esportius i professionals com els seus atributs físics” (Rojas Torrijos, 2010, pàg. 11), representació de l'esportista en funció de la seva situació sentimental i vida personal i familiar, assignació de rols de gènere i control d'emocions segons el sexe, i categorització dels esports com femenins o masculins de manera estereotipada.

La mateixa autora reuneix, a més a més, una sèrie de recomanacions per a cadascun dels estereotips descrits, amb l'objectiu d'impulsar la visibilització de l'esport practicat per dones. Així, segons López Díez (2011) és necessari que la imatge que es reflecteix de la dona esportista

sigui la d'un model d'èxit personal, professional i social; però, per a això, abans cal augmentar quantitativament la presència mediàtica de l'esport practicat per dones. Tal presència, no obstant això, no té per què garantir un tractament igualitari entre les dones i els homes que es dediquen a la pràctica de l'esport. És per això que, entre d'altres idees, es recomana evitar l'ús del cos com a reclam informatiu en la mesura que la notícia ha de centrar-se només en els èxits o esdeveniments esportius aconseguits, així com cal evitar destacar relacions estereotipades de competència o afers emotius com si es tractés d'una característica pròpia del gènere femení. En aquest context, un llenguatge inclusiu pot contribuir a visibilitzar la pràctica esportiva femenina i a generar un major respecte cap a les dones entre l'audiència. Així mateix, els propis mitjans de comunicació poden ser còmplices d'això apostant per dones especialistes com a fonts informatives, opinants, locutors, testimonis, etc. D'aquesta manera, i amb el compromís d'eliminar la desigualtat per motiu de gènere, aquests mitjans posarien a la disposició de nenes, adolescents i dones la llibertat de fer-se seu qualsevol esport tradicionalment considerat com masculí, promovent –com s'exposa a l'inici del present paràgraf– un model d'èxit personal, professional i social.

Una de les investigacions més recents en el tema que ens concerneix, *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva* (ASPIC-Comunicación, 2013), a més d'oferir un panorama semblant al que s'ha comentat fins al moment, afegeix una idea que engloba la investigació en aquest àmbit: l'associació que es fa de l'esport en l'imaginari col·lectiu està directament vinculada amb la competició masculina. Tanmateix, i malgrat que la percepció general no reflecteix un canvi o una millora significativa en la representació de la figura femenina i esportista en els mitjans de comunicació, tal com hem anat veient, aquest últim estudi sí que observa una lleugera preocupació dels propis mitjans per les dificultats i els obstacles als quals s'enfronten les dones que practiquen esport en competició (ASPIC-Comunicación, 2013).

L'absència de referents com a conseqüència del biaix en la informació esportiva

La situació descrita, poc favorable a la neutralitat i objectivitat que presumptament caracteritzen els mitjans de comunicació, condueix a reprendre la preocupació

d'Ibáñez (2001) sobre la falta de referents femenins per a les nenes i adolescents que practiquen esport o desitgen practicar-lo. En la mesura que els mitjans de comunicació contribueixen a conceptualitzar què s'entén per 'esport' i quins marcs d'associació genera, i més fins i tot tenint en compte que “a Espanya no hi ha cap mitjà de comunicació a nivell esportiu dedicat exclusivament als joves com ocorre per exemple als EUA (Sports Illustrated Kids)” (Frideres & Palao Andrés, 2006, pàg. 8), cal preguntar-se per les implicacions socials de tot això. Malgrat tot, es tendeix a plantejar l'esport com un espectacle regit per les lleis del mercat de masses, provocant així un biaix en els models de comportament que transmet la seva pràctica. Si “per cada notícia referida a dones, n'hi ha 15 referides a homes” (Frideres & Palao Andrés, 2006, pàg. 12) estem d'acord amb Piñar (2005) que la pregunta que es fa obligada és com aconseguir una pràctica igualitària de l'esport des de la infància si els models que es perceben són majoritàriament masculins. Per a Ibáñez (en Amigó et al., 2004), l'entorn social –entenen-lo contaminat per masclisme i misogínia– envia a nenes i adolescents consignes contràries a l'exercici de l'esport, assumint que el model de dona que s'espera d'elles no es correspon amb la pràctica esportiva tradicionalment viril: “els missatges que reben les nenes les porten a la conclusió que és preferible fer de *cheer leader* que suar la samarreta a la pista, despendinar-se i contravenir el model de feminitat que la societat els imposa” (pàg. 60). En la mateixa línia, considera que “no ha d'estranyar a ningú que cada dia sigui més difícil que les nenes practiquin esport a les escoles i que les alumnes assumeixin com un fet evident que la competició, l'esforç en entrenaments i competició, són privatis dels seus companys” (Ibáñez, 2001, pàg. 112). Així, l'abandó de la pràctica esportiva és una de les conseqüències més significatives de la situació que descrivim en les etapes de la infància i l'adolescència: “Donades les escasses expectatives i possibilitats que les noies troben en l'esport tendeixen a prioritzar altres activitats. L'escàs suport que les noies troben en l'entorn familiar, escolar i social dificulta la seva continuïtat en l'esport” (Emakunde, 2001, pàg. 102). Aquesta falta de recompensa i reconeixement social les obliga a estar contínuament demostrant la seva vàlua i capacitat per practicar qualsevol mena d'esport, fins i tot per arribar a formar part de la informació mediàtica. I, si bé els mitjans de comunicació no són els principals responsables en la socialització primària, sí que formen part indirecta del procés de creixement social dels nens. En considerar

