



---

**Universidad de Valladolid**

CURSO 2016-2017

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**El papel de la mujer periodista en la  
prensa deportiva española. *As y  
Marca***

**Alumno: María Vidal Serrano**

**Tutor(a): Raquel Martínez Sanz**

**1ª Convocatoria**

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

## **EL PAPEL DE LA MUJER PERIODISTA EN LA PRENSA DEPORTIVA ESPAÑOLA. AS Y MARCA**

### **AUTORA**

María Vidal Serrano

Universidad de Valladolid

### **TUTOR**

Raquel Martínez Sanz

Universidad de Valladolid

### **RESUMEN**

La investigación realizada contiene las impresiones de algunas de las profesionales de los diarios *As* y *Marca* acerca de la situación laboral de las mujeres periodista dentro del ámbito deportivo. El estudio trata de resolver interrogantes como ¿Las mujeres periodistas consideran que la mujer está relegada a un segundo plano en el área deportiva? ¿Consideran que la mujer está relegada a un segundo plano? ¿Disfrutan las mujeres de las mismas oportunidades laborales que los hombres dentro el periodismo deportivo? ¿Cuál es el futuro de la mujer periodista dentro del área deportiva? Para llevar a cabo este estudio se ha utilizado una metodología cualitativa, formada por una entrevista estructurada a diez profesionales de la comunicación deportiva.

### **PALABRAS CLAVE**

Mujeres, periodismo deportivo, medios de comunicación, desigualdad

## **THE ROLE OF WOMEN JOURNALISTS IN THE SPANISH SPORTS PRESS.**

### ***AS Y MARCA***

#### **AUTHOR**

María Vidal Serrano

Universidad de Valladolid

#### **TUTOR**

Raquel Martínez Sanz

Universidad de Valladolid

#### **ABSTRACT**

This study explores the perceptions of some women journalists who work in the newspapers '*As* and *Marca*' about the employment situation of women journalists in the sports field. As a starting point, it looks to address questions such as: What work do women journalists in sports journalism? Do they believe that women are relegated to the background? Do they believe that women have the same job opportunities as men in sports journalism? What is the future of women journalists in sports communication? This research has been carried out using a qualitative methodology based on a structured interview with 10 female journalists who are working in the newspapers '*As* and *Marca*'.

#### **KEY WORDS:**

Women, sport journalism, media, inequality

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	Pág. 7
1.1 Justificación del trabajo.....	Pág. 7
1.2 Objetivos.....	Pág. 7
1.3 Preguntas de investigación.....	Pág. 7
1.4 Hipótesis.....	Pág. 8
1.5 Metodología.....	Pág. 8
1.5.1 Perfiles de las periodistas entrevistadas	
1.5.2 Diseño de las entrevistas	
2. MARCO TEÓRICO.....	Pág. 13
2.1 Origen y evolución del periodismo hecho por mujeres en España.....	Pág. 13
2.1.1 Mujeres pioneras del periodismo español	
2.1.2 Mujeres periodistas en la Segunda República Española	
2.1.3 El papel de la mujer periodista durante la dictadura franquista	
2.1.4 La transición, época dorada para las mujeres periodistas	
2.1.5 Situación laboral de las mujeres periodistas en nuestros días	
2.2 Opción de la mujer periodista en el ámbito deportivo.....	Pág. 23
2.2.1 Historia y desarrollo del periodismo deportivo	
2.2.2 Irrupción de la mujer periodista en el ámbito deportivo	
2.2.3 Marca y As, dos diarios de referencia en la prensa deportiva española	
2.3 Mujeres referentes en el periodismo deportivo moderno.....	Pág. 30
2.3.1 Mujeres referentes del periodismo deportivo nacional	
2.3.2 Mujeres referentes del periodismo deportivo internacional	
2.4 Imagen de la mujer.....	Pág. 33
2.4.1 Prejuicios hacia las mujeres	

2.4.2 La transmisión de la imagen femenina a través de la prensa

2.4.3 Techo de cristal de la mujer periodista

3. RESULTADOS.....	Pág. 42
3.1 El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo.....	Pág. 42
3.2 Problemas de género en el periodismo deportivo.....	Pág. 45
3.3 El futuro de la mujer periodista en la comunicación deportiva.....	Pág. 47
4. CONCLUSIONES.....	Pág. 50
5. BIBLIOGRAFÍA.....	Pág. 53

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Justificación del trabajo**

Este Trabajo Fin de Grado "El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. *Marca* y *As*", responde a la necesidad de conocer la opinión de las profesionales de los dos diarios con más difusión en España sobre la situación laboral dentro del ámbito del deporte.

La mujer irrumpió más tarde que los hombres en la cobertura de eventos deportivos y a pesar de que en los últimos quince años la presencia de féminas en el periodismo deportivo ha aumentado considerablemente, su paso por esta sección no ha resultado nada fácil (Vega Jiménez, 2012). Esta nueva realidad ha llevado a la composición de estudios que han demostrado que el aumento del número de profesionales no toma relevancia si su papel ha sido relegado a un segundo plano y su situación laboral les ha llevado a tratar temas poco trascendentes (Covarrubias, 2009).

La motivación de realizar este trabajo se centra en descubrir de la mano de profesionales de la comunicación deportiva cuál es el papel que actualmente ejerce la mujer dentro del periodismo deportivo para profundizar en los problemas que les afectan en sus carreras periodísticas y en su futuro más próximo como profesionales del periodismo deportivo.

### **1.2 Objetivos**

El estudio se plantea los siguientes objetivos:

1. Profundizar en el papel que ejercen las mujeres dentro del periodismo deportivo.
2. Descubrir los problemas de género que estas mujeres han ido observando a lo largo de su carrera profesional en el ámbito deportivo.
3. Establecer el futuro de la mujer periodista en el área deportiva.

### **1.3 Preguntas de investigación**

La investigación se desarrolla a partir de los siguientes interrogantes:

1. ¿Las mujeres periodistas consideran que la mujer está relegada a un segundo plano en el área deportiva?
2. ¿Disfrutan las mujeres de las mismas oportunidades laborales que los hombres dentro el periodismo deportivo?
3. ¿Cuál es el futuro de la mujer dentro del ámbito de la comunicación deportiva?

#### 1.4 Hipótesis

Las hipótesis deducidas a través de la revisión bibliográfica son tres:

- **Hipótesis 1:** Las profesionales de la comunicación deportiva no cuentan con las mismas oportunidades que el hombre dentro del periodismo deportivo.
- **Hipótesis 2:** Las profesionales del periodismo deportivo son valoradas más por su imagen que por su calidad profesional.
- **Hipótesis 3:** El protagonismo de la mujer dentro del periodismo deportivo crecerá en los próximos años.

#### 1.5 Metodología

Para dar respuesta al principal objetivo de la investigación que trataba de profundizar en el papel que ejercen las mujeres dentro del periodismo deportivo se adopta la entrevista en profundidad como técnica para conocer sus experiencias e impresiones. Dada su repercusión se acude a las profesionales que trabajan en los diarios deportivos con más difusión en España: *Marca* y *As*.

##### 1.5.1 Perfiles de las periodistas entrevistadas

El estudio se ha llevado a cabo contactando personalmente con ambos diarios deportivos y seguidamente con las profesionales a entrevistar. Para ello hemos elegido a diversas periodistas, con edades y procedencias distintas, para lograr unos resultados lo más representativos posible. Entre ellas encontramos a mujeres que todavía están dando sus primeros pasos dentro del periodismo deportivo y a otras que cuentan con una larga trayectoria en los diarios deportivos madrileños. Así mismo, podemos encontrar

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

periodistas de diversas nacionalidades que realizan un trabajo específico dentro del ámbito deportivo.

A continuación, se relata brevemente la trayectoria profesional de las profesionales entrevistadas.

### **1. AIMARA GARTEIZGOXEASCOA GIL (Algeciras, 1983)**

Aimara Garteizgoxeascoa se licenció en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid en 2007. La periodista comenzó su carrera en el ámbito deportivo en *El Faro Información* de Algeciras, donde cubrió desde balonmano a fútbol local y baloncesto. Seguidamente, se incorporó a Eurosport.es y a Telecinco.es para cubrir tanto información general como deportiva. En julio de 2007 entró a formar parte de la redacción de *As* y hasta hoy cubre la información de la AD Alcorcón en el diario madrileño. Además, en 2011 fundó la web [www.deportedealcorcon.com](http://www.deportedealcorcon.com) donde sigue la actualidad deportiva de la ciudad de Alcorcón y colabora con Ser Madrid Oeste, donde comenta los partidos del cuadro alfarero.

### **2. MARTA RODRÍGUEZ PELETEIRO (Ourense, 1984)**

Marta Rodríguez se licenció en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid en el año 2007. Empezó haciendo periodismo deportivo en Reuters, después en Tverbo y desde hace 11 años forma parte de *As*, donde pertenece a la sección de Cierre. En cuanto a experiencia profesional, comenzó su andadura por los medios de comunicación en segundo de carrera, pasando desde entonces tanto por agencias de información (Europa Press, Reuters, AGN y Notimex) como por prensa escrita (*Faro de Vigo*, *Diario As*, *La Razón*, *El Correo Gallego*, *A Nosa Terra*, *España Exterior* y *Latinoamérica Exterior*), televisión (Tvebro), radio (Radio Complutense) y gabinete de prensa (Insia).

### **3. M.<sup>a</sup> DEL CARMEN JIMÉNEZ DURILLO (Jaén, 1994)**

Mayca Jiménez se graduó en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid en 2016. Comenzó su carrera en el periodismo deportivo gracias a una beca en el diario *As* donde estuvo nueve meses. Continuó colaborando un tiempo en la retransmisión de partidos online los fines de semana, hasta que en noviembre de 2016 se hizo con un puesto fijo en el medio madrileño y desde entonces se encarga de cubrir información de

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

equipos de fútbol de Primera y Segunda División española. Así mismo, la andaluza ha formado parte de otros medios como Dirigentes, Europa Press, *El Marcapáginas* y Bailén Digital.

#### **4. PATRICIA CAZÓN TRAPOTE (León, 1980)**

Patricia Cazón se licenció en periodismo por la Universidad Pontificia de Salamanca en el año 2002. Tras finalizar su licenciatura realizó el Máster en Periodismo El País por la Universidad Autónoma de Madrid. Sus primeros pasos en el periodismo fueron dentro de *El Diario de León* y *El País*, posteriormente la leonesa se incorporó a la redacción de *As*, donde lleva cubriendo la actualidad del Atlético de Madrid desde el año 2005.

#### **5. SARAH CASTRO LIZARAZO (Bogotá, 1985)**

Sarah Castro es politóloga por la Universidad Nacional de Colombia. Tras acabar sus estudios realizó en el año 2006 el Máster especializado en Periodismo y Comunicación por la Universidad de Los Andes. Antes de formar parte de *As*, la periodista formó parte de numerosos medios colombianos como *Publicaciones Semana*, Terra Networks Colombia y Caracol Radio. Así mismo, trabajó en Estados Unidos en el medio *D.C. United*. Su andadura dentro del periodismo deportivo comenzó directamente dentro del español *As*, donde en 2015 sería nombrada directora de la sección que el periódico publica en Colombia.

#### **6. SONIA GAUDIOSO ORTIZ (Zaragoza, 1979)**

Sonia Gaudioso comenzó en el año 2000 su carrera como periodista deportiva en el diario *Equipo* de Zaragoza. Tras tres años en el medio aragonés la aragonesa fichó por *Marca* para trabajar en la delegación del Real Zaragoza, desde entonces cubre toda la información relacionada con el club blanquillo.

#### **7. ELENA CASCALES RUIZ (Sevilla, 1988)**

Elena Cascales se licenció en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte por la Universidad Pablo de Olavide en 2011. Siempre interesada por el deporte, comenzó su

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

carrera en Periodismo en 2013 en la Universidad Rey Juan Carlos. Desde entonces, la andaluza comenzó a colaborar comentando el baloncesto en el Canal Sur Radio, y en la plataforma deportiva VAVEL.com. En 2015 se trasladó a vivir a Zaragoza donde logró una beca de nueve meses en Aragón Radio para comentar los partidos del CAI Zaragoza y seguir la jornada de baloncesto. Al terminar logró una nueva beca de nueve meses en Radio MARCA y al finalizarla se hizo con un puesto fijo en el diario para cubrir la información relacionada con el *basket*.

#### **8. MALVINA DODI (Parma, 1992)**

Malvina Dodi llegó a España en 2015 para realizar el Máster Universitario en Comunicación y Periodismo Deportivo de la Escuela Universitaria Real Madrid en la Universidad Europea. La italiana ya acumulaba 15 años trabajando en un blog de fútbol escribiendo crónicas de partidos y tras licenciarse en Lenguas Modernas por la *Università degli Studi di Milano* comenzó a trabajar en la sección deportiva de varios medios italianos, como *Polis Quotidiano* y *Gazzetta di Parma*. Tras finalizar los estudios en periodismo deportivo entró a formar parte del departamento de prensa del equipo de baloncesto del Real Madrid, donde colaboró durante siete meses. En enero de 2016 fichó por *Marca* donde cubre la información de *basket* europeo y americano en la sección Marca Plus de *Marca*.

#### **9. BÁRBARA PRIETO MUÑIZ (Gran Canaria, 1986)**

Bárbara Prieto se licenció en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y posteriormente realizó el Máster en Comunicación y Periodismo Deportivo por la Universidad Europea de Madrid. La canaria dio sus primeros pasos en el periodismo deportivo en el año 2009 en Canarias Radio La Autónoma. En 2012 formó parte de la sección de deportes de Mediaset España en Informativos Telecinco y Energy dentro del programa “Europa en juego”. Desde 2013 forma parte de *Marca*, donde comenzó a nivel nacional y más tarde se trasladó a Radio Marca Gran Canaria donde se encarga de cubrir la información de la Unión Deportiva Las Palmas.

## **10. CARMEN TRUEBA PAREJO (Granada, 1995)**

Carmen Trueba es estudiante de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid. La andaluza comenzó su andadura en el periodismo deportivo en el medio digital *El Bernabéu*, donde realizaba contenidos relacionados con el Real Madrid. El pasado mes de marzo comenzó a formar parte de la redacción de *Marca* para ocuparse principalmente de información de equipos de La Liga 1|2|3.