l'esport femení com menys important i fer-lo invisible no s'està permetent l'accés de nenes i noies adolescents, però tampoc a nens i homes adolescents a altres models de referència que no siguin el de l'home esportista.

Per això, creiem rellevant conèixer en quina mesura se'ls pot atribuir aquesta competència als professionals que produeixen o participen del procés de producció informativa en l'àmbit esportiu.

La intervenció de la periodista d'esports en la producció informativa

Havent mostrat com són representades les esportistes, els resultats ens fan plantejar de quina manera els mitjans assumeixen la responsabilitat de les seves pròpies interpretacions sobre la figura i els mèrits de les esportistes des d'una perspectiva de gènere. Més concretament, què succeeix perquè les periodistes d'informació esportiva siguin còmplices de tals publicacions o emissions encara que aquestes són perjudicials, o com menys incompletes, per al seu mateix gènere.

Abans, és necessari assentar la professió periodística sobre una base que ens ajudarà a elaborar un perfil sociolaboral de la dona periodista en l'àmbit espanyol per a, posteriorment, endinsar-nos en l'àmbit específic de l'esport. El concepte "pseudofeminització" (Soriano et al., 2005, pàg. 36) és l'eix al voltant del qual giren les quatre característiques fonamentals de tal perfil: les dones periodistes pràcticament no ocupen càrrecs de responsabilitat, però sí que tenen una presència destacada en seccions perifèriques o d'escassa influència social –no és el cas dels esports, considerada una secció dura i viril (Gallego, 2002; Tuchman, 1983)–. A més a més, les dificultats per conciliar vida laboral i vida privada tenen com a conseqüència l'abandó prematur de la professió, la qual cosa és concebuda pel moviment feminista com una expulsió de la dona de la seva carrera professional (Melin-Higgins, 2001).

Aquestes mateixes característiques són extrapolables a la situació de les periodistes esportives. Cal dir, per endavant, que la producció acadèmica en aquest àmbit concret és escassa a Espanya. No obstant això, hi ha més tradició d'investigació en altres països com, per exemple, els Estats Units. Els treballs pioners de Marie Hardin (2005a, 2005b, 2005c, 2006, 2013), una de les autores més especialitzades en el tema que ens concerneix, introdueixen la figura de l'editor del mitjà de comunicació com un dels principals frens al desenvolupament de la tasca professional de les perio-

distes esportives: els "gatekeepers" (2005, pàg. 65) determinen els continguts segons criteris propis i, en tractar-se majoritàriament d'homes, es legitima la ideologia de la masculinització hegemònica de l'esport, afectant així tant el contingut (la cobertura de l'esport en femení: categories, competició, esportistes...) com la seva producció (la feina de les periodistes). Semblaria lògic que arribats a aquest punt es justificués l'abandó prematur de la professió periodística. No obstant això, malgrat ser conscients de la discriminació a què estan exposades per raons de gènere, estan satisfetes amb el seu treball (Miller & Miller, 1995). La rèplica de Hardin i Shain (2005b, 2005c) a tal afirmació –encara que antiga, contundent– resideix en la interiorització de la discriminació; és a dir, de la inferioritat femenina respecte de la superioritat masculina, fet que les frena a rebel·lar-se. En conseqüència, les periodistes esportives són, al seu torn, "insiders" per la seva capacitat d'adaptació a estàndards masculins i "outsiders" per la seva condició de dones (Hardin & Shain, 2006, pàg. 323).

En l'àmbit espanyol, trobem dues línies de discussió clarament diferenciades. D'una banda, la que defensa que les dones estan plenament integrades en les redaccions (Castañón, 2007), i la que considera el periodisme esportiu com l'assignatura pendent de l'àmbit comunicatiu (Gutiérrez Pequeño, 2008). Tot i això, si bé hi ha discrepàncies quant al grau d'integració de la dona periodista en l'àmbit laboral que analitzem, ambdós autors estan d'acord en què els mitjans de comunicació catalans han tingut un paper destacat en la incorporació de les periodistes en l'àmbit esportiu.

Precisament, i tornant al marc acadèmic internacional, la contractació ha estat estudiada en la mesura que se'ns planteja si es fa més per raons estètiques o pel seu aspecte físic que no per les seves habilitats intel·lectuals o capacitats professionals. D'aquestes dones s'espera que utilitzin la seva feminitat per interaccionar amb les seves fonts –eminentment masculines– i que adoptin un rol seductor per a així captar la seva atenció i obtenir la informació desitjada (Grubb & Billiot, 2010).

Arribats a aquest punt ens plantejem si la (pseudo) feminització de les redaccions condiona el tractament de la informació. Trobem que la cosificació de la dona, l'atribució a aquesta d'un paper secundari o merament d'objecte de desig es dona tant en la informació produïda com en qui la produeixen. ¿Són les periodistes esportives còmplices del tracte sexista que s'atorga a

les esportistes en els mitjans en què treballen? ¿Quina relació hi ha entre els càrrecs ocupats per dones a les empreses periodístiques i l'actitud del mitjà sobre la informació i els seus protagonistes? Per a autores com Melin-Higgins (2001), Limor i Lavie (2002), Gallego (2007) o Papí Gálvez (2008), sí que hi ha un vincle directe entre la feminització de les redaccions i una millora –tant qualitativa com quantitativa– de la participació de les dones com a protagonistes de la informació. Menéndez (2007), Palau (2008) o Altés i Majó (2012), en canvi, consideren que un nombre més gran de càrrecs de responsabilitat ocupats per dones no garanteix la inclusió de la perspectiva de gènere en les publicacions o en els enfocaments de la notícia. En la mesura que els mitjans de comunicació són altaveu i aparador dels valors i les expressions de l'esport, també els valors que genera la pràctica esportiva són un reflex de l'actitud social. Si no són les pròpies periodistes les que detecten els biaixos informatius i intervenen positivament en el procés de producció de la informació, qui ho farà? La inclusió de la perspectiva de gènere es fa necessària, ja sigui des d'una perspectiva igualitària o de la diferència, tal com proposen en l'àmbit merament esportiu Puig i Soler (2004, pàg. 76): “el rellevant és que les dones no han imitat el món masculí sinó que n’han creat un de propi” però també des de la consciència de la desigualtat: “Des del punt de vista teòric no es pot oblidar que la cultura esportiva femenina ha de ser analitzada en el context d’una societat patriarcal” (Puig & Soler, 2004, pàg. 77).

Discussió i conclusions

Aquest estudi posa de manifest que la representació de les dones esportistes en els mitjans de comunicació espanyols continua sent escassa (Ibáñez & Lacosta, 1998; Angulo, 2007; CAA, 2008; Ramajo & Luzon, 2009; Sáinz de Baranda Andújar, 2010) i presenta un desajust sobre la pràctica esportiva i els mèrits professionals d'aquestes, i deixa lloc, cada vegada més, a les “invitades” (Sáinz de Baranda Andújar, 2010, pàg. 130; 2014). La seva creixent presència en la informació està amenitzada, a més a més, amb estereotips de bellesa que freguen el límit del sexisme (López Díez, 2011), sent aquests *inputs* rebuts per nens i joves –independentment del seu gènere– el model de referència que s’ha de seguir, en la mesura que els mitjans de comunicació són considerats part del seu procés de socialització.