### **1.5.2. Diseño de las entrevistas**

La investigación cualitativa se realiza a tenor de una serie de entrevistas estructuradas. Siguiendo a Berganza y Ruiz (2015:253) donde apuntaba que "el entrevistador es un simple transcriptor de las respuestas de los sujetos seleccionados y debe, por tanto, ajustar estas a los códigos marcados en la hoja de campo que se le ha facilitado". Los datos fueron recogidos a través de las respuestas de las periodistas deportivas, tras los cuales se condensaron sus opiniones. Las entrevistas realizadas a las profesionales de la comunicación deportiva estaban compuestas por un total de nueve preguntas. Tomando como base las fuentes bibliográficas, estas preguntas se agruparon en tres apartados: experiencias personales, condición de la mujer dentro del periodismo deportivo y futuro de la profesional deportiva dentro de la sección. De este modo, estas fueron las nueve preguntas finales que las profesionales de *Marca* y *As* respondieron para llevar a cabo la investigación:

1. En los años anteriores o durante la universidad, ¿se imaginó estar cubriendo periodismo deportivo?
1. ¿Trabaja como periodista deportiva por vocación u oportunidad laboral?
2. ¿Podría contarnos acerca de su trayectoria como periodista deportiva?
3. ¿La condición de mujer supone un freno actualmente para entrar en un medio deportivo?
4. ¿Personalmente, tuvo algún tipo de dificultad para acceder al área deportiva en los medios?
5. ¿Qué cualidades o requisitos debe tener una mujer para poder entrar en el perfil de periodista deportiva?

6. ¿Considera que el tratamiento informativo de deportes discrimina a la mujer?
7. ¿Cree que la presencia de mujeres en el medio influye en su contenido?
8. ¿Qué cambios se deben tomar para que la mujer periodista tenga más presencia en medios deportivos?

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Origen y evolución del periodismo hecho por mujeres en España**

#### **2.1.1 Mujeres pioneras del periodismo español**

La irrupción de la mujer en el periodismo se remonta a principios del siglo XX. Por entonces, que una mujer escribiera en un periódico no era algo nuevo, pero sí que ostentara el título de redactor. No se puede decir explícitamente que aquellas mujeres que inundaban las redacciones de los periódicos fueran periodistas, simplemente se trataba de intelectuales que tras cultivarse querían seguir creciendo a través de la palabra. Estas estudiosas veían en los diarios una manera de llegar al resto de mujeres de la población de comienzo de siglo y por ello escribían sobre todo tipo de temas, de los de actualidad que afectaban directamente al colectivo femenino y de sus derechos en una época en la que ya empezaban a cuestionarse el papel que les habían impuesto los hombres (García-Albi, 2007).

Carmen de Burgos, Concepción Arenal, Emilia Pardo Bazán y Concepción Gimeno fueron algunas de las redactoras más destacadas de comienzo de siglo. Con sus publicaciones llegaron a hacerse un hueco en el mundo del periodismo, no sin sufrir distintas discriminaciones por el simple hecho de pertenecer al sexo femenino. Carmen de Burgos fue la primera mujer corresponsal. Gracias a sus ganas de informar logró que *El Heraldo* le enviara a cubrir la guerra de Marruecos en 1909. En 1914 la seguirá otra intelectual gallega, Sofía Casanova, que tras estallar la Gran Guerra pone rumbo a Polonia. Los periodistas del primer tercio del siglo XX no estaban profesionalizados y mientras cualquiera creía servir para periodista, ser inteligente era considerado tan solo una virtud masculina (García-Albi, 2007).

España contaba con un gran número de publicaciones que sin embargo pertenecían a pequeñas empresas. Muchas de ellas estaban condenadas desde su nacimiento a una

corta vida por el analfabetismo que afectaba a nuestro país. Según los datos que en 1913 emitía el Ministerio de Instrucción Pública, solo cinco publicaciones alcanzaban una tirada superior a los cien mil ejemplares: *La Correspondencia de España, El Heraldo de Madrid, El Liberal, ABC y el semanario Nuevo Mundo*. Fuera de Madrid el diario con mayor tirada era La Vanguardia con 58.000 ejemplares. Entre 1900 y 1927, nuestro país vio pasar su número de publicaciones de 1.347 a 2.210. En 1927 los periódicos representaban un 12,67% de las publicaciones entre las que predominaban las mensuales, mientras que en los primeros años de siglo los diarios eran un 16% y predominaban los semanarios. Entre 1913 y 1920 se producen importantes cambios en los recursos materiales, de 36 rotativas y 15 linotipias que existían en 1913, pasan a existir en 1930 a 31 rotativas y 213 linotipias. En 1930, 565 publicaciones disponían ya de imprenta propia mientras que en 1913 eran tan solo 270 (Pizarroso Quintero, 2010).

### **2.1.2 Mujeres periodistas en la Segunda República española**

El periodismo no gozaba de las mismas ventajas que otras profesiones y los periodistas de la época preferían mantener un estatus individual en lugar de formar colectivos con los que pudieran mejorar su situación laboral. En 1895 y 1899 se habían intentado crear sindicatos de periodistas, pero hasta finales de 1919 no se constituyó el primer sindicato de periodistas en Barcelona y hasta el 6 de diciembre del mismo año, no llegó la primera huelga de periodistas de la Historia de España. Los trabajadores de las empresas periodísticas no gozaban de ningún tipo de privilegio y en numerosas ocasiones se las veían y deseaban para conseguir información y lograr un sueldo digno que les permitiera llegar a fin de mes. El sueldo medio de un redactor en un buen periódico de Madrid era entre 150 y 250 pesetas mensuales, pero la gran mayoría ganaban la mitad (García-Albi, 2007). En 1920 lograron el descanso dominical, hasta entonces el periodista estaba al servicio de la empresa a tiempo completo los siete días de la semana. *ABC* destacaba como la única excepción, dirigido por Luca de Tena ofrecía a sus trabajadores un puesto para toda la vida con mejores condiciones de trabajo y un sueldo fijo a cambio de total exclusividad para el diario (Olmos, 2002).

El diario *El Sol* podría definirse como la publicación que más mujeres acogió en su redacción a lo largo de su trayectoria. El periódico no solo contó regularmente con la firma de varias autoras, también dedicó una página semanal fija a sus lectoras femeninas. Isabel Oyarzábal, María Luz Morales y Carmen de Icaza se sucedieron en la

realización de este contenido (Servén Diez, 2012). Las mujeres que durante estos años pasaron por *El Sol* demostraban interés por la vida cultural y política, así como por la feminidad y el feminismo. Destaca el dato de que la mayor parte de estas mujeres que escribían para el diario se mostraban partidarias del voto femenino (Rodrigo, 1996.) La publicidad femenina también adquirió importancia en la trayectoria de *El Sol*. A través de ella el diario llegaba al público femenino con temas y reclamos que afectaban directamente a las mujeres.

En los años 30 aparece la figura de Josefina Carabias, la primera mujer que hizo periodismo tal y como lo conocemos y como hoy lo entendemos. Ha sido el referente de periodistas españolas, para ellas es 'La Periodista'. Irene Polo aparece en la misma década como una mujer de alto prestigio, sus publicaciones escritas en catalán destacaron en Comunidad Autónoma de Cataluña e iban dirigidas al público de esta. Mari Luz Morales comparte con Josefina Carabias e Irene Polo un papel destacado en los años treinta del periodismo. Los estereotipos y prejuicios han continuado hasta nuestros días, pero como expresa García-Albi (2007) "entonces las periodistas eran más protagonistas de sus artículos que ahora". Estas periodistas desarrollan su carrera profesional en una etapa complicada para nuestro país. Durante la Segunda República se decretó el derecho a la libertad de expresión en el artículo 34 de la Constitución. Sin embargo, en la práctica existía un férreo control de las publicaciones. En mayo de 1931 quedaron suspendidos dos periódicos monárquicos, *ABC* y *El Debate*. También se suspendería un semanario comunista llamado *Mundo Obrero*. La Ley de Estado de la República, aprobada en diciembre de 1931, establecía que el gobierno tendría cierto poder para la suspensión de ciertos periódicos, multarlos y detener directores, siempre y cuando el estado considerara que estaban atentando contra la seguridad de la república. Esta ley se va a derogar en el año 33, pero luego va a ocupar un lugar otra ley que va en la línea, denominada la Ley de Orden Público. Esa ley estaba vinculada al gobierno de la CEDA sería utilizada para atacar a los periódicos derivados a la izquierda. La prensa está muy politizada, cuando el gobierno tomaba la decisión final de suspender un periódico, no lo hacía para castigar su línea editorial, sino a la fuerza política que estaba detrás de este.

En respuesta a las restricciones del gobierno, la prensa sufrió una racionalización. El periódico *Crisol*, partidario en un primer momento a la República, dejó de creer en este tipo de gobierno al defender que no se estaba ejecutando aquello por lo que ellos habían

luchado anteriormente. El diario dejaría de publicarse y nacería de él uno nuevo, el periódico *Luz*. Con este nuevo diario nace también el denominado Trust Azañista, un bloque de periódicos formado por un grupo de empresas que trabajaran a favor del gobierno de Manuel Azaña. Tras la revolución de Asturias de 1934, terminó con más de 30.000 personas encarceladas y la muerte de Luis Sirval, periodista del diario vinculado a la izquierda *La Libertad*, muchos periódicos serían suspendidos por el Gobierno: el *Heraldo de Madrid*, *El Socialista* y *Mundo Obrero* fueron los primeros en recibir estas represiones. A partir de la revolución y las prohibiciones del gobierno con algunos diarios, surgieron otros nuevos que quieren ocupar ese vacío que se produjo en la prensa. Así nacieron *Política*, *Claridad* o *Democracia*.

### **2.1.3 El papel de la mujer periodista durante la dictadura franquista**

Con la Guerra Civil el nivel del periodismo en España descendió estrepitosamente. La radio se postula como un nuevo medio en la vida de los españoles. Cuando el Golpe de Estado liderado por Francisco Franco llega a la península el 18 de julio de 1936, el Gobierno de la Segunda República emite mensajes a través de la radio para convencer a la población de que la situación se encuentra bajo control. Por su parte, los sublevados utilizan el medio radiofónico para anunciar el Estado de Guerra. Durante la guerra el bando franquista crea la Agencia EFE en 1938 y Radio Nacional de España en 1937. Otro medio de comunicación importante que nace como falangista pero que al final se convertirá en estatal va a ser RNE, que empezó a emitir en enero de 1937 desde Salamanca.

Para la prensa no fueron días fáciles, numerosos diarios fueron cambiando de posición ideológica y propietarios dependiendo de la zona militar en la que se encontraran. Muchos de ellos incluso dejaron de publicarse. *ABC* destaca como el caso más peculiar de la prensa en la Guerra Civil española. El diario se publicaba en Sevilla bajo el bando franquista y desde Madrid bajo el bando republicano, donde pasó a llamarse *Diario republicano de izquierdas*.

La implantación de la dictadura franquista llevó a que el nivel cultural y educativo de la población femenina retrocediera. El régimen establecía que los hombres debían ganar más porque tenían la obligación de mantener su casa y su familia. Mientras tanto las mujeres deberían seguir las tareas falangistas que Pilar Primo de Rivera resumió en tres: "El fuego, los lares y el telar". Para la profesión periodística, Franco establece en claro

control. Toda persona que decidiera dedicarse al periodismo debía aparecer en el registro oficial de periodistas y estar en posesión del carnet de periodista. En los años 40 se crearía la Escuela Oficial de Periodistas que obligaba a pasar por ella para obtener el carnet. Las pocas mujeres que trabajaban en medios de comunicación después de la Guerra Civil lo hacían desde las páginas de las revistas de la Sección femenina y en magazines de variedades y moda. La incorporación a los diarios se produjo muy lentamente en la década de los años 50 donde mujeres como Pilar Nervión, Pura Ramos o Mary G. Santa Eulalia tuvieron la oportunidad de estudiar en la Escuela de Periodismo fundada en Madrid. Pilar Nervión fue la primera mujer que trabajó en Pueblo y destacó por ser pionera en el periodismo durante la dictadura franquista. En su libro, García-Albi (2007) explica que "en aquella época el trabajo en el sector periodístico no sería un problema. Las mujeres que pasaban por la escuela no tenían dificultades para encontrar trabajo, ese sería un problema que comenzaría en la década de los noventa".

En los años posteriores a la Guerra Civil el número de publicaciones bajó considerablemente. En 1944, España tan solo contaba con 115 periódicos de información general. En 1954 las cifras eran todavía menores y el número de diarios se cifraba en 104. Con la llegada de Fraga al Ministerio de Información y Turismo, nuestro país sufre una etapa de aperturismo intelectual, cultural y económico. En 1966 se aprueba la Ley Fraga, que supone la llamada Primavera de la Prensa. Cuando esta ley entra en vigor, España cuenta con 107 periódicos, la cifra aumenta considerablemente en 1971, con la llegada de 12 nuevos diarios, hasta alcanzar la cifra de 119 en apenas cinco años. Cabe destacar que esto suponía en 1970 un total de 811.207 ejemplares, ocupando el 26,0% de la prensa total. Por otra parte, se situaba la denominada prensa no oficial, que en 1970 contaba con 2.304.619 y suponía el 74% de las publicaciones anuales (Sánchez y Barrera, 1992).

Siguiendo a Alférez (1986:140) la prensa oficial aparecía desde los primeros años del régimen de Franco como un gran grupo de diarios, hasta 43 periódicos, que se publicaban en todo el territorio español y que contaban con la mayor influencia y difusión del panorama periodístico. En sus publicaciones se marcaba la opinión política del régimen y estaba formado por diarios destacados como *Arriba*, *Pueblo*, *El diario Alerta de Santander*, *Amanecer de Zaragoza*, *Información de Alicante*, *La Nueva España de Oviedo*, *Hierro de Bilbao*, *Levante de Valencia*, *Solidaridad Nacional de*

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

*Barcelona, La Mañana de Lérida, La Voz de España de San Sebastián, Libertad de Valladolid, Línea de Murcia y Patria de Granada.*

La prensa no oficial del régimen correspondía a los diarios publicados por las empresas periodísticas de carácter privado. Esta prensa vive un periodo de estabilidad y crecimiento durante los años sesenta al beneficiarse de la Ley Fraga y de circunstancias que nada tuvieron que ver con el periodismo. Estaban formados por grandes grupos de influencia y los diarios más destacados eran *ABC, La Vanguardia, Ya, Madrid, El Alcázar, Informaciones* y los diarios regionales como *La Gaceta del Norte de Bilbao, El Correo Español-El Pueblo Vasco, ABC Sevilla, Noticiero Universal* y *el Heraldo de Aragón* (Davara Torrego, 2005).

La Ley Fraga también afectó de manera positiva a las mujeres periodistas en España. La incorporación del género femenino comenzó a aumentar en dichos años paulatinamente, pero como expresa García-Albi (2007) "hasta los noventa no se produjo la paridad en número". Las revistas ocupaban más al sector femenino, sin embargo, en la prensa, radio y televisión la presencia de mujeres era escasa. Las mujeres corresponsales vuelven a aparecer en escena por medio de nombres como Rosa María Calaf, Almudena Ariza o Pilar Bonet. Carmen Sarmiento ingresó en 1968 en TVE y logró superar numerosos problemas para abrirse paso en el reporterismo internacional, hasta entonces solo reservado para los hombres. Sin embargo, tras ser la primera reportera internacional con la que contó Televisión Española, tuvo que ver como pasaban quince años para que otra mujer, Ángela Rodicio, pudiera seguir sus pasos. Juby Bustamante se coloca como otra de las mujeres periodistas más adelantadas del franquismo, destacando por ser la primera mujer que estuvo en nómina en el diario *Alerta* y un referente en la historia del periodismo cultural junto con Blanca Berasátegui y Elisenda Nadal. En una profesión tremendamente machista y en unos años donde la represión y la censura por parte del Gobierno eran constantes, las mujeres periodistas demostraron fortaleza gracias a su inquietud, sus ideas claras, sus planes concretos y la fuerza que transmitía las ganas de abandonar el ambiente gris que predominaba en el franquismo.

#### **2.1.4 La transición, época dorada para las mujeres periodistas**

La caída del régimen y la llegada de la democracia abrió una nueva puerta para el periodismo y las mujeres. Las novedades eran constantes y el periodismo vivió una época dorada gracias a la necesidad de información de los ciudadanos. Sin embargo,

contar la actualidad no era tarea fácil para unos diarios que se veían amenazados por la extrema derecha y la extrema izquierda, se produjeron secuestros de revistas como *Triunfo*, *Cuadernos para el Diálogo* o *Garbo*. Las mujeres periodistas estuvieron implicadas en el día a día de la Transición democrática y demostraron durante esta difícil etapa de nuestro país que eran igual de profesionales que sus compañeros masculinos.

Montserrat Roig, Maruja Torres, Sol Gallego-Díaz, Concha Bordona, María Antonia Iglesias, Susana Olmo, Pilar Urbano, Raquel Heredia, Consuelo Álvarez de Toledo, Charo Zarzalejos, Pilar Cerduna, Nativel Preciado, Amalia San Pedro, Pilar Narvi3n o Carmen Rico-Godoy fueron algunas de los nombres propios que asaltaron el periodismo en aquellos a3os de inestabilidad pol3tica y continua informaci3n. Entre noviembre de 1975 y junio de 1978 se registraron 1.112 nuevas publicaciones. Y seg3n la revista *Nuestro Tiempo*, a finales de 1982 hab3a en Espa3a 117 peri3dicos diarios. Entre 1980 y octubre de 1982 hubo 24 actas de nacimiento, y desaparecieron 17 peri3dicos. Solamente en Madrid en la d3cada de los ochenta se cerraron *Nuevo Diario*, *Diario Econ3mico*, *Diario Libre*, *El Imparcial*, *La Voz del Progreso*, *Pueblo e Informaciones* Garc3a-Albi (2007) afirma que "La gran demanda de informaci3n hizo que muchas mujeres estudiantes universitarias, entraran en las redacciones. Esta llegada de gente nueva produjo una renovaci3n en el periodismo espa3ol".

En su libro, "Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en Espa3a" Garc3a-Albi (2007) explica c3mo la transici3n demostr3 que las mujeres eran grandes informadoras y que en el 3mbito pol3tico lograban estrechar una relaci3n m3s cercana con el pol3tico, lo que les permit3a obtener m3s informaci3n que los periodistas masculinos. Esta etapa pol3tica en nuestro pa3s hizo que el papel de la mujer en el periodismo cambiara, siendo las profesionales femeninas las que pasaran a redactar la informaci3n pol3tica en el d3a a d3a. As3 mismo, Garc3a-Albi (2007) cuenta c3mo los desayunos en el Ritz demostraron c3mo unas mujeres unidas pod3an sacar a la luz todo tipo de exclusivas e informaciones en una 3poca complicada para Espa3a.

Seg3n Garc3a-Albi (2007) con la democracia pr3cticamente afianzada, las universidades se llenan de mujeres en los a3os ochenta y noventa. La radio desplaza a las revistas como el medio que contaba con m3s mujeres, sin embargo, la mayor3a de ellas no eran periodistas, sino invitadas. La democracia dota a la mujer de derechos con los que antes no contaba que le hacen crecer en el 3mbito profesional. Con ello nace la periodista

polivalente, la cual escribe, pero también habla en radio y televisión. Mujeres como María Antonia Iglesias, Isabel San Sebastián, Margarita Sáez-Díaz, Magis Iglesias, Charo Zarzalejos, Àngels Barceló, Pepa Bueno o Almudena Ariza comenzaron en las ondas en los años ochenta y han logrado hacerse paulatinamente con un puesto de prestigio en el periodismo español.

El auge de la televisión trajo consigo otros problemas para las mujeres periodistas. Si el simple de hecho de pertenecer al género femenino no hubiera sido una especie de piedra en el camino en la carrera periodística, ahora surgía el problema de la estética y la eterna juventud entre las mujeres. Como explica García-Albi (2007) durante toda la Historia del periodismo una mujer ha estado obligada a ser atractiva para aparecer en pantalla. En el caso de los hombres, tan solo importa su credibilidad y no su aspecto. Las mujeres son juzgadas por su peinado o por la ropa que visten, mientras los hombres son felicitados por las empresas por el simple hecho de realizar su trabajo. Los medios de comunicación sitúan en un segundo plano las capacidades intelectuales de las mujeres para centrarse en su apariencia física. La autora García-Albi (2007) afirma que "televisión, radio y prensa suspenden actualmente en paridad".

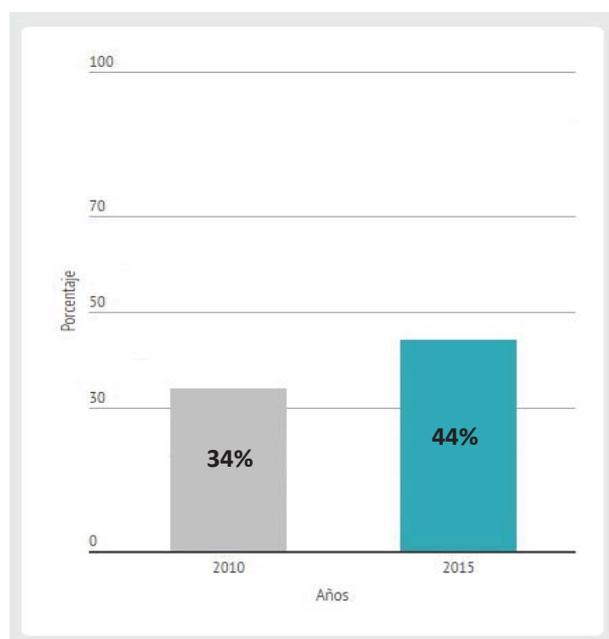
### **2.1.5 Situación laboral de las mujeres periodistas en nuestros días**

Hoy en día las universidades cuentan con un número mayor de mujeres y en los primeros años estas se incorporan en mayor medida al mercado laboral, sin embargo, son víctimas de los índices más altos de paro dentro de la profesión. En 2003, la Encuesta de población activa realizada por el INE cifró la tasa de paro de los hombres con estudios superiores en Periodismo o Ciencias de la Información en 2,5 puntos menor que las mujeres. En la misma encuesta, pero realizada en 2016, el porcentaje ha crecido hasta situarse en 2,81 puntos menos en favor de los profesionales masculinos. Así mismo las mujeres también sufren la tasa más alta de abandonos de la profesión periodística antes de los 40 años para buscar otros trabajos que les permitan compatibilizar la vida laboral con la vida privada (Rodríguez, 2002).

Estos datos han llevado al enfrentamiento entre aquellos que defienden la feminización de la profesión periodística y a aquellos que hablan de una falsa feminización o pseudofeminización. La pseudofeminización o falsa feminización es defendida por la perspectiva feminista, que argumenta por medio de Melin-Higgins, 2001, que "el abandono debe ser interpretado como un mecanismo de expulsión de las mujeres de la

carrera profesional". Este argumento queda apoyado por una serie de encuestas que realizó el *Col·legi de Periodistes de Catalunya* donde concluyó que entre 1996 y 2000 se llegaban a cuantificar en más de 6.000€ anuales la diferencia de salarios entre hombres y mujeres. Así mismo, en los primeros años de nuestro siglo se observan datos que apoyan esta pseudofeminización. La relación que se establece entre la edad y la presencia de las mujeres es inversamente proporcional: entre los 21 y 25 años las mujeres superan a los hombres (58% mujeres y 42% hombres) entre 26 y 30 años presentan porcentajes similares (53% hombres y 47% mujeres), pero a partir de los 36 años el número de hombres triplica al de las mujeres (Canel, 2000). Un informe realizado por el *Global Media Monitoring Project* en el año 2015 recogió que la presencia femenina en los espacios informativos españoles fue de un 28% en informaciones de prensa, radio y televisión, mientras que en periódicos digitales fue del 33%. La presencia de las mujeres periodistas en los medios de comunicación avanzó considerablemente del año 2010 al 2015, pasando de un 34% a un 44% total.

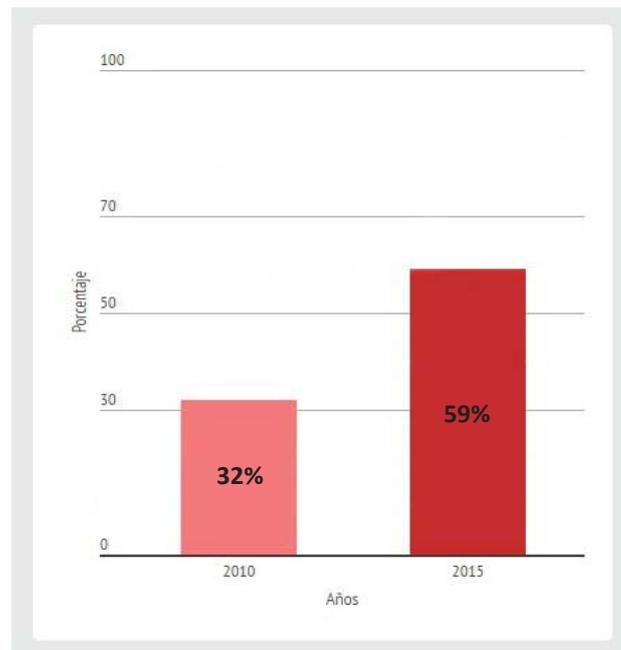
**Gráfico 1.** Presencia de mujeres periodistas en los medios de comunicación



Fuente: Global Media Monitoring Project (2015)

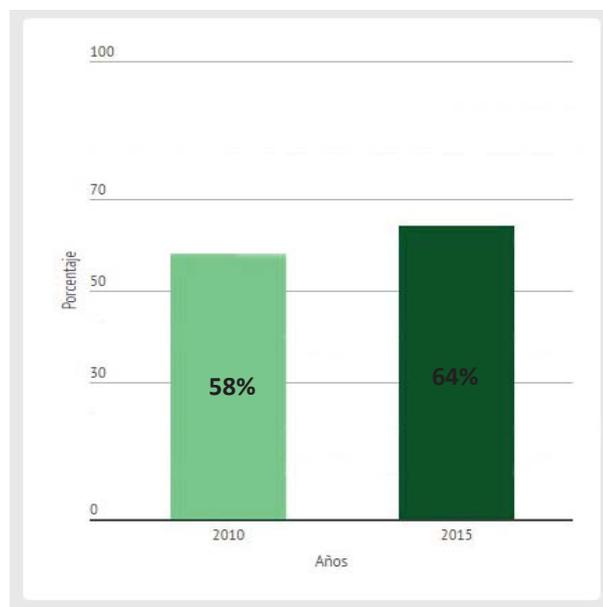
En radio y televisión el porcentaje aumentó considerablemente, del 32% al 59% y del 58% al 64% respectivamente.

**Gráfico 2:** Presencia de mujeres periodistas en el medio radiofónico



Fuente: Global Media Monitoring Project (2015)

**Gráfico 3:** Presencia de mujeres periodistas en el medio televisivo



Fuente: Global Media Monitoring Project (2015)

Como dato positivo, el análisis destacaba que el 74% de presentadoras de radio eran de género femenino, mientras que las reporteras representaban el 52%, la televisión destacaba de igual manera, con un 55% de presentadoras y un 70% de reporteras. Así mismo, el informe detallaba la “relativa invisibilidad de las mujeres” en los medios informativos tradicionales y digitales, donde las féminas eran protagonistas siempre de menos del 30% de las noticias publicadas (28% en prensa, 26% en radio y 29% en televisión).

## **2.2 Irrupción de la mujer periodista en el ámbito deportivo**

### **2.2.1 Historia y desarrollo del periodismo deportivo**

La comunicación deportiva ha existido desde que el hombre tuvo conocimiento de juego y competición. Siguiendo a Antonio Alcoba López (1993) el primer diario especializado en deportes no nació hasta mitad del siglo XIX en Londres bajo el nombre de *Sportsman*. Los periodistas que escribían en él sobre temas deportivos no eran profesionales, sino escritores aficionados interesados en la actualidad deportiva. Francia no quiso quedarse atrás en materia deportiva y por las mismas fechas lanzó una revista especializada llamada *Journal des Haras*, dedicada exclusivamente a temas hípicas. Posteriormente, en torno a 1860 aparecieron *Sport* y *Le Sport*, a los que siguieron una serie de publicaciones sobre deportes como caza, ciclismo, natación o hípica. Sin embargo, estas primeras publicaciones especializadas en deporte que tuvieron lugar en el país galo no podían equipararse a la prensa inglesa donde los periódicos deportivos habían tomado el panorama nacional. Por ello, en 1882 aparece el primer diario deportivo francés, *Le Veló*. España quiso imitar a sus vecinos mediterráneos y puso en marcha una serie de publicaciones especializadas en deportes que pudieran llegar a un público cada vez más creciente en el viejo continente. En 1856 se comenzó a editar en Barcelona la revista *El Cazador*, a la que siguió en Valencia *El Colombaire* y otras numerosas publicaciones como *La Ilustración Venatoria*; *La Semana Madrileña*; *El Sport Español* y *Crónica del Sport*, hasta llegar 1900 donde se funda *La Revista Ilustrada de Sports*.

Por el momento, los españoles solo podían disfrutar de publicaciones deportivas a modo de revistas. Al contrario de los países europeos donde los periódicos ya estaban asentados, España continuaba con un vacío de publicaciones en lo que a diarios

deportivos se refería. Hasta 1906 no llegaría en nuestro país el primer ejemplar de peso de la mano de *Mundo Deportivo*, al que rápidamente siguió *Gran Mundo* en Barcelona y *Sports* en Madrid. Otros rotativos surgen en nuestro país con el objetivo de imitar a *Mundo Deportivo*, así en 1912 aparece *España Sportiva*, siguiéndole en 1915 *Heraldo Deportivo* y en 1922, *Madrid Sporting* (Sainz de Baranda, 2013:43).

Según Alcoba López (1993) fue en Estados Unidos donde el *New York Journal*, a finales del Siglo XIX, decidió dar un giro radical a su información deportiva. Hasta el momento, el diario estadounidense dedicaba un breve espacio a la información deportiva que se basaba en carreras de caballos. El diario cambió su política y aportó al contenido deportivo un mayor espacio donde señalaba con más detalles lo más atractivo de la jornada. El cambio de guion fue un éxito entre los norteamericanos, que pronto compraron el diario exclusivamente para leer la información dedicada al deporte. Gracias a la fama que adquirió el *New York Journal*, el resto de periódicos de Estados Unidos siguieron la misma línea y comenzaron a dedicar más espacio al deporte.

Por aquel entonces, los periódicos generalistas habían comprobado cómo la información deportiva era un importante aliciente para conseguir lectores. El público ya no solo buscaba noticias de información nacional e internacional, sino que cada vez acudían al quiosco en busca de los eventos deportivos de la semana. Los grandes diarios mundiales comenzaron a innovar dentro de sus informaciones para poder sumar el mayor número posibles de seguidores. De esta manera, *The New York Times* fue el primer diario que dedicó la portada de su periódico a un evento deportivo. El rotativo colocó en su primera página el triunfo de Tunney sobre Jack Dempsey reflejado con una enorme fotografía y cien columnas el 24 de septiembre de 1926. Mientras tanto, en Europa, el diario deportivo francés *L'Auto* y el italiano *La Gazzeta dello Sport* pusieron en marcha varios eventos deportivos que terminarían pasando a la historia. Las Vueltas Ciclistas a Francia e Italia nacieron por medio de ambos diarios y sus deseos de crear unos eventos que pudieran hacerles crecer en seguidores. Los recorridos estaban patrocinados por ambos periódicos y por medio de sus informaciones fueron convertidas en un evento internacional. Tal fue el éxito de este acontecimiento que consiguió un objetivo mayor al imaginado en un primer momento al lograr que las tiradas de ambos diarios crecieran a cifras inimaginables. Con el ejemplo aprendido, el rotativo *Informaciones* fundó la Vuelta Ciclista España en 1935. Actualmente, la competición tiene como duración tres semanas y junto al *Tour de Francia* y el *Giro de Italia* forma el grupo de carreras

conocidas como Grandes Vueltas ciclistas. El recorrido español no tiene una fecha fija de celebración y se decide a comienzos de año según los designios de la organización. Pero no solo el ciclismo fue impulsado por medio de empresarios periodísticos de la especialización deportiva. Otros eventos como la Copa de Europa de Campeones de Liga comenzaron siendo organizados por *L'Equipe* y paulatinamente ha visto cómo se convertía en uno de los mayores espectáculos del fútbol mundial y llegaba a ser imitada en todo el mundo por todos los deportes.

Por lo que respecta a La radio, que ya comenzaba a mediados de los años veinte a transmitir sus primeros programas, no quiso desvincularse del auge del deporte y en 1921 la DKA fue la primera emisora en retransmitir en directo y de forma clandestina el último asalto del combate de boxeo entre Dempsey y Carpentier, logrando que más de 200.000 oyentes siguieran en directo la información del combate. Aquel éxito supuso un antes y un después en la realidad de la radio deportiva. La radio comenzó con estos eventos a competir de manera directa con los medios escritos. El panorama deportivo tenía un nuevo competidor que no iba a poner las cosas fáciles a los diarios deportivos dadas las ventajas con las que contaba el nuevo soporte. El reducido coste económico que suponía publicar informaciones y la inmediatez que hacía que las noticias llegaran de manera directa a los espectadores hacía de la radio el vehículo idóneo para el seguimiento de pruebas deportivas. Los Juegos Olímpicos celebrados en 1928 en Ámsterdam supondrían el gran cambio para la radio deportiva. Las compañías americanas NBC y CBS comenzaron a retransmitir en directo las pruebas organizadas por primera vez en la historia de unas Olimpiadas.

La radio había logrado enriquecer la información deportiva y al mismo tiempo complementar aquella que los diarios publicaban al día siguiente de un evento. Por su parte, los diarios deportivos y generalistas, que contaban con dicha información, habían sabido adaptarse al nuevo medio y sobrevivir, utilizando informaciones más elaboradas y datos que el medio radiofónico no podía utilizar para retener a sus lectores. Sin embargo, cuando el panorama deportivo parecía repartido, un nuevo medio llega al mundo del deporte para cambiar de nuevo la realidad. La televisión se abrió rápidamente paso en la vida de los espectadores para terminar ocupando numerosas horas de retransmisión en los programas diarios de diversas cadenas. Según Alcoba López (1993) los espacios destinados al deporte han llegado a ocupar el 50% de la programación, sin contar los canales que actualmente se dedican exclusivamente al

deporte. Al igual que en el caso de la radio, las Olimpiadas marcaron un antes y un después en la historia de las retransmisiones deportivas de la televisión en directo. En 1936, con motivo de la celebración de los Juegos Olímpicos de Berlín, un total de 150.000 berlineses siguieron desde salas especiales el desarrollo de determinadas competiciones que tenían lugar durante los JJOO. En 1964, las Olimpiadas se organizaron en Tokyo y fue en la capital japonesa donde este evento de categoría mundial fue retransmitido en directo por televisión a todo el mundo. La televisión había desconfigurado por completo el panorama informativo y al contrario que con la llegada de la radio, no consiguió lograr que todos los medios encontraran su espacio determinado de información. Las críticas al medio audiovisual no tardaron en llegar desde todos los ámbitos. Algunos aventurados se atrevieron a decir que incluso perjudicaban al deporte y hacía una mala competencia para la radio y el resto de medios escritos. Sin embargo, el tiempo nos ha demostrado que ambos medios han sabido adaptarse al panorama informativo y han ido sobreviviendo paulatinamente a los cambios que la información les ha hecho afrontar a lo largo de su historia.

En sus inicios la actualidad deportiva destacaba por ser una información de segundo nivel. La actualidad política y social ocupaba todo el espacio de los diarios generalistas dejando la deportiva reducida a unas pocas líneas. Sin embargo, Con la expansión de la comunicación deportiva, el periodismo deportivo ha llegado a tener un espacio particular que le ha dotado de su propia personalidad. Los periódicos deportivos comenzaron a seguir una línea similar a la de los generalistas, pero en lugar de clasificarse por líneas ideológicas podrían hacerlo por su seguimiento a determinados equipos o actividades deportivas (Marrone, 2009:27). Por ello los medios catalanes tienen tendencia a informar sobre equipos de Cataluña como el Fútbol Club Barcelona o el RCDE Espanyol, los sevillanos se centran en el Sevilla FC o el Real Betis Balompié y los diarios de la capital de España dedican más espacio a Real Madrid y Atlético de Madrid que a otros equipos.

El aumento de lectores en las publicaciones deportivas llevó a que los diarios se plantearan la necesaria especialización de sus profesionales. Los periodistas deportivos que comenzaron la especialización adoptaron el ejemplo de los escritores y deportistas que hasta entonces cubrían la información deportiva para desarrollar un nuevo lenguaje con variantes lingüísticas y simbólicas. Actualmente todo aquel que quiera acceder al periodismo deportivo debe dominar a la perfección este particular idioma que abarca la

actividad deportiva. El lenguaje militar destaca como una de las bases de la jerga deportiva junto a los extranjerismos y tecnicismos que hacen que el periodista deba dominar con inmediatez estos vocablos si quiere que el público sea capaz de entender sus informaciones sin caer en las repeticiones excesivas.

A pesar de estas dificultades, la profesionalidad del periodismo deportivo siempre se ha puesto en duda dada la creencia popular de que cualquier persona de la sociedad podría realizar ese trabajo. Así mismo, con el paso del tiempo la función del periodista deportivo ha estado marcada por una enorme responsabilidad dado que sus informaciones influyen directamente en el comportamiento de los aficionados al deporte. En su obra, "Cómo hacer periodismo deportivo" Alcoba López (1993) explica cómo en el periodismo deportivo de nuestros días, el deporte-juego ha sido sustituido por un deporte-espectáculo donde priman los intereses económicos sobre los informativos. La forma de transmitir una información afecta a las personas que siguen este género, siendo por ello necesario dejar las cuestiones personales fuera de la información para publicar de manera sincera, realista y sin ningún tipo de alusión a la violencia para moderar la actuación de unos hinchas que muchas veces ven en el deporte una nueva forma de batalla.

### **2.2.2 Irrupción de la mujer periodista en el ámbito deportivo**

El periodismo deportivo tradicionalmente ha destacado por ser un ámbito de hombres. Desde sus inicios los periodistas masculinos eran colocados en las redacciones en las secciones deportivas, mientras que las mujeres pasaban a ocuparse de otras que los directores o redactores jefe creían más adecuadas para el género femenino como moda, cultura o sociedad. Los estudios realizados hasta el momento llevan a la conclusión de que en España hay poca presencia de mujeres que desarrollan el periodismo deportivo frente al número de hombres.

Como en el resto de ámbitos que durante la historia del periodismo se colocaban lejos del alcance de las mujeres, las féminas han tenido que luchar con todos los medios de los que disponían para abrirse paso en un difícil espacio que solo parecía poder ser practicado por hombres y contado por compañeros de su mismo género. Si volvemos la vista atrás, no encontramos mujeres que hayan tenido una larga trayectoria dentro del periodismo deportivo, al contrario que el género masculino, donde numerosos hombres

se citan de ejemplo deportivo dentro de las facultades de Periodismo, como podrían ser Andrés Montes, Paco González, José María García o Pepe Domingo Castaño.

La mujer ha llegado más tarde a esta área y abrirse camino por ella no le ha resultado nada sencillo. Las profesionales femeninas que lograban irrumpir en el panorama deportivo solo podían afianzar su presencia en deportes que la sociedad considera femeninos o en revistas dedicadas a informar a la sociedad sobre cómo mantenerse en forma (Vega Jiménez, 2012). Ante este difícil escenario también logramos encontrar mujeres que no se rindieron ante las adversidades y que con su trabajo lograron cambiar la historia de la información deportiva en España. En primer lugar, destaca la figura de Mari Carmen Izquierdo, que se dedicó al fútbol abriéndose paso en los diarios deportivos. Tras ella, Mercedes Milá fue pionera en el mundo audiovisual, destacó por ser la primera mujer periodista que entrevistó en directo a un jugador de fútbol de primer nivel como Johan Cruyff. La carrera de ambas profesionales no terminó con estos logros y en el caso de la catalana desarrolló una sólida carrera en el mundo del motor gracias a sus entrevistas y reportajes a Ángel Nieto o Niki Lauda. Con el camino abierto por Mari Carmen Izquierdo y Mercedes Mila, otras profesionales han ido allanando el terreno a las futuras periodistas, como María Escario, profesional de TVE, o Isabel Bosch, habitual de TV3.

Sin embargo, y a pesar de que desde hace 15 años las mujeres tienen más presencia en el periodismo deportivo (Vega Jiménez, 2012) todavía queda un largo camino por recorrer para lograr una completa igualdad en este ámbito. Las mujeres protagonistas en eventos deportivos continúan siendo reducidas, siendo hasta el pasado verano durante la celebración de la Eurocopa 2016 acogida por Francia, cuando la primera mujer periodista deportiva tuvo la oportunidad de narrar en directo un partido de fútbol. Se trató de Claudia Neumann, periodista de la televisión alemana, que ha supuesto un antes y un después en el periodismo deportivo del país bárbaro.

Este pequeño avance vivido hace solo un año, da esperanza al resto de profesionales que esperan la oportunidad de mostrar su valía. Actualmente los puestos de relevancia en el mundo deportivo se limitan a hombres, ellos son siempre las llamadas voces autorizadas y expertos, mientras que las mujeres que tienen la oportunidad de participar siempre están relegadas a un papel secundario y usadas como una especie de mujeres florero para atraer a más público masculinos al seguimiento de estos eventos (Borrero, 2012) En los programas deportivos que se llevan a cabo cada noche o durante la jornada

deportiva del fin de semana, la mujer no tiene ningún tipo de papel conductor ni protagonista y en numerosas ocasiones se limita a leer a cámara los comentarios de los oyentes o los datos menos trascendentes que ocurren a pie de campo durante el desarrollo de los partidos de fútbol. Es cierto que en los últimos años la mujer ha experimentado un gran interés por el deporte en general, y por el fútbol en particular, dejando atrás los años donde estaba mal vista la presencia de mujeres en los estadios y sobre todo la mujer periodista-deportiva (Valor, 2007) Sin embargo, el aumento del número de profesionales no toma relevancia si su papel ha pasado a ser completamente minoritario para tratar temas poco trascendentes (Covarrubias, 2009). Se sigue considerando un avance que el público comience a identificar nombres de periodistas femeninas y las relacione con el deporte, como es el caso de Susana Guasch, Mónica Marchante, Sara Carbonero o Melissa Jiménez, a pesar de ello para las nuevas profesionales que quieren dedicarse al periodismo deportivo en España el camino sigue resultando complicado tanto en el ámbito nacional, como en el provincial (Díaz Domínguez, 2013).

### **2.2.3 *Marca* y *As*, dos diarios de referencia en la prensa deportiva española**

El diario madrileño *Marca* tiene su origen en San Sebastián en el año 1938. El periódico comenzó teniendo una periodicidad semanal siendo su primer editor Manuel Fernández Cuesta Melero. Tras trasladarse a Madrid en 1940, *Marca* pasó de ser semanal a un diario y comenzó a publicar regularmente el 25 de noviembre de 1942. Desde entonces el diario ha ido adaptándose a las nuevas tecnologías y a los cambios sociales y políticos que vivía el país. *Marca* ha logrado avanzar de mano de los españoles haciéndose un hueco en su vida diaria al ofrecerles la más detallada información deportiva. *Marca* es también conocido por la serie de premios que comenzó a entregar en la década de los cincuenta a los deportistas más destacados, el Trofeo Pichichi, el Trofeo Patricio Arbolaza, el Trofeo Amberes, el Trofeo Champions Número 1, el Trofeo Zarra, el Trofeo Alfredo Di Stéfano, el Trofeo Miguel Muñoz, el Trofeo Monchín Triana, el Trofeo Guruceta o el Trofeo Zamora han ido colocándose en las vitrinas de los jugadores más laureados de la Primera y Segunda División española de fútbol, poniendo al diario *Marca* con ellos en un lugar privilegiado en el panorama deportivo mundial. Desde 2001 el diario comenzó su presencia en las ondas fundando la primera radio deportiva de cobertura nacional, así mismo, desde 2010 pasó a contar con cuentas

oficiales en varias redes sociales como *Twitter* y *Facebook*. El diario llegó a contar también con un canal de televisión, *Marca TV*, que terminó desapareciendo de la Televisión Digital Terrestre en 2013 y que actualmente solo puede disfrutarse a través de Internet (Toro, 2008).

Por su parte, el diario *AS* fue fundado en 1967 por Luis Montiel Balanzat en Madrid. El objetivo de la puesta en marcha de este diario fue crear una competencia directa al diario *Marca*, que ya se había habituado a la vida de los españoles. El primer número del periódico salió a la venta el 6 de diciembre de 1967 con una doble portada dedicada al tenista Manuel Santana y al boxeador Sombrita. El diario madrileño ha sabido superar numerosos cambios de dirección y numerosas inclusiones en grupos editoriales. Su información, dedicada mayormente al Real Madrid ha sabido calar entre el público madridista considerándole un rotativo de referencia para la actualidad blanca. El diario fue pionero en publicar todas sus páginas a color en los años 90, por delante del resto de sus competidores que más tarde imitarían esta práctica.

Con casi cien años de historia, los diarios deportivos *Marca* y *As* se han convertido en los periódicos de referencia en la actualidad deportiva española. Con sede en Madrid ambos rotativos se centran en publicar la información de los equipos de la capital, Real Madrid y Atlético de Madrid, dedicando también parte de su información al Fútbol Club Barcelona y a otros equipos a modo provincial. Según los datos de la OJD<sup>1</sup> correspondientes al primer trimestre del año 2017, *Marca* y *As* se mantienen al frente de ventas en lo que respecta a periódicos de materia deportiva en nuestro país. Sin embargo, los primeros datos del año regular no han sido muy positivos para ambos diarios madrileños. A pesar de que *Marca* ha logrado mantenerse como el diario más vendido en España, ha perdido la barrera de los 109.000 ejemplares tras dejarse un 10,3% de sus ventas respecto a marzo del año 2016, cuando sumaba más de 121.000 copias. En el caso de *As* las ventas también retroceden hasta los 89.555 números, un 10,6% menos de los 100.188 que registraba en marzo de 2016. La difusión de ambos diarios también se ha desplomado, situándose *Marca* en 125.426 unidades (8,5% menos) y *As* en 109.157 (11,7% menos). A pesar de los malos números acumulados en 2017, ambos diarios continúan sacando una notable ventaja a sus competidores catalanes, que tan solo logran un total de 35.579 modelos en el caso de *Mundo Deportivo* y 32.995 en cuanto a *Sport*.

<sup>1</sup>Información disponible en <http://prnoticias.com/prensa/difusion-ojd/20162103-ojda-marzo-ventas-marca-as-caida-superior-10>

## **2.3 Mujeres referentes en el deportivo moderno**

### **2.3.1 Mujeres referentes del periodismo deportivo nacional**

Si hablamos del género femenino dentro del periodismo deportivo en España, rápidamente la primera mujer que se nos viene a la cabeza es **María Escario**. La presentadora de TVE, junto a **Mari Carmen Izquierdo y Olga Viza**, logró convertirse en una de las más importantes pioneras del periodismo deportivo en nuestro país. La madrileña, llegó a TVE en 1985 y se introdujo rápidamente en la primera fila de los informativos deportivos, desde entonces ha pasado paulatinamente por todas las ediciones del telediario, logrando ganar importantes premios en el mundo del periodismo, como el Premio Ondas a la Mejor Presentadora en el año 2013 o el galardón Joan Ramón Mainat en 2015. Por su parte, Mari Carmen Izquierdo inició su carrera como redactora en el diario AS, pero fue en Televisión Española donde se convirtió en la primera mujer en informar sobre deporte en la historia de la primera cadena española. En TVE desempeñó la cobertura de importantes eventos como Juegos Olímpicos, Mundiales o Europeos de Fútbol, dando en 1987 un salto en su carrera para posicionarse como Jefa de Deportes de Radiocadena Española. Desde entonces, la burgalesa ha ocupado diversos puestos de mando, como el cargo de Directora de Producción Ejecutiva de Programas Deportivos de TVE y el de directora general adjunta del Plan ADO. Su experiencia y profesionalidad le llevaron a ocupar uno de los puestos más destacados dentro del periodismo deportivo español, el de presidenta de la Asociación Española de la Prensa Deportiva durante más de diez años. Su carrera profesional le llevó a ganar premios como la Medalla de Plata al Mérito Deportivo y a formar parte del Comité Olímpico Español y el Jurado del Premio Príncipe Asturias de los Deportes. En cuanto a Olga Viza ha logrado destacar en el mundo del periodismo deportivo por su cobertura a eventos polideportivos en Televisión Española. Como presentadora del programa deportivo Estadio 2 tuvo la oportunidad de narrar importantes eventos como el Mundial de Fútbol de España o las Olimpiadas de Barcelona. En su carrera destaca la cobertura de seis Juegos Olímpicos, tres Mundiales, pruebas del Campeonato Mundial de Motociclismo y del Campeonato Mundial de Fórmula 1, así mismo llegó a cubrir torneos de gimnasia, tenis y golf. En 1995 se alzó como ganadora del Premio Ondas a la Mejor labor profesional y en el año 2002, fue la ganadora en los Premios ATV de la Mejor Comunicadora de Programas Informativos.

Tras ellas otras mujeres han dejado huella en el periodismo deportivo español. **Elena Jiménez** llegó en 1989 a los Informativos de Televisión Española y en 1998 recaló en la redacción de deportes siendo especialista en baloncesto. **Paloma del Río** llegó en 1986 a través de una beca del instituto RTVE a la sección de deportes de los informativos. Desde entonces la madrileña se ha ocupado de narrar eventos deportivos como la gimnasia rítmica y la gimnasia artística, convirtiéndose en una clásica de los Mundiales y Olimpiadas de estos deportes minoritarios. Actualmente, **Silvia Barba** es una de las mujeres más relevantes del periodismo deportivo español. La madrileña trabaja como reportera en Televisión Española, ocupándose del Atlético de Madrid y la Selección Española.

Más allá de Televisión Española, encontramos otras mujeres que se han abierto paulatinamente paso en el mundo del deporte. **Sara Carbonero, Gemma Santos, Julia del Mar, Isabel Roldán, Susana Guash, Danae Boronat, Cristina Cubero o Lourdes García Campos** son nombres conocidos por todos los españoles gracias a la información deportiva a la que dan cuerpo y forma. Sin embargo, el papel de la mujer dentro del periodismo deportivo en nuestro país sigue siendo limitado y son pocas las que logran asentarse en el tiempo y, mucho menos, acceder a un puesto de responsabilidad. Entre estas mujeres destacadas encontramos a **Paloma Antoranz**, que como Jefa de Prensa de la Selección Española de Fútbol desde 2005, ha roto con los estereotipos que marcan a la actual periodista deportiva.

Sin embargo, el camino por recorrer en nuestro país todavía es largo. El papel de la mujer continúa relegado a un segundo plano, mientras son los hombres los que llevan el paso de las narraciones de los eventos deportivos y la conducción de los programas que se desarrollan cada jornada deportiva. Solo el futuro nos mostrará si las nuevas profesionales son capaces de proseguir los pasos de sus predecesoras y continuar rompiendo de forma paulatina los marcados estereotipos de género que todavía asolan el periodismo deportivo español.

### **2.3.2 Mujeres referentes del periodismo deportivo internacional**

Fuera de nuestras fronteras, el nombre de una mujer destaca por encima del resto dentro del periodismo deportivo. Se trata de **Claudia Neumann**. La alemana comenzó a trabajar como editora y reportera de deportes en 1999 en la ZDF. En 2001 se postuló

como la primera mujer en comentar en directo la Copa del Mundo Femenina en la televisión alemana. Sin embargo, los pasos de la veterana periodista no terminaron ahí y en 2016, se presentó al mundo como la primera mujer que lograba narrar un partido de la selección masculina en la Eurocopa celebrada en Francia. Sus pasos no pararon ahí, y tras narrar aquel Gales – Eslovaquia repitió experiencia seis días después al poner voz al Italia – Suecia. A pesar de los comentarios sexistas que la periodista tuvo que afrontar dentro y fuera de sus fronteras, el mismo verano continuó sus retransmisiones en otras competiciones de los Juegos Olímpicos como tenis de mesa, voleibol playa y bádminton.

Lejos de Alemania, otras mujeres se han hecho un hueco en el periodismo de sus países. **Alina Moine** es un referente en Argentina gracias a su cobertura del *Rally Dakar* en *FOX Sports*. **Angela Lerena**, con veinte años de periodismo deportivo a sus espaldas, fue en 2016 la primera mujer en cubrir a pie de campo el superclásico argentino entre Boca Juniors y River Plate. **Erin Andrews** ha logrado abrirse un hueco en Estados Unidos gracias a su participación en eventos deportivos como la *Superbowl* y el *World Series*. En Paraguay, **Soledad Franco** destaca por haber sido la primera mujer que logró dedicarse íntegramente al periodismo deportivo en el país sudamericano. **Georgie Thompson** logró ser una habitual de Sky Sports gracias a su cobertura de eventos deportivos como el *US Open Tennis*, *Grand Prix Masters*, *Speedway World Cup*, *Race of Champions*, *America's Cup* y *Wimbledon Championships*. **Inés Saiz** es conocida como "La mujer del deporte" en México gracias a sus entrevistas a deportistas de élite. **Carola Román**, en Perú, es un ejemplo de cómo las mujeres han ganado terreno en los últimos años dentro del periodismo deportivo, en CMD llegó a ser conductora de varios programas deportivos.

Fuera de España, las mujeres continúan ganando terreno paulatinamente a los hombres dentro del periodismo deportivo. Sin embargo, el camino tampoco es fácil fuera de nuestras fronteras y continúa siendo noticia cuando alguna de ellas logra cubrir un evento deportivo de alta categoría. La aceptación por parte del mundo de que la mujer puede realizar el mismo trabajo que el hombre en materia deportiva es el primer paso para que las desigualdades de género dejen de ser patentes en el mundo del periodismo deportivo. Los recientes logros de todas ellas culminados por el paso de gigante de Claudia Neumann dan esperanza al resto de profesionales femeninas dentro y fuera de nuestras fronteras.

## **2.4 Imagen de la mujer en los medios de comunicación españoles**

### **2.4.1 Prejuicios hacia las mujeres**

La Real Academia de la lengua española define estereotipo como "imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable". En nuestros días los estereotipos de género se hacen cada vez más patentes. Esta serie de estereotipos parten de una idea en la que hombres y mujeres tienen una naturaleza diferente, que les dota de aptitudes, trabajos y responsabilidades distintas. La discriminación basada en el sexo ha existido a lo largo de toda la Historia de España. Por ejemplo, según la encuesta de población activa realizada por el INE en el año 2000 las mujeres representaban el 37,30% de la población ocupada, trabajando el 80,74% de ellas a tiempo parcial y el 41,84% con contratos temporales. En el año 2016, la situación de estas mujeres no ha cambiado notablemente. En el cuarto trimestre del pasado año, el paro se situó en un total de 2.142.700 profesionales femeninas sin empleo. Los datos muestran como la crisis económica ha afectado de forma directa en el desarrollo profesional de las mujeres. Cada vez es más complicado encontrar trabajo para las féminas que se incorporan al mercado laboral, lo que produce que las desigualdades continúen acentuándose en los tiempos presentes<sup>2</sup>.

Estos datos llevan a la clara conclusión de que el sexismo existe de manera notable en la sociedad española. La Real Academia de la lengua española define el termino sexismo como la "discriminación de las personas por razón de sexo", pero han sido otros expertos los que han buscado una definición más exacta. En su obra "Diccionario Ideológico Feminista. Volumen I" Victoria Sau y Sánchez (2000) define sexismo como "el conjunto de todos y cada uno de los métodos empleados en el seno del patriarcado para poder mantener en situación de inferioridad, subordinación y explotación al sexo dominado: el femenino". Sin embargo, el sexismo que se hace patente en nuestros días no es el mismo que podíamos encontrar hace algunos años. El viejo sexismo o sexismo tradicional consiste "en una actitud prejuiciosa o conducta discriminatoria basada en la supuesta inferioridad de las mujeres como grupo" (Cameron, 1997). Mientras que el sexismo moderno (Benokraitis y Feagin, 1986) consiste en una forma encubierta de discriminación hacia las mujeres, dirigida en virtud de su pertenencia al grupo. El sexismo aparece numerosas veces ligado al machismo y ambos son confundidos por

---

<sup>2</sup>Información disponible en "Encuesta de Población Activa, INE" [http://www.ine.es/prensa/epa\\_tabla.htm](http://www.ine.es/prensa/epa_tabla.htm)  
<http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0416.pdf>

buena parte de la sociedad. Sin embargo, mientras el machismo es un discurso inconsciente de la sociedad, el sexismo es consciente y premeditado. En "Feminismo para principiantes" Varela (2016) define machismo como un tipo de discriminación basada en la creencia de que los hombres son superiores a las mujeres. El acoso sexual en el trabajo viene normalmente marcado por este tipo de estereotipos. En España, "hasta un 25% de la población laboral ha padecido a lo largo de su vida el acoso moral de sus compañeros, jefes o subordinados" (Piñuel, 2001:51). Así mismo el acoso sexual frecuentemente es un paso previo del acoso moral. Las mujeres suelen guardar silencio, por vergüenza, por miedo o porque saben o intuyen que nadie las va a apoyar (Hirigoyen, 2001). La profesión periodística vive uno de los ejemplos de desigualdad más llamativos. Las mujeres sufren diferencia de oportunidades y quedan relegadas a espacios como la cultura o la moda mientras los estereotipos y los prejuicios hacia sus cualidades se hacen patentes en todas sus oportunidades de trabajo.

La educación continúa siendo la base fundamental para cambiar esta serie de estereotipos. Desde pequeños, niños y niñas asumen conceptos y aptitudes diferentes que les hacen ver el mundo de manera distinta. Los profesores rechazan medidas de discriminación positiva mientras inconscientemente transmiten actitudes sexistas a las nuevas generaciones, perpetuando en el sexismo que la sociedad cree tener superado. El uso sexista del lenguaje es solo un ejemplo que favorece los estereotipos marcados. La desigual sociedad en la que todavía vivimos es imposible de cambiar si no se hace mediante la educación de los más pequeños. La igualdad de oportunidades solamente llegará cuando el sexo masculino se conciencie y deje de ver los nuevos procesos feministas como simples "cosas de mujeres". El futuro asumirá los nuevos cambios si logramos concienciar a los más pequeños, principalmente a las mujeres que ya han pasado de la situación de subordinación en la que vivían hace pocos años para convertirse en autónomas que pueden tomar decisiones personales sin depender del sexo opuesto. Sin embargo, el camino por recorrer es largo y los estereotipos que causan la notable desigualdad siguen afectando al comportamiento de la sociedad y las oportunidades de trabajo y supervivencia femeninas.

#### **2.4.2 La transmisión de la imagen femenina a través de la prensa deportiva**

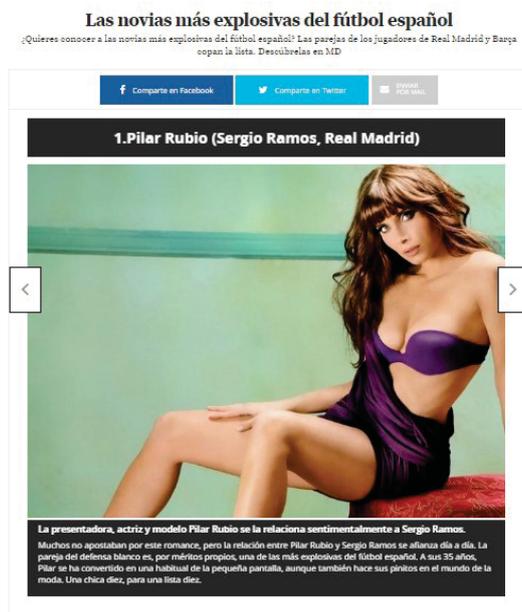
Los medios de comunicación tienen tendencia a diferenciar el deporte masculino y el femenino. Cuando las mujeres practican determinado deporte en grupo, los titulares tienden a añadir el sufijo "femenino" para diferenciarlas de las selecciones masculinas, en las que los medios nunca hacen ningún tipo de alusión a su sexo, dándoles así un carácter absoluto. Así pues "Cuando se distingue entre deporte y deporte femenino se está aplicando una óptica androcéntrica que toma por norma el deporte practicado por hombres y subordina el practicado por mujeres, al considerarlo una excepción a la norma" (Alfaro, Bengoechea y Vázquez, 2010:23).

El deporte femenino continúa en nuestros días recibiendo una cobertura menor al masculino. Según la tesis "Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)", realizada por la profesora de la Universidad Carlos III de Madrid, Clara Sainz de Baranda, la mujer solo protagoniza el 5% de las noticias deportivas frente al 92% de los hombres. En los pasados Juegos Olímpicos, nueve medallas ganadas por España fueron logradas por mujeres: Mireia Belmonte (2), Maialen Chourraut, Carolina Marín, Ruth Beitia, Eva Calvo, Lidia Valentín y las selecciones de gimnasia rítmica y baloncesto femenino. Sin embargo, en reducidas ocasiones la prensa deportiva trajo en portada los logros de las deportistas españolas, situándolas en la mayoría de ocasiones en un segundo plano por detrás de la información futbolística. Pero el caso de las Olimpiadas de Rio de Janeiro no fue un evento aislado. Los diarios de información deportiva siguen actualmente una línea informativa que desplaza a las mujeres a plano secundario. El lenguaje se posiciona como otro de los elementos que discrimina al sexo femenino en sus reducidas informaciones y según Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010:46) las características de este lenguaje se pueden resumir en "estereotipos de género tanto en las imágenes como en el lenguaje, invisibilidad de las mujeres incrementada por el uso sistemático del masculino genérico, perspectiva androcéntrica, poca valoración de las deportistas y mezcla de noticias deportivas y expresiones valorativas sobre la mujer de marcado carácter machista".

Los diarios de prensa deportiva en España utilizan a la mujer en sus artículos más allá del contenido puramente informativo relacionado al deporte. El primer ejemplo es *Mundo Deportivo*, diario que en 2013 publicó un artículo donde se mostraba una lista

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

que colocaba en orden de belleza a las novias de los futbolistas pertenecientes a la Primera División Española.



Fuente: *Mundo Deportivo*, 30 de julio de 2013

Otro diario deportivo, el madrileño *As*, publicó el 4 de septiembre de 2014 una lista con "Las presentadoras deportivas más bellas" donde hacía alusión a las profesionales del medio televisivo que según el periódico eran junto al deporte una combinación perfecta para los espectadores.



Fuente: *Diario AS*, 4 de septiembre de 2014

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

Así mismo, los diarios generalistas no han dudado en seguir la misma línea que los deportivos e incorporar en sus artículos listas con las mujeres más guapas del panorama deportivo mundial. Ese es el caso de *El Mundo*, que el 17 de junio de 2015 realizó una lista con "Las 15 futbolistas más guapas del Mundial". El artículo tan solo se componía de foto y descripción de 15 jugadoras que se daban cita en la Copa Mundial Femenina de la FIFA que se celebraba ese verano en Canadá.

## Las 15 futbolistas más guapas del Mundial

PATRICIA RIVERA Actualizado: 17/06/2015 15:20 horas

< 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 > |



No solo son buenas en el once contra once. Las jugadoras de las selecciones que se dan cita en la Copa Mundial Femenina de la FIFA que se está celebrando en Canadá, también poseen un estilo envidiable.

Fuente: *El Mundo*, 17 de junio de 2015

El periódico *20 minutos* fue de la misma forma protagonista de este tipo de listas al publicar el 5 de septiembre de 2009 un ranking con "Periodistas deportivas más sexys del mundo". El propio diario las definía como "mujeres que hacen de los eventos deportivos más aburridos un paraíso. Son guapas, sexys y tienen una voz impresionante, que parecen ángeles caídas del cielo" Además, el diario permitía a sus lectoras dar una puntuación entre uno y cinco a estas periodistas.

Listas 20 minutos > Televisión

## Periodistas deportivas más sexys del mundo



Publicada el 05.09.2009 a las 20:29h.

Es el momento de votar por el lado sexy del deporte, esas mujeres que hacen de los eventos deportivos mas aburridos un paraiso son guapas, sexys y tienen un voz impresionante, que parecen angeles caidas del cielo.

**Etiquetas:** 2007 2008 2009 actrices chicas españa estados famosas famosos guapas mas mejor mejores mexico personajes sexy sexys television triunfo unidos

COMPARTIR LISTA



12 comentarios - Comentar

Fuente: *20 minutos*, 5 de septiembre de 2009

En esta elaboración de productos informativos los medios de comunicación sacan a la luz los estereotipos más afianzados en la sociedad española. Se presupone que la información deportiva es consumida por hombres y que las mujeres deben aparecer en un segundo plano como un simple adorno que acompaña al deporte actual para dotarlo de mayor *glamour* o audiencia. El *Institut Català de la Dona y la Associació de Dones Periodistes de Catalunya* realizaron un estudio para analizar la presencia de hombres y mujeres en la prensa de información general y otro sobre la información deportiva. El trabajo realizado por Ibáñez y Lacosta (1998) "*Informació Esportiva: només per a ells*", resaltaba la inexistente atención que los medios prestaban al deporte femenino, informando con escaso interés y sacando a la luz prejuicios sexistas mediante un lenguaje cargado de faltas de respeto. Así mismo, Eva Gómez-Colell, en su artículo "*Adolescència i esport: absència de referents femenins en els mitjans per a les adolescents*" defendía que "la exclusión de la población femenina de la práctica deportiva es una consecuencia directa de la discriminación social que ha sufrido a lo largo de la historia, surgida a partir de la división del trabajo y de la diferenciación de los roles de género". La misma Ibáñez (2001:113) concluía con que las niñas no tienen referentes deportivos femeninos en su etapa de formación y defendía que "los mitos en el deporte que con tanto entusiasmo y dedicación crea la prensa, la radio y la televisión son siempre hombres, no hay mujeres en este Olimpo informativo, con lo cual a la niña se le acaba inculcando una versión final del deporte sólo para hombres".

Los medios de comunicación son responsables directos de la educación de la sociedad a medida que transmiten valores con la forma en la que tratan la información. La única

manera de terminar con esta desigualdad patente es que los medios de comunicación pongan a mujeres al frente de deportes considerados tradicionalmente como masculinos para que la sociedad de mano de los más pequeños se vaya concienciando paulatinamente de que la mujer puede realizar cualquier trabajo que se proponga.

### **2.4.3 Techo de cristal de la mujer periodista**

El aumento de mujeres en los medios de comunicación no se ha dado de igual manera en los puestos de mando. A pesar de los esfuerzos nacionales e internacionales por lograr la completa igualdad entre la mujer y el hombre la realidad plasma que la situación femenina continúa siendo inferior a la del sexo masculino. Numerosos acuerdos nacionales e internacionales han tratado de poner fin a estas desigualdades, la IV Conferencia Mundial sobre la mujer<sup>3</sup>, celebrada en Pekín en 1995, reúne distintas medidas firmadas por 189 Estados con las que tratan de "fomentar la imagen de la mujer equilibrada y sin estereotipos para el aumento de la participación de la mujer en la toma de decisiones". En el caso de la Ley Orgánica 3/2007<sup>4</sup> para la igualdad efectiva de hombres y mujeres, establece la "obligación de los medios de comunicación públicos de velar por una transmisión igualitaria, plural y no estereotipada de la imagen de las mujeres". Así mismo en su Título 1, artículo 3, esta ley afirma que "El principio de igualdad de trato entre mujeres y hombres supone la ausencia de toda discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo y, especialmente, las derivadas de la maternidad, la asunción de obligaciones familiares y el estado civil" (BOE, 23-03-2007). Además, la Ley 16/1983 del 24 de octubre<sup>5</sup> da vida al Organismo Autónomo Instituto de la Mujer. Esta institución autónoma se pone en marcha con la finalidad de lograr la igualdad de ambos sexos y la participación de la mujer en la vida política, cultural, económica y social (BOE, 26-10-1983).

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos numerosos estudios han sacado a la luz datos que demuestran que la igualdad entre hombres y mujeres está muy lejos de lograrse. Las mujeres continúan teniendo dificultades para desarrollar una vida plena y dentro de sus puestos de trabajo continúan ocupando un lugar medio con escasas posibilidades de

---

3Información disponible en <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>

4Información disponible en <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-6115>

5Información disponible en <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1983-28126>

acceder a los puestos de mando. Durante los años ochenta aparece en escena el término "techo de cristal" acuñado por sociólogas anglosajonas. Este término hacía referencia a las barreras metafóricas que impiden a profesionales femeninas alcanzar puestos de poder y decisión en sus respectivas empresas. Dentro de la profesión periodística, la desigualdad se hace todavía más patente que en otras profesiones. Según Morillo (2005) la presencia de mujeres en los puestos directivos de las empresas periodísticas es reducida, contando tan solo una de cada dos con mujeres en cargos directivos. Morillo calcula que hay seis veces más hombres que mujeres en puestos de responsabilidad dentro del periodismo.

Las mujeres que logran tener acceso a puestos de responsabilidad son profesionales muy cualificadas. Sin embargo, estas mujeres están obligadas a demostrar continuamente su valía mientras sus compañeros masculinos lo tienen mucho más fácil para acceder a los puestos de mando. Por lo general, en las empresas periodísticas las mujeres se ven obligadas a desarrollar su carrera profesional en un estatus inferior dado el mencionado "techo de cristal" que les impide avanzar en su carrera (Loscertales y Núñez, 2008:74-75). Elena Blanco, publicaba en el informe anual de la profesión periodística de la Asociación de la prensa de Madrid (2005:99-105) un artículo donde destacaba el creciente desempleo femenino dado que, como explica la autora, "Las empresas de comunicación son reticentes a la contratación de mujeres por el parón laboral de la maternidad" (2005:99). En la misma línea, María Antonia García de León (2000:27) defendía que los hombres impedían a las mujeres a acceder a los puestos, ya que los propietarios de los medios eran mayoritariamente de género masculino y nombran a otros hombres en los sucesivos cargos de poder.

Las mujeres han sabido abrirse paso en las empresas periodísticas, pero todavía les queda un largo camino que recorrer. La profesión, masculina en su origen, ha logrado una parcial feminización gracias al trabajo y esfuerzo de profesionales que han plantado cara a los prejuicios y estereotipos que han inundado durante toda la historia nuestra sociedad. Félix Santos (2000) defiende que "las mujeres aportan al periodismo sensibilidad y sentido común", aludiendo a que su presencia en los medios es fundamental para que la comunicación adquiera un sentido positivo.

Ambos sexos han de concienciarse en la necesidad de que las mujeres adquieran paulatinamente puestos de poder en las empresas hasta lograr una completa igualdad. El rol de las mujeres ha de fortalecerse para que estas asuman su liderazgo como un

derecho y una responsabilidad. Las mujeres que inundan los medios de comunicación en un futuro deben quedar exentas de discriminación y barreras invisibles que las separen de los puestos profesionales de mayor nivel.

### **3. RESULTADOS**

#### **3.1 El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo**

Si en algo coinciden las periodistas entrevistadas es en que comenzaron su carrera en el periodismo deportivo por vocación. Tan solo en el caso de Patricia Cazón y Sarah Castro afirman que en los años universitarios no se vieron vinculadas al periodismo deportivo de ninguna forma. La leonesa señala que "jamás pensé en dedicarme al periodismo deportivo. Cuando comencé a trabajar en él dije: ¿Por qué no empecé antes? El periodismo deportivo es adictivo". En el caso de Sarah Castro relata que "en un principio estudié Ciencia Política y más tarde una especialización en Periodismo y Comunicación. Siempre pensé que iba a estar más vinculada al periodismo político y de denuncia que al periodismo deportivo. Luego me di cuenta de que me interesaba mucho y me gustaba saber de deporte. En estos 11 años he trabajado en otro tipo de periodismo, pero siempre he vuelto al deporte porque es algo sobre lo que me interesa contar, escribir y narrar historias". Así mismo, las periodistas Elena Cascales y Marta Rodríguez afirman que al margen de la vocación se les presentó una "gran oportunidad laboral", mientras que Malvina Dodi aportaba otra visión señalando que "desgraciadamente las oportunidades laborales actualmente son escasas".

La vocación aparece continuamente citada por las profesionales entrevistadas. Elena Cascales, que antes de cursar el Grado en Periodismo realizó la Licenciatura de Ciencias de la Actividad Física y Deporte señala que "ser periodista deportiva y unir las dos carreras era mi objetivo. Solo imaginaba cubrir eventos deportivos". En la misma línea Sonia Gaudio transmite que "desde pequeña me ha gustado el deporte. Elegí ser periodista para estar vinculada al deporte y para mí es un privilegio poder trabajar de lo que más me gusta". Bárbara Prieto se define como "una apasionada del deporte" y confiesa "estar cumpliendo un sueño". Con la canaria coincide Malvina Dodi que comparte que "ser periodista es mi sueño desde los 12 años y gracias al trabajo y esfuerzo he conseguido alcanzar mi objetivo". Muchas de las profesionales

entrevistadas han pasado toda su carrera dedicándose al periodismo deportivo. La propia Sonia Gaudio ha estado toda su carrera ligada al Real Zaragoza, primero en el diario *Equipo* y más tarde en *Marca*, donde lleva 14 años. Elena Cascales comparte esta carrera deportiva y a pesar de tener que mudarse en numerosas ocasiones para seguir su trabajo, supo adaptarse a las circunstancias trabajando en distintos medios como Canal Sur Radio, VAVEL.com, Aragón Radio y ahora *Marca*, otorgándole una carrera plena de periodismo deportivo. También es el caso de Aimara Garteizgoeascoa Gil, quien desde que comenzó la universidad en el año 2002 no se ha despegado del periodismo deportivo y todos los trabajos que ha realizado en su carrera han sido dentro del ámbito del deporte.

Otras periodistas como Carmen Trueba dieron hace unos meses sus primeros pasos en el periodismo deportivo. La propia Carmen proporcionó con sus declaraciones una visión más amplia de la profesión y tras confesar que "no imaginaba estar cumpliendo este sueño tan pronto" resaltó que "trabajar en el mundo deportivo no es tan bonito como parece y hay más sacrificio en las redacciones de lo que las personas se piensan". La periodista admitió que "el horario no es fijo y son muchísimas horas las que se trabajan. Según los acontecimientos que vayan sucediendo depende que te vayas a casa antes o después. Esa es la parte negativa". Sin embargo, para la andaluza "todo eso lo compensa la proposición de entrevistas y el estar charlando con jugadores. Va en una balanza".

Entre las periodistas entrevistadas encontramos a distintas profesionales que tras numerosos años de trabajo se han ganado un puesto de relevancia dentro de las redacciones de sus diarios. Este es el caso de Aimara Garteizgoeascoa Gil, quien desde el año 2008 se hace cargo de toda la información de la AD Alcorcón en el diario *As*. La profesional confiesa que "con el tiempo y demostrando te ganas la confianza", aunque sin embargo reconoce que "hay gente que entró conmigo y ha hecho los mismos méritos que yo a los que es más fácil que les confíen trabajos que pueden parecer más complicados". En la misma tesitura confiesa Patricia Cazón que "me encargaron el cometido de hacer las crónicas del Atlético de Madrid, uno de los tres grandes, algo que siempre hacían hombres, que era para ellos, y, sin embargo, ahí está ya una mujer, escribiendo el fútbol de un grande". La propia periodista leonesa señala el caso de su compañera Maite Martín, que dirige la sección del Rayo Vallecano en *As*, y la de Gema Herrero en *Marca*, señalando que "las mujeres estamos ahí, poco a poco, pero ya ahí".

Entre las diez periodistas deportivas entrevistadas encontramos de la misma manera a Sonia Gaudio, que asume el protagonismo de la sección del Real Zaragoza dentro del diario *Marca*, tal y como ella misma relata: "llevo desde febrero del 2003 y aquí sigo. Siempre he hecho deportes". Así mismo, Bárbara Prieto aparece como otra mujer destacada en las retransmisiones de Radio MARCA durante los partidos de la UD Las Palmas. La periodista relató encantada que "es un sueño trabajar en la única radio de deportes que hay en este país". Sarah Castro es responsable del diario *As* en Colombia y se encarga de gestionar el tema editorial de la edición que el diario madrileño publica en el país colombiano. Tras una larga trayectoria en el periodismo deportivo donde Sarah Castro tuvo la oportunidad de trabajar con el D.C. United, de cubrir los JJOO de Londres 2012, el Mundial de Brasil 2014, tres Copa América, la Copa América Centenario y numerosas Copa Libertadores, la periodista comenzó a participar en la internacionalización de *As* haciéndose cargo de la sección de Colombia. Actualmente esta edición ya cuenta con doce periodistas y casi dos años de vida. Llevar el peso de esta edición no ha hecho que la profesional pierda las ganas de hacer periodismo deportivo tal y como ella misma relata: "Estoy al frente del tema editorial pero no me desprendo de todo lo que tiene que ver con cubrimientos. Me encanta el periodismo, me gusta contar historias, me gusta escribir y hacer de reportera. Siempre intento sacar tiempo para cubrir a la Selección de Colombia"

Sin embargo, las propias profesionales hacen referencia a la falta de mujeres en determinados espacios deportivos. Sonia Gaudio resalta que "falta más presencia de mujeres en las tertulias deportivas. Al menos en las de fútbol". Su tesis estaba apoyada por Elena Cascales, que admitía que "la realidad es que los hombres siguen siendo mayoría en las tertulias de fútbol". Aimara G. Gil continuaba en la misma línea defendiendo que a pesar de que "en casi todos los programas de deporte hay una voz femenina", está fémina "no siempre sabe de deporte, sino que queda bien a cámara".

Para otras profesionales, la mujer se encuentra completamente integrada en el periodismo deportivo. Este es el caso de Bárbara Prieto, la canaria ve los problemas de las mujeres como algo lejano en el tiempo y afirma que "hace muchos años el mundo del deporte era considerado un mundo de hombres, pero con el paso del tiempo la mujer ha ido teniendo más presencia en los medios deportivos". Sarah Castro también ve como una realidad las oportunidades a las mujeres dentro del periodismo deportivo: "No podemos negar las dificultades que históricamente han tenido las mujeres para tener

espacio en profesiones que antes eran consideradas solo para hombres, pero creo que hoy en día las oportunidades han llegado". Sonia Gaudioso apoya esta misma tesis con su experiencia personal, relatando que "cuando entré en las prácticas en *Equipo* apenas había mujeres en el periodismo deportivo, y menos en el fútbol, ahora me voy encontrando con más". De igual manera, la propia Bárbara considera que, frente a los hombres, a las mujeres "se nos valora igual". Este pensamiento es compartido por otras como Patricia Cazón, quien afirma que las mujeres "somos compañeras, uno más". Marta Rodríguez también comparte esta línea alegando que "la mujer no tiene menos presencia que el hombre".

### **3.2 Problemas de género en el periodismo deportivo**

Al ser preguntadas por los problemas de género que encuentran en el periodismo deportivo, todas las profesionales coincidieron en que en su propia experiencia personal no habían sufrido ningún tipo de discriminación por ser mujeres y dedicarse a la comunicación de deportes. Solo en el caso de Carmen Trueba señalaba que "tras hacer una entrevista para *El Chiringuito* no me volvieron a llamar por el hecho de ser mujer, claramente estaban buscando un hombre". Sin embargo, la propia periodista admitía que "la única dificultad que me he podido encontrar es esa".

Acerca de la posible discriminación a las mujeres en el ámbito deportivo, en primer lugar, Elena Cascales defiende que "cada vez se da menos esta situación" y Patricia Cazón la apoyaba defendiendo que "hay chicas que saben mucho de fútbol ¿por qué no iban a poder contarlo? Por suerte el prejuicio de que las chicas no sabemos de fútbol se va borrando". Carmen Trueba se posiciona en la misma afirmación alegando que la situación "está más normalizada que antes, pero sigue existiendo. La propia periodista granadina narra su experiencia en su primer día de trabajo en *Marca* como prueba de que los prejuicios siguen existiendo de alguna manera: "La primera vez que llegué a *Marca* uno de los redactores me dijo que si no me había equivocado de sitio y tendría que ir a *Telva*. Nunca se me olvidará. Ahora lo recordamos y nos reímos, pero en su día sé que lo pensaba". Sarah Castro coincide con Carmen y defiende que, aunque, "hay más oportunidades y las mujeres que son talentosas y conocen el deporte pueden sobresalir y ganarse esos espacios en medios importantes, todavía sigue habiendo machismo en casos donde a las mujeres en muchos medios se les designan roles que no tienen que ver con los temas centrales o con el análisis del deporte en sí".

Malvina Dodi matizaba el pensamiento de sus compañeras resaltando que "una mujer tiene que trabajar por lo menos el doble que un hombre para demostrar estar a la altura". En esta línea, Aimara G. Gil hacía un análisis más profundo de la situación. La periodista no compartía que la condición de mujer "suponga un freno para entrar a un medio deportivo", pero sí "para que te den más confianza a la hora de hacer determinados reportajes o cubrir determinadas informaciones". La propia Aimara criticaba que "aún hay mucha gente que piensa que por ser mujer no puedes saber de fútbol o baloncesto, sólo de deportes más femeninos como patinaje, gimnasia artística y esas cosas. Un hombre se presupone que sabe de deportes y una mujer tiene que demostrarlo todo el tiempo ante todos". Malvina Dodi apoya esta tesis resaltando que "el periodismo en general sigue muy centrado en la figura del hombre periodista y el deportivo, más aún". Elena Cascales trata de igual manera de encontrar explicación a la mayor presencia de hombres en el periodismo deportivo explicando que "puede ser debido a que hay más hombres que quieren hablar de deporte o a que en un contenido que muchos asignan al género 'masculino' y que, si sus audiencias son sobre hombres, intentan que los protagonistas sean del mismo género".

En otra línea completamente opuesta, Bárbara Prieto defiende que "vivimos en un mundo en el que la condición de mujer ya no es un impedimento para nada". Mayca Jiménez secundaba a la canaria relatando su experiencia personal en el diario *As*: "Hice una prueba junto a otros chicos y chicas para entrar de becaria. Nos cogieron a varios y de todos ellos me dieron a mí la oportunidad de quedarme y hubo otros que no, entre ellos había chicos y chicas por lo que no creo que sea una condición de género".

En cuanto a la cobertura de deportes femeninos que podrían verse afectados por los problemas de género, Sarah Castro lo reconoce admitiendo que "la mujer sigue siendo tratada como un objeto y casi siempre cuando las mujeres destacan en el deporte, sus cuerpos empiezan a ser un problema y no tienen la misma relevancia en los medios de comunicación". Sonia Gaudioso admite que "el deporte femenino en algunas disciplinas está más discriminado, sobre todo en las de equipos". El pensamiento de la aragonesa era apoyado por las declaraciones de Elena Cascales, que explica que "los deportes femeninos tienen menor presencia en los medios y una mujer no suele ocupar una portada a doble página en un periódico. Los medios realizan más coberturas en los deportes con deportistas masculinos". Sin embargo, la propia Elena resalta el reciente protagonismo que está adquiriendo la liga de fútbol femenino: "cada vez se presta más

atención a la Liga Iberdrola". Mayca Jiménez también acentúa la importancia de esta competición alegando que "el fútbol femenino está en auge, aunque también ayuda que Iberdrola está invirtiendo mucho dinero".

Opuestamente, Carmen Trueba defiende que la falta de espacio de las mujeres en papel "se debe a los consumidores y la demanda. Hay muchas más noticias y actualidad de deportistas hombres que mujeres" y Marta Rodríguez concluye de igual forma con que "los medios de comunicación son empresas privadas y como tal están en su derecho de dar cobertura a lo que consideran más rentable sin menoscabo del derecho a la información". Sin embargo, otras voces no apoyan la discriminación a las mujeres deportistas en la prensa deportiva. Carmen Trueba señala que "cada vez hay más presencia de los méritos y logros de la mujer en los medios. Carolina, Mireia..., ya son Nadales y Gasoles. No creo que se discrimine, para nada".

### **3.3 El Futuro de la mujer periodista en la comunicación deportiva**

Para las profesionales entrevistadas, la vocación vuelve a ser la principal protagonista del futuro de la mujer en la comunicación deportiva. Sonia Gaudioso resalta que para que una mujer pueda entrar a formar parte del periodismo deportivo "debe gustarle el deporte y controlar lo que cubre". Numerosas profesionales apoyan en su tesis a la aragonesa, como Mayca Jiménez, que con otras palabras llega a la misma conclusión que la titular de *Marca*: "Para entrar en el periodismo deportivo debe gustarte el deporte y haberlo seguido durante toda tu vida. Hay que tener conocimientos para dedicarte a ello". Elena Cascales no se sale de la línea de sus compañeras y afirma que "lo principal es entender el deporte, conocer las reglas y la actualidad de aquello que te toque cubrir". Junto a ellas, sus afirmaciones son apoyadas por otras como Carmen Trueba, quien destaca que "debe tener vocación, si no será muy difícil que llegue a ningún sitio". y Malvina Dodi, quien afirma que "lo fundamental es amar el propio trabajo. Para ser periodista deportivo es importante amar el deporte".

Para Sarah Castro lo importante dentro del periodismo deportivo es "ser periodista y respetar el periodismo" ya que para la colombiana "el deporte va mucho más allá de lo que pasa en un campo de juego, tiene todo un contexto social que es importante entender". Dentro del propio periodismo deportivo, Sarah Castro afirma que "las mujeres deben llegar a competir de igual a igual con los hombres, estar capacitadas,

enteradas y conocer del tema para que los espacios se vayan abriendo”. La titular de *As* resalta la importancia del trabajo y el esfuerzo frente a todos los obstáculos: “Nosotras culturalmente tenemos más dificultades porque los hombres desde pequeños fueron más cercanos al deporte, porque sus padres los llevaban y acompañaban, pero las mujeres debemos estar preparadas, tener temperamento y tener claro que el talento, la preparación y la dedicación hacen el resto”, afirma.

Aimara G. Gil hace un análisis más exhaustivo y defiende que la principal cualidad de una periodista deportiva “es que le apasione el deporte y lo entienda”. Tras su afirmación, la andaluza continuó criticando a aquellas mujeres que no llegan al periodismo deportivo con una explícita vocación y señala que “al final hay muchas mujeres en el mundo del deporte que no están porque les guste este ámbito, sino porque les surgió la oportunidad”. Para la de Algeciras la televisión es una responsable directa de esta situación: “Por su físico en televisiones tienen más opciones de entrar”, afirma. Tras realizar estas observaciones, la responsable de la AD Alcorcón en el diario *As* resalta el papel negativo que ejercen ese tipo de profesionales hacia la opinión pública, señalando que “esto es perjudicial para el resto de las mujeres porque la televisión es lo más consumido y cuando se le pregunta por algo de deportes no saben que contestar o contestan tonterías que hace que el gran público tenga la impresión de que las mujeres no saben de deportes”. Malvina Dodi apoya esta última afirmación de Aimara, concluyendo que “ha llegado el momento de empezar a valorar a las mujeres por lo que realmente valen y no solo por su forma física o por como aparentan”.

Pero no solo la vocación tiene lugar para nuestras entrevistadas en el futuro de la profesión. Carmen Trueba quiso resaltar otros requisitos que debe tener la periodista deportiva, señalando que “debe ser fuerte y sobre todo inconformista”. Para la andaluza el periodismo “es un mundo lleno de ambición, de propuestas, de gente que quiere superarse a diario y tienes que ser fuerte mentalmente”.

Nuestras entrevistadas han querido aproximarse con sus declaraciones al futuro de la mujer dentro del periodismo deportivo en unos años. Aimara G. Gil confiesa que para que el número de periodistas deportivas mujeres crezca “tendrían que presentarse más a las pruebas en periódicos deportivos y estar preparadas para poder hablar de deportes con cualquiera”. Sonia Gaudioso defiende la misma línea y afirma que “es fundamental que a ellas les guste y controlen la materia”. Carmen Trueba continúa con que “si el número de chicas que se dedican al periodismo deportivo fuese mayor sería una buena

opción” alegando que “nosotras mismas deberíamos normalizar la situación y pedir los puestos de hombres porque podemos hacerlo igual o incluso mejor que ellos”.

Malvina Dodi entra a profundizar en una razón de género y defiende que “hay que dar espacio a los profesionales que mejor rinden y no elegir en base al sexo”. Así mismo, Elena Cascales acompaña a su compañera y alega por la igualdad: “Hay que tener claro que una mujer puede hablar, cubrir o narrar cualquier deporte igual que si fuese un hombre”. Sin embargo, la sevillana ve los orígenes de este problema más allá de los medios y señala que “hay que concienciar a la sociedad de que el deporte no es de chicos, por lo tanto, su audiencia también es femenina, igual que las periodistas que se encargan de la competición”. Mayca Jiménez y Sarah Castro también señalan a la sociedad como a la principal culpable. En el caso de Mayca explica que “no creo que sea un problema en los medios sino en lo que la gente demanda. El problema es la sociedad”. Para Sarah el problema es cultural: “No es un tema que tenga que ver con el periodismo deportivo, sino con todos tipos de machismo que existen y se han normalizado en la sociedad” y concluye con que las mujeres deben luchar por cambiar esta situación de desigualdad: “Solo se trata de un tema de machismo que existe culturalmente y que hay que ir derribando, dándole espacio y por eso agradezco estar en un rol de liderazgo para poder hacerlo. Las mujeres tienen que demostrar más que los hombres para tener un rol destacado, pero hay que demostrar con trabajo que se puede hacer”. La periodista colombiana del diario *As* expone sus argumentos en sus declaraciones admitiendo que “el cambio se está intentando dar no solo en el periodismo deportivo, también en muchos otros ámbitos en los que a la mujer no se la ha tenido en cuenta para ejercer roles protagonistas” y centrándose en el caso de su propio diario, relata que las mujeres están empezando a realizar los cambios necesarios para tener más presencia en el periodismo deportivo: “Creo que tiene que ver con concienciar más allá de los medios de comunicación, incluso en medios en los que los hombres tuvieron más influencia, como *As*, hoy en día muchas mujeres están en rol de liderazgo aunque no sean mayoría. Se trata de un tema de formación y preparación para poder competir en condiciones de igualdad. La igualdad en cuanto a salarios y oportunidades tiene que llegar a todos los ámbitos de la sociedad y los medios de comunicación son uno de ellos. Partirá siempre de la preparación de las mujeres para poder pelear en esos escenarios donde no se creía que estaban capacitadas. Creo que ha habido un cambio en general y dependerá de las mujeres que están hoy en día en el

periodismo deportivo demostrar que estamos capacitadas para hacerlo bien y que puedan venir muchas más”, concluía.

Así mismo, Aimara G. Gil recurre a la necesidad de especialización: “Como en cualquier ámbito hay que especializarse para poder trabajar en este tipo de periodismo”, y espera que “las mujeres puedan llegar a los puestos de mando y, así, demostrar que las mujeres también pueden estar ahí dando calidad a la publicación”. Sarah Castro, responsable de edición del diario *As* en Colombia apoya directamente la tesis de Aimara: “Las mujeres por todo el machismo cultural que existe estamos en la obligación de hacer respetar la condición de mujer cuando se habla de ella en el deporte. Las mujeres deberíamos influir para que muchas de las cosas que se tratan en los medios de comunicación se hagan desde una óptica de igualdad”. Sin embargo, el resto de sus compañeras no comparten la misma línea en cuanto a la necesidad de que las mujeres se hagan con los puestos de mando para cambiar la realidad. En primer lugar, Carmen Trueba rebate el pensamiento de Aimara y Sarah afirmando que “el contenido influye según la persona que lo escriba o que lo proponga, no que sea hombre o mujer”, y seguidamente Sonia Gaudioso concluye que “el deporte es deporte tanto para los hombres como para las mujeres”.

#### **4. CONCLUSIONES**

La historia de la mujer en el ámbito del periodismo deportivo ha sido un camino de superación constante donde las féminas han ido accediendo paulatinamente a los puestos deportivos lidiando con todas las dificultades que se ponían en su camino profesional. La historia del periodismo deportivo es también un reflejo de la sociedad, donde los hombres fueron los primeros en hacerse con esta labor y más tarde con los puestos de mando. Por el contrario, las mujeres han ido accediendo de manera más tardía y todavía continúan teniendo que demostrar su valía constantemente para poder dedicarse a la comunicación deportiva.

Tras mostrar los testimonios de algunas de las periodistas de los diarios con más difusión en España: *As* y *Marca*, se ha comprobado que:

La vocación es un requisito fundamental para dedicarse al mundo de la comunicación deportiva. Las profesionales entrevistadas coinciden en que han estado interesadas por

el deporte durante toda su vida y la propia vocación les ha servido para enamorarse de su trabajo y sentirse unas privilegiadas con la labor que realizan día a día.

El número de féminas dentro del periodismo deportivo ha aumentado notablemente en los últimos años. Sin embargo, las mujeres continúan teniendo una baja representación en algunos espacios del ámbito deportivo, como las tertulias deportivas.

La condición de mujer no supone actualmente un freno para entrar en un medio deportivo. Sin embargo, la experiencia de las entrevistadas señala que la confianza se otorga antes a un hombre que, a una mujer, aunque este prejuicio también se está eliminando de forma paulatina en las redacciones.

Las situaciones donde las mujeres que se dedican al periodismo deportivo sufren discriminación de género son cada vez más reducidas. Las entrevistadas coinciden en que la discriminación en nuestros días se da en escasos casos y la teoría de que "las mujeres no entienden de deporte" se está borrando del pensamiento común.

En la prensa deportiva española los hombres continúan contando con los puestos más destacados de las redacciones. Sin embargo, muchas mujeres están abriéndose paso en los últimos años y, a pesar de ser minoría, su representación entre los puestos de prestigio de los diarios deportivos se hace patente.

La apariencia física de las profesionales debería quedar en un segundo plano para que estas fueran valoradas por sus aptitudes y su trabajo. Los resultados señalan que muchas mujeres llegan hoy en día al periodismo deportivo gracias a que su físico les proporciona una oportunidad laboral y a la hora de cubrir los eventos dejan en evidencia al resto de profesionales que trabajan cada día por mostrar la valía de la mujer en este ámbito.

Actualmente, el deporte femenino se sitúa en un segundo plano en los diarios deportivos. Las páginas dedicadas a hombres son más de las dedicadas a mujeres deportistas. El deporte femenino trata de abrirse paso en las noticias día a día con competiciones como la Liga Iberdrola, que ocupa cada día más espacio en la actualidad deportiva.

Para que el número de mujeres dentro del periodismo deportivo crezca resulta fundamental que las propias féminas se presenten a las pruebas que realizan los diarios deportivos. Las entrevistadas coinciden en la necesidad de normalizar la situación ya

que las mujeres pueden escribir o narrar de la misma manera que un hombre cualquier evento deportivo.

Las preguntas de investigación que se planteaban al principio del estudio han sido resueltas por las entrevistadas. En cuanto a la primera pregunta que planteaba, ¿las mujeres periodistas consideran que la mujer está relegada a un segundo plano en el área deportiva?, señalan que su labor está equiparada con la de los hombres dentro de las redacciones y que cada vez son más las mujeres que ocupan puestos de peso al frente de una sección o de un equipo de peso dentro de la prensa deportiva española.

Para la segunda cuestión planteada, ¿disfrutaban las mujeres de las mismas oportunidades laborales que los hombres dentro del periodismo deportivo?, las entrevistadas afirman que cualquier profesional cuenta con las mismas oportunidades para acceder al ámbito deportivo, independientemente de su género.

En cuanto a la última pregunta, ¿Cuál es el futuro de la mujer dentro del ámbito de la comunicación deportiva?, las profesionales afirman que el papel de la mujer continuará creciendo paulatinamente dentro de las redacciones deportivas.

Las entrevistadas también han servido para verificar las hipótesis planteadas en un primer momento en esta investigación. La primera de ellas se rechaza, ya que las propias periodistas afirman que las profesionales femeninas cuentan con las mismas oportunidades que sus compañeros masculinos. En cuanto a la hipótesis que señalaba que “las profesionales del periodismo deportivo son valoradas más por su imagen que por su calidad profesional”, también se rechaza ya que queda señalado que estos casos solo ocurren cuando la profesional se dedica al mundo de la televisión, donde la imagen prevalece por encima del resto de aptitudes, sin embargo, en la prensa y la radio no se da este caso. La tercera hipótesis sí queda demostrada ya que las entrevistadas coinciden en que el protagonismo de la mujer dentro del periodismo deportivo crece día a día y es trabajo de las actuales profesionales y de las futuras compañeras hacer que esto continúe siendo así.

Tras conocer las opiniones de las profesionales de *As* y *Marca* quedan por resolver algunos interrogantes dentro del papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. En primer lugar, queda por determinar si aquellas secciones donde una mujer es responsable de contenido realizan el mismo tratamiento informativo hacia el deporte femenino que aquella dirigida por un hombre. Así mismo, la investigación cuenta con

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

varias limitaciones, como ampliar el número de periodistas entrevistadas en ambos diarios o bien ampliarlo a los siguientes diarios deportivos con más difusión en España tras *As* y *Marca*. Así mismo, la investigación podría continuarse en los años venideros entrevistando a las mismas profesionales y a las futuras compañeras para observar cómo ha cambiado el papel de la mujer dentro de la prensa deportiva española.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

Alcoba López, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Paraninfo.

Alfaro, E., Bengoechea, M. & Vázquez, B. (2010). *Hablamos de Deporte*. Madrid: Instituto de la mujer.

Alfárez, A. (1986). *Cuarto poder en España*. Esplugues de Llobregat: Plaza & Janes.

Asensio, E., Calvo, L., Domingo, D. & Rubies, T. (2003). *Informe sobre la situación laboral i professional dels periodistes digitals a Catalunya*. Barcelona: Grup de Periodistes Digitals i Sindicat de Periodistes de Catalunya, en colaboración con el Col·legi de Periodistes de Catalunya.

Benokraitis, N. V. & Feagin, J. R., (1986). *Modern sexism: Blatant, subtle, and covert discrimination*. Nueva York: Prentice Hall.

Blanco Castilla, E. (2005). Mujeres y poder en los medios: Dificultades para una incorporación plena. En Asociación de la Prensa de Madrid / APM (2005). *Informe anual de la profesión periodística 2005* (pp. 99-105). Madrid: Asociación de la prensa de Madrid.

Borrero, F. (2012). *Sara Carbonero, las mujeres florero y el machismo en el periodismo deportivo*. Portal Vavel. Recuperado de: <https://www.vavel.com/es/periodismo/171185.html>

Cameron, C. (1977). Sex-role attitudes. En: S. Oskamp (Ed.), *Attitudes and opinions* (pp. 339-359). NJ: Prentice Hall.

Canel, M.<sup>a</sup> J. (2000). *Periodistas al descubierto*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

Covarrubias, R. (2009). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco. *Razón y palabra*, N°69.

Davara Torrego, F. (2005). *Los periódicos españoles en el tardo franquismo. Consecuencias de la nueva ley de prensa*. Madrid: Universidad Francisco de Vitoria.

Díaz Domínguez, M. (2013). *Cómo ser mujer y periodista en Huelva. Un repaso a las pioneras del periodismo onubense (1900-1985)*. Huelva: Asociación de la Prensa de Huelva.

Gallego, J. & Altés, E. (1998): “*Radiografía d'una absència. Gènere i Informació*”. Barcelona: Institut Català de la Dona.

García-Albi, I. (2007). *Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España*. Barcelona: Plaza & Janés.

García de Cortázar, M. & García de León, M.<sup>a</sup> A. (2000): *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Global Monitoring Project Reports / GMMP (2015). *Global Monitoring Project*. Toronto: WACC. Recuperado de: [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2015/global/gmmp\\_global\\_report\\_es.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_es.pdf)

Gómez-Colell, E. (2015): Adolescència i esport: absència de referents femenins en els mitjans per a les adolescent. *Apunts. Educació Física I Esports*. 23 (122), pp. 81-87. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFE/article/view/303226>

Hirigoyen, M. & Hernández, P. (2003). *L'assetjament moral a la feina*. Barcelona: Edicions 62. Recuperado de: <https://www.upc.edu/prevenio/ca/psicosocial/arxius/psicosocial/mobbing.pdf>

Ibáñez, M.<sup>a</sup> E. & Lacosta, M. (1998): “*Gènere i informació. Radiografía d'una absència. Informació esportiva: només per a ells*”. Barcelona: Institut Català de la Dona.

Instituto Nacional de Estadística / INE (2003). *Encuesta de población activa de la EPA 2003*. Madrid: INE.

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

Instituto Nacional de Estadística / INE (2016). *Encuesta de población activa de la EPA 2016*. Madrid: INE.

Instituto Nacional de Estadística / INE (2000). *Encuesta de población de la EPA 2000*. Madrid: INE.

Marrone, J. M. (2009). *La importancia de la portada en las ventas del diario Marca*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <https://jesusmarrone.files.wordpress.com/2010/02/tesis-jesus-marrone-la-importancia-de-la-portada-en-las-ventas-del-diario-marca.pdf>

Melin-Higgins, M. (2001). Coping with Journalism: Gendered Newsroom Culture. En *Jornadas de discusión sobre la construcción de los estereotipos de género en los medios de comunicación*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Morillo, C. (2005). "La exclusión de las periodistas". Diario El País. Recuperado de: [http://elpais.com/diario/2005/09/30/andalucia/1128032547\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2005/09/30/andalucia/1128032547_850215.html)

Núñez, trinidad (2008): *La mujer dibujada. El sexismo en las películas y en las series de animación*. Granada: Instituto andaluz de la Mujer. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/28010>

Olmos, V. (2002). *Historia de ABC*. Barcelona: Plaza & Janés.

Piñuel, I. (2001). "Mobbing. Cómo sobrevivir al acoso psicológico en el trabajo" Santander: Sal Terrae.

Pizarroso Quintero, A. (2010). El periodismo en el primer tercio del siglo XX. *Arbor*, Nº186 (extra), pp. 45-54. Recuperado de: <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/viewFile/1189/1194>

Rodrigo, A. (1996). *Mujeres para la historia: la España silenciada del siglo XX*. Madrid: Compañía Literaria.

Sainz de Baranda, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid. Recuperado de: <http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/16505>

Sánchez Aranda, J. & Barrera del Barrio, C. (1992). *Historia del periodismo español*. Pamplona: EUNSA.

Vidal Serrano, María (2017): *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid.

Santos, F. (2005): *Periodistas, polanquistas, sindicato del crimen, tertulianos y demás tribus*. Madrid: Temas de hoy.

Sau Sánchez, V. (2000). *Diccionario ideológico feminista*. Barcelona: Icària.

Servén Diez, C. (2012). Mujeres y prensa: La página femenina de El Sol (1917-1936). En Suárez Villegas, J. C. Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género Sevilla (pp. 1061-1074). Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/34678>

Torres, A. (2011). *Mujeres de palabra. Crónica de las pioneras del periodismo en femenino*. Almería: Instituto de Estudios Almerienses.

Toro, C. (2008). *La Historia de Marca, 1938-2008*. Madrid: La Esfera de los Libros.

Valor, D. (2007). *Periodistas deportivas*. Blog de Diego Valor Recuperado de: <http://diego-valor.blogspot.com.es/2007/12/mujeres-periodistas-deportivas.html>

Varela, N. (2016). *Feminismo para principiantes*. Barcelona: Ediciones B.

Vega Jiménez, R. (2012). Mujer, deporte y comunicación: la periodista deportiva y su acceso al ejercicio profesional de la actividad. *Revista Andaluza de documentación sobre el Deporte*, N°4.

Weaver, D.H. (Ed.) (1998). *The global Journalist. News People Around the World*. New Jersey: Hampton Press.