Així, el periodisme esportiu en concret, i els mitjans de comunicació en general, contribueixen al man-

teniment d'aquests estereotips des del moment que els reproduïen reiteradament, i també les professionals són participants de tal contaminació informativa encara que es fa al·lusió al propi gènere (Shain & Hardin, 2005b; 2005c; Grubb & Billiot, 2010). Però al debat de la responsabilitat dels mitjans i de la pseudofeminització de les redaccions com a garant de més i millor tractament de la informació esportiva femenina, li precedeix la reflexió que ens servirà per concloure el present article: sigui com sigui, la paritat tan sols té un significat numèric, i indica que la societat ha de distribuir equitativament els seus llocs de treball i responsabilitats entre homes i dones, mentre que la igualtat és un concepte moral i implica la negació de la discriminació en les relacions socials. La paritat és un instrument necessari però no un objectiu en si mateixa. Per tant, no seran vàlides aquelles informacions que incloguin un nombre més gran de dones protagonistes de la notícia si la seva representació no és la que es correspon amb els seus mèrits –esportius, en aquest cas–. La mateixa demanda es concep per a la investigació acadèmica en l'àmbit que ens afecta. La tendència metodològica fins al moment ha estat la quantitativa, la qual ens ha permès establir una base fonamental per conèixer una situació en concret –la de la representació de les esportistes en els mitjans de comunicació, i la de la participació de les periodistes en l'àmbit esportiu– però cal considerar la introducció de la metodologia qualitativa, ja que ens previndrà de caure en la trampa de la paritat i la conformitat numèrica en el camí cap a la consecució de la igualtat.

Havent exemplificat la falta de referents esportius per a nenes i adolescents a través dels mitjans de comunicació, es fa patent la necessitat de resoldre aquesta carència des d'un àmbit multidisciplinari que contempli la pràctica esportiva com una oportunitat d'intervenció social i educativa, i que així sigui transmès pels professionals de la informació esportiva.

Conflicte d'interessos

L'autora declara no tenir cap conflicte d'interessos.

Referències

- Abril, N. (1998). *La presencia de las mujeres en los medios de comunicación: propietarias, directivas, reporteras*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Altés, E., & Majó, S. (2012). *Representació i tractament de les dones i el gènere en la informació sobre economia*. Barcelona: Ajuda en Acció.

- Angulo, M. (2007). *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*. Madrid: Consejo Superior de Deportes.
- ASPIC-Comunicación. (2013). *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva*. Vitòria-Gasteiz: Dirección de Juventud y Deportes.
- Castañón, J. (2007). Mujer, idioma y fútbol en España (1904-2004). *Lecturas: Educación Física y Deportes* (107). Recuperat de www.efdeportes.com/efd107/mujer-idioma-y-futbol-en-espana-1904-2004.htm
- Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA). (2008). *Estudio sobre deporte y género en televisión*.
- Dones i esport* (Núm. 29). (2011). Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Emakunde. (1994). Participación de las mujeres en los medios de comunicación de Euskadi y en la publicidad. Vitòria-Gasteiz: Emakunde.
- Emakunde. (2001). Modelos y referentes de los comportamientos masculinos y femeninos en la juventud vasca. Vitòria-Gasteiz: Emakunde.
- Fagoaga, C., & Secanella, P. (1984). *Umbral de presencia de la mujer en la prensa española*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Frideres, J. E., & Palao Andrés, J. M. (2006). Anàlisi de les notícies esportives de dos periòdics digitals d'Espanya i els Estats Units: promoció de l'activitat física i l'esport? *Apunts. Educació Física i Esports* (85), 7-14.
- Gallego, J. (1998). *Gènere i informació*. Barcelona: Associació de dones periodistes. Recuperat de http://ccuc.cbuc.cat/record=b2144930~S23*cat
- Gallego, J. (2002). La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura* (28), 225-242.
- Gallego, J. (2007). De reinas a ciudadanas (o la imposibilidad de dejar colgado el género en la puerta). A M. I. Menéndez (Ed.), *Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género* (pàg. 11-34). Madrid: AMECO
- Gallego, J., & Del Río, O. (1993). *El sostre de vidre. Situació socio-professional de les dones periodistes*. Barcelona: Institut Català de la Dona.
- Grubb, M. V., & Billiot, T. (2010). Women sportscasters: navigating a masculine domain. *Journal of Gender Studies*, 19(1), 87-93. doi:10.1080/09589230903525460
- Gutiérrez Pequeño, J. M. (2008). *Mujer, deporte y medios de comunicación*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Hardin, M. (2005). Stopped at the Gate: Women's Sports, "Reader Interest," and Decision Making by Editors. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(1), 62-77. doi:10.1177/107769900508200105
- Hardin, M., & Shain, S. (2005a). Female Sports Journalists: Are We There Yet? "No." *Newspaper Research Journal*, 26(4), 22-35.
- Hardin, M., & Shain, S. (2005b). Strength in Numbers? the Experiences and Attitudes of Women in Sports Media Careers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4), 804-819. doi:10.1177/107769900508200404
- Hardin, M., & Shain, S. (2006). "Feeling Much Smaller than You Know You Are": The Fragmented Professional Identity of Female Sports Journalists. *Critical Studies in Media Communication*, 23(4), 322-338. doi:10.1080/07393180600933147
- Hardin, M. (2013). "Want Changes in Content?: Change the Decision Makers". *Communication and Sport*, 1(3), pàg. 241-245. doi:10.1177/2167479513486985
- Ibañez, M.^a E. (2004). ¿Qué aleja a las niñas del deporte? A E. Amigó et al., *Adolescencia y Deporte* (pàg. 57-62). Barcelona: Editorial INDE.
- Ibañez, E. (2001). Informació sobre esport femení: el gran oblit. *Apunts. Educació Física i Esports* (65), 111-113.
- Ibañez, M. E., & Lacosta, M. (1998). Informació esportiva: només per a ells. A J. Gallego, *Gènere i informació*. Barcelona: Institut Català de la Dona.
- Limor, Y., & Lavie, A. (2002). The Feminization of the Media: The Case of Israel. *XXIII Annual Conference of the International Association for the Mass Communication Research (IAMCR), Gender and Communication section*. Barcelona.
- López Díez, P. (2004). La mujer, las mujeres y el sujeto femenino en los medios de comunicación. A *Manual de Información de Género*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- López Díez, P. (2011). *Deporte, mujeres y medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. Madrid: Consejo Superior de Deportes. Recuperat de <http://www.csd.gob.es/csd/promocion/mujer-y-deporte/materiales-on-line-publicados-por-el-consejo-superior-de-deportes-en-relacion-con-los-programas-mujer-y-deporte/libro-deporte-y-mujeres-en-los-medios-de-comunicacion-sugerencias-y-recomendaciones>
- Melin-Higgins, M. (2001). Coping with Journalism: Gendered Newsroom Culture. A *Jornadas de discusión sobre la construcción de los estereotipos de género en los medios de comunicación*. Barcelona: Facultat de Ciències de la Comunicació, UAB.
- Menéndez, M. I. (2007). Periodismo desde la perspectiva de género y la igualdad como criterio de calidad. A *Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género*. Madrid: AMECO.
- Miller, P., & Miller, R. (1995). The invisible woman: Female sports journalists in the workplace. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72(4), 883-889. doi:10.1177/107769909507200411
- Palau, M. (2008). Les periodistes com a generadores d'una nova imatge de dona? *Dossiers Feministes* (11), 95-103.
- Papí Gálvez, N. (2008). *El género entre bastidores. El caso de las periodistas de la Comunidad Valenciana*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Piñar, M. I. (2005). Incidencia de un cambio en el reglamento de juego sobre el proceso de formación de los jugadores de minibasket (9-11 años) (Tesi doctoral, Universidad de Granada, Granada, España).
- Puig, N., & Soler, S. (2004). Dona i esport a Espanya: estat de la qüestió i proposta interpretativa. *Apunts. Educació Física i Esports* (76), 71-78.
- Ramajo, N., & Luzón, V. (2009). La representación de la mujer deportista en la televisión generalista. Un caso práctico: la televisión pública catalana (TV3 y C33). A *II Jornadas Mujer y Medios de Comunicación* (pàg. 68-84). Leioa: Universidad del País Vasco.
- Roca i Balasch, J. (2004). Deporte y educación. *Apunts. Educació Física i Esports* (77), 3-4.
- Rojas Torrijos, J. L., (2010). La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la deportista. *Vivat Academia* (113), 1-15.
- Sáinz de Baranda Andújar, C. (2010). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. Madrid: Universidad Carlos III.
- Sáinz de Baranda Andújar, C. (2014). Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles. *Cuadernos de Psicología Del Deporte*, 14(1), 91/102. doi:10.4321/S1578-84232014000100011
- Soriano, J., Cantón, M. J., & Díez, M. (2005). La pseudofeminización de la profesión periodística en España. *Zer* (19), 35-52.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vilanova, A., & Soler, S. (2008). Les dones, l'esport i els espais públics: absències i protagonismes. *Apunts. Educació Física i Esports* (91), 29-34.
- Zagalaz Sánchez, M. L. (2001). L'educació física femenina durant el franquisme. La secció femenina. *Apunts. Educació Física i Esports* (65), 6-16.
- Zamora, E. (1998). *Participació de la dona en l'esport i l'Olimpisme*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport.