

Comunicación y género

ISSNe: 2605-1982

<http://dx.doi.org/10.5209/cgen.70372> EDICIONES
COMPLUTENSE

La relación entre periodistas y las deportistas en los juegos olímpicos: hacia la era multimedia

Miguel Ángel Barbero González¹ y Nuria Pombo San Miguel²

Recibido: 12/01/2020 /Aceptado: 11/06/2020

Resumen. El mundo del periodismo está inmerso en una revolución permanente, lo que le hace estar sumido en cambios tecnológicos y laborales de los que es difícil aventurar un futuro. Además, la irrupción de los entornos multimedia en las redacciones y la aparición de gabinetes de prensa y gestores de contenidos digitales ha modificado la tradicional relación informativa entre los informadores y sus fuentes. Se ha perdido la relación personal y la cercanía y eso puede ser perjudicial en entornos emergentes, como el del deporte femenino.

Con el horizonte de los Juegos de Tokio 2020 aplazados hasta 2021, este trabajo revisa las relaciones entre periodistas de ABC y las deportistas olímpicas desde 1972, con la esperanza de que la modernidad no afecte al tratamiento informativo de las atletas en el futuro.

Palabras clave: Juegos Olímpicos; deportistas españolas; Diario ABC; Tokio 2020; noticias femeninas; olimpismo; periodismo; redes sociales; internet; deporte.

[en] The relationship among journalists and sportswomen in the olympics into the multimedia era

Abstract. Journalism is changing continuously, and technological and labor issues do not allow us to foresee a clear future. The arising of multimedia items in the newsrooms, besides the flowering of media departments and webmasters, have modified the traditional relationship between journalists and sources. Personal interactions are lost, and this could be damage to emerging markets, such as women's sports.

Tokyo 2020 is due to be held in 2021, and this paper will check the relationship among Diario ABC journalists and the Spanish Olympic sportswomen since 1972, in order to find a non-damaging status for the future.

Keywords: Olympic Games; Spanish sportswomen; ABC Newspaper; Tokyo 2020; women's news; Olympism; journalism; multimedia; internet; sport.

Sumario. 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Estudio de caso. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Barbero González, M. Á. y Pombo San Miguel, N. La relación entre periodistas y las deportistas en los Juegos Olímpicos: hacia la era multimedia. *Comunicación y género*, 3(2) 2020, 115-124.

1. Introducción

El mundo del periodismo está inmerso en una continua reestructuración que nadie sabe prever con certeza cómo acabará. Por un lado, no cesan de producirse avances tecnológicos que modernizan la producción y emisión de noticias, pero que conllevan la eliminación de puestos de trabajos tradicionales. En los últimos años se está produciendo una progresiva desaparición de profesiones como las de linotipista, teclista, maquetador o corrector, aunque es cierto que están apareciendo otras que se amparan en el término de «periodista multimedia», en las que predomina el conocimiento y manejo de la tecnología audiovisual.

Por otra parte, la instalación de internet y las redes sociales en las redacciones de los periódicos (primero como una sección marginal, luego integrada y actual-

mente con tanto peso como la del papel) ha hecho que también cambie el tratamiento de la información y se prefiera la inmediatez y la brevedad antes que la elaboración y el análisis. Por otro lado, se ha modificado la interacción entre los emisores tradicionales (periodistas) y los receptores (lectores) hasta alcanzar actualmente diálogos en tiempo real en los que los internautas participan en la elaboración y posicionamiento de los contenidos en función de sus comentarios.

Esto ha provocado que los informadores se hayan tenido que reciclar en sus funciones y modos de elaborar sus noticias a marchas forzadas. Ahora mismo, existe una brecha generacional tremenda en las redacciones entre los redactores veteranos, acostumbrados a buscar sus informaciones a base de una extensa agenda de contactos después de haber pateado

¹ Universidad Carlos III de Madrid
miguelangel.barbero@uc3m.es

² Universidad Carlos III de Madrid
nuria.pombo@uc3m.es

do mucho la calle, y los nuevos periodistas, recién licenciados o con poca experiencia profesional, pero con un amplio dominio de las nuevas tecnologías. En su caso, cuentan con gran facilidad para manejarse por el ciberespacio, pero carecen del oficio y los recursos del reportero al realizar la mayor parte de su labor detrás de una pantalla.

Lógicamente, la calidad del producto informativo se ha visto resentida por las carencias de ambos perfiles para adaptarse a su contrario. Pero los medios, más preocupados por la rentabilidad empresarial que por la excelencia, han apostado ciegamente por la vía de la espectacularidad y la inmediatez, para ganar visitas, antes que por el periodismo tradicional y por recuperar un mercado de papel que parece en vías de extinción.

Otro inconveniente adicional al que se enfrentan los informadores, ya sean los veteranos o los noveles, es al creciente aumento de gabinetes de comunicación y de cuentas oficiales de organismos y personas. Lo que ha provocado esta situación es que en lugar de existir la figura de un facilitador de contenidos (el antiguo jefe de prensa), ahora exista un filtro que impide la comunicación directa con la fuente. En el ámbito del deporte, no solo los grandes clubes o federaciones se comunican ya con los medios por esta vía, sino que incluso los propios deportistas suelen tener una persona que les lleva las RR. SS. y maneja sus comentarios públicos.

Al perderse el contacto directo entre el periodista y el deportista, se pierde la confianza y se instaura la frialdad en la relación, lo que a la larga perjudicará a ambas partes. Y quizá puedan verse más afectadas las deportistas, que históricamente han tenido que luchar mucho para alcanzar la relevancia que merecen en los medios y se puedan resentir en el futuro. En el presente trabajo se revisa la relación que ha existido entre los y las periodistas del Diario ABC y las olímpicas españolas en las últimas cinco décadas. Los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, que se celebrarán excepcionalmente en 2021 a causa de la pandemia de coronavirus, serán una buena piedra de toque para comprobar hacia dónde se decanta el futuro.

2. Estado de la cuestión

2.1. La necesaria especialización

Hace tiempo que se asentó la idea de que el periodismo deportivo tiene una entidad propia como una parte del periodismo especializado. El cambio de los tiempos, los gustos y los modos de informar han ido acelerando un proceso que ya se veía venir y que ha reubicado a todos los actores en sus lugares correspondientes. Como indicaba Luis Álvarez Pousa a finales del siglo pasado,

«La evolución científico-técnica exige asumir y afrontar una progresiva especialización de áreas de conocimiento en las ciencias sociales y no solo a efectos de profundizar en su investigación, sino también para

facilitar el encuentro de la ciencia y de los saberes científicos con la sociedad. Eso mismo es lo que se le exige a las Ciencias de la Comunicación, siempre en una dimensión proyectiva, esto es, acoplando su objetivo científico a la complejidad en la que se manifiesta una sociedad en transformación —y de transición entre un modelo de masas y un modelo de colectivos que emergen con una fuerza base identitaria—. (Álvarez Pousa, 1988: 80).

En esta línea se posicionó también el catedrático de la Universidad Complutense, Javier Fernández del Moral, cuando explicó que

«es muy frecuente que los diferentes especialistas planteen la necesidad de llegar a la opinión pública con sus mensajes, mientras es cada vez más clara la crisis de contenidos informativos y la crisis de credibilidad de los medios de comunicación. Pues bien, el único camino para resolver ambos problemas es el de formar nuevos profesionales en el periodismo especializado que puedan ejercer tanto en el primer subsistema de los diferentes especialistas, en las fuentes, como en el de los medios de información y comunicación, llevando mensaje a contextos pertinentes para conseguir la verdadera divulgación». (Fernández del Moral, 2004a: 31).

Cada vez se iba haciendo más necesario disfrutar de una especialización, que los avances científicos y técnicos nos estaban abocando a una nueva revolución industrial, como preveía otro clásico del Periodismo, Manuel Calvo Hernando:

«Vamos hacia una nueva sociedad basada en el conocimiento y en la información, y en lo que se refiere a los comunicadores sociales y a los educadores, nos enfrentamos con una gigantesca explosión comunicativa, lo cual no significa necesariamente una mejor y más selectiva información. Asistimos a la creación de un hipersector constituido por las telecomunicaciones, la informática, la electrónica y los medios convencionales. Se trata de una revolución con alcances semejantes a los que han tenido los grandes saltos tecnológicos de la humanidad: el fuego, la palanca, la rueda, la imprenta y, en el siglo XX, el automóvil, la radio, la televisión, las computadoras e Internet». (Calvo Hernando, 2005: 4).

Sin embargo, el hecho de hablar de periodismo especializado no debe resultar en una merma de conocimientos por parte de los especialistas. Antes al contrario, como matiza Fernández del Moral.

«Resulta casi paradójico —y así es en realidad— que hablen de especialización en información periodística, que tratemos de aislar una nueva parcela del conocimiento cuyo propósito fundamental es el de ofrecer una visión global, asequible y coherente de todas las demás, pero hay que tener en cuenta una cuestión básica: la Información Periodística Especializada, el periodismo especializado, nace justamente para hacer frente a la especialización en el conocimiento. No se trata, por tanto, de ofrecer una disciplina específica sobre las distintas especializaciones en comunicación, cosa a todas luces absurda, como absurdo sería plantear disciplinas de medicina especializada, de derecho especializado o de economía especializada. Se trata, por el contrario, de hacer posible al periodismo su penetración

en el mundo de la especialización, no para convertir a nuestros profesionales en falsos especialistas, no para obligar al periodismo a parcelarse, a subdividirse, a compartimentarse, sino al contrario: para hacer de cada especialidad algo comunicable, objeto de información periodística, susceptible de codificación para mensajes universales». (Fernández del Moral, 2004a: 24).

La clave, por lo tanto, es que el periodista cuente con una buena formación desde la cual construir sus relatos, lo que le definirá como un buen profesional por encima de quienes no lo son.

«Si bien el periodismo es un saber hacer que se aprende sobre todo con la experiencia, la formación se constituye como el paso previo esencial para avanzar hacia su profesionalización; es la base que, en definitiva, diferencia en este ámbito al periodista especializado, el que desarrolla su trabajo a partir de la reflexión y del conocimiento de las herramientas y las técnicas necesarias, del mero aficionado». (Rojas Torrijos, 2015: 56).

2.2. El periodista deportivo

2.2.1. Conceptos básicos

Este investigador de la Universidad de Sevilla deja claro en sus trabajos que la situación es irreversible.

«el periodismo ha aprovechado muy bien la gran capacidad de atracción que posee el deporte proyectando los logros alcanzados por los atletas hacia la comunidad a la que representan y apelando a los ciudadanos a ser partícipes de la consecución de un éxito colectivo mediante el consumo de noticias deportivas. De esta forma se ha fraguado una especie de simbiosis entre deporte y medios de comunicación social, de forma que la mediatización de las competiciones contribuye a fomentar determinadas disciplinas deportivas, incluso las menos conocidas, al mismo tiempo que la difusión de los resultados entre un público cada vez más interesado, otorga importantes ingresos económicos y notoriedad social a los medios que se dedican a cubrir este campo informativo». (Rojas Torrijos, 2012: 78).

Desde esta óptica, es necesario que el informador tenga claro dónde trabaja y con quién se quiere comunicar.

«El periodista especializado tiene como primera obligación informar a su audiencia de manera precisa e inteligible. Para ello debe conocer y analizar a quién dirige su información, qué intereses tiene y qué le demanda. Según estos factores y el tipo de medio donde trabaje puede utilizar un nivel más especializado o debe optar por uno más divulgativo. Sin embargo, el periodista especializado defenderá la divulgación ante todo, especialmente si desempeña su labor profesional en medios generalistas». (Blanco Castilla, 2004: 108).

Anteriormente se ha indicado que el periodista deportivo debe atesorar una buena formación para tener una visión lo más amplia de los hechos que maneja. Y, si bien la experiencia y el oficio son claves en el proceso de aprendizaje, una sólida base académica

debería ser el comienzo de cualquier carrera profesional.

«Sobre el informador deportivo pesa la obligación de saber que maneja un mundo complejo, y por cuanto decimos, también pesa la obligación académica de describirlo, conocerlo e interpretarlo a través del modelo científico que proponen las Ciencias de la Información. Debe ser consciente a la hora de realizar el ejercicio profesional de comunicar el deporte que no debe alterar una esencia rica en sentido y que contiene valores pedagógicos y de formación». (Cobo, 2014: 389).

Lejos de ser una especialidad menor, la deportiva tiene gran trascendencia defiende intereses cada vez más importantes, por lo que hay que saber manejarla.

«El gran volumen de oferta que aglutina el deporte le convierte en el producto periodístico más demandado y consumido por los ciudadanos y, además, en el más codiciado por empresas y grupos de comunicación, que puján cada temporada con cantidades multimillonarias por adquirir los derechos televisivos de emisión de las grandes competiciones nacionales e internacionales, especialmente las futbolísticas, porque son estas las que obtienen los mayores índices de audiencia y atraen a un mayor número de anunciantes con los que sanear sus cuentas de resultados». (Rojas Torrijos, 2012: 79).

De ahí que se pueda refrendar la importancia de esta especialidad con una frase de Enrique López Magallón:

«en una era fuertemente marcada por los medios de comunicación, el periodismo deportivo no es un ornamento sino un vehículo esencial de esclarecimiento e inteligencia». (López Magallón, 2009: 10).

2.2.2. El cambio del acceso a las fuentes

Sin embargo, no todo progreso es siempre positivo. Con la llegada de la modernidad tecnológica lo ha hecho también una nueva manera de comunicar a través de internet, en la cual a los diferentes medios se han unido los propios deportistas como emisores de información. Esto ha hecho que se hayan enrarecido los modelos tradicionales de comunicación y que hoy en día el periodista vea limitado, en muchas ocasiones, su acceso a las fuentes informativas. Así lo reflejan Anunciación Ramírez e Inmaculada Rius cuando indican que

«en la literatura vinculada a los estudios de Ciencias de la Comunicación, se da como obvio que coleccionar información es una de las características asociadas al desempeño de la labor del periodista. Sin embargo, la imagen del informador profesional activo, que salía a la calle en busca de la noticia del día, el reportero tradicional, se ha visto, si no drásticamente reducida, sí claramente minimizada a medida que cobraban protagonismo en los medios los contenidos informativos suministrados directamente por fuentes institucionales y agencias, e incluso servicios de relaciones públicas. Ambos, en buena medida, favorecidos por las facilidades que suponen desde el punto de vista productivo:

con un esfuerzo mínimo del medio para su publicación». (Ramírez y Rius, 2011: 127).

Otra realidad es la siguiente, que

«Los clubes de fútbol han creado sus propios Departamentos de Comunicación con un buen número de periodistas que, con una agenda diferente a los medios, dotan de contenidos noticiosos las diferentes plataformas comunicativas del club. Por otro, los jugadores, obsesionados con controlar su imagen, no solo poseen sus propios medios de comunicación a través de las redes sociales (especialmente twitter), sino que en determinados casos se han dotado con sus propios responsables de comunicación para gestionar su imagen». (Olabe Sánchez, 2014: 421).

De esta manera, los redactores cada vez salen menos a la calle y se está perdiendo el contacto directo con la fuente, que se sustituye por el mero copiado y pegado de un comunicado, lo que continúa denunciando este profesor de la Miguel Hernández:

«Debido a ello se ha modificado la relación con los periodistas que habitualmente cubren la actualidad informativa de estas entidades, ya que se limita el acceso directo a las fuentes tradicionales de la información (los gabinetes de Comunicación, los jugadores y los entrenadores de los equipos), y se canaliza a través de soportes digitales. Una de las consecuencias es que se produce un mayor control y acceso a la información que generan los clubes y los deportistas, eliminando los contactos informales que en otras épocas mantenían estos con los periodistas (Sugden y Tomlinson, 2007).

Esta situación ha influido

«en el desarrollo del periodismo deportivo, según Bogle y Haynes (2009), ya que los periodistas disponen de mayor acceso a la información suministrada por los departamentos de Comunicación, pero al mismo tiempo, dicho acceso les limita en la búsqueda de sus propios temas y a la hora de profundizar sobre ellos». (Olabe Sánchez, 2015: 117-118).

Como indica José Gabriel Fernández,

«la comunicación ha cambiado. Del viejo esquema emisor-mensaje-receptor, se ha pasado a un difícil y complicado esquema en donde el periodista debe ser el 'salvador' que haga más fácil la transmisión del conocimiento desde un punto de vista más profesional». (Fernández Fernández, 2014: 444).

Esta frase del profesor de la Universidad Rey Juan Carlos sirve para mostrar el doble filo de la situación, pues al periodista se le están ofreciendo vías de información cómodas y gratuitas sin necesidad de realizar ningún esfuerzo por conseguirlas. Simplemente tiene que encargarse de difundirlas con un criterio profesional. La comodidad raramente ha sido un calificativo del trabajo periodístico, pues este lleva necesariamente una tarea de confrontación de los datos y confirmación de las fuentes que requieren de un tiempo de elaboración. En este contexto es fácil caer en la emisión de contenido verosímil y probablemente más llamativo, que en el texto riguroso y veraz para cuya

elaboración muchas veces no se dispone del tiempo necesario.

«El periodismo deportivo digital ha encontrado una vía de propagación aún mayor gracias a las principales redes sociales. Así, a través de sus cuentas oficiales o de algunos de sus profesionales y blogueros más relevantes, los medios logran dar una mayor difusión a sus contenidos [...] Los blogs y las redes sociales se erigen así en nuevas fuentes para los periodistas deportivos». (Rojas Torrijos, 2014: 183).

No es menos cierto que, si bien esto cercena el trabajo del periodista de redacción en cuanto a impedir el trato directo con los deportistas, también se abre la puerta a otras nuevas situaciones laborales y a la figura del gestor de contenidos digitales.

«A los movimientos sociales les interesa tener un cierto control sobre lo publicado por los medios de comunicación para que su mensaje llegue como ellos desean, sin la intervención de intermediarios. Internet concede la posibilidad de realizar una comunicación inmediata entre los responsables del movimiento y los ciudadanos, ya sean militantes, simpatizantes o simplemente personas interesadas en seguir las reflexiones, deliberaciones y debates que se llevan a cabo en el seno de la organización». (Cárcar, 2015: 133-134).

Este cambio en la dinámica de trabajo, con la excesiva dependencia actual de las RR. SS. abre un nuevo panorama no solo en cuanto a la recolección de información, sino también en la propia organización de las redacciones por la continua reconversión laboral que no deja de producirse. Lo refleja con mucha crudeza Javier Mayoral en su ensayo *Periodismo herido en busca de cicatriz*.

«Scott Reinardy, profesor de Periodismo de la Universidad de Kansas, ha intentado reflejar en un libro lo ocurrido en Estados Unidos. El título de su trabajo es muy gráfico: *La generación perdida del periodismo*. La demolición de las redacciones en los periódicos de Estados Unidos. A juicio de Reinardy, al menos tres generaciones han sido zarandeadas. Los expulsados del mercado laboral a cierta edad han perdido ya toda esperanza. Nunca volverán. En gran parte lo han asumido. Otra generación permanece en las redacciones, pero sabe que no domina la tecnología necesaria y se siente amenazada. Su desempeño profesional queda por ello directamente limitado. Y por último una tercera generación ha conseguido manejar muy bien la tecnología, pero entiende que el auténtico periodismo nada tiene que ver con esas habilidades, por lo que se siente frustrada y de facto alejada del verdadero y vocacional ejercicio de la profesión». (Mayoral, 2018: 31).

2.2.3. La figura de la deportista dentro del periodismo deportivo

En medio de toda esta renovación filosófico-tecnológica, se ha consolidado en el imaginario colectivo la idea de que las mujeres tienen derecho a ser protagonistas en los medios de comunicación por derecho propio. Afortunadamente, frases como la de

la atleta olímpica Anita Defrant ya quedan fuera de contexto.

«A pesar de las impresionantes actuaciones deportivas de las mujeres en nuestros días, estas siguen considerando que la actitud de la prensa deportiva al respecto no ha variado mucho desde 1928. Todos los estudios realizados en este sentido muestran que, durante los pasados 20 años, el deporte femenino no es tratado con seriedad tanto por la prensa escrita como por la audiovisual». (Defrantz, 1997: 20).

Cuatro años después, Eugenia Ibáñez denunciaba que

«las referencias al deporte femenino en los diarios de información deportiva han llegado a mínimos difícilmente superables. Prensa, radio y televisión han llegado a la conclusión por la vía de los hechos consumados de que el hombre es el único merecedor de convertirse en noticia en los medios informativos. La prensa deportiva y las secciones de deporte de los diarios de información general ignoran sistemáticamente a la mujer deportista, no informan sobre sus actividades, lo hacen mal y a destiempo e imposibilitan un seguimiento de las competiciones o torneo femeninos». (Ibáñez 2001: 111).

Adviértase de que se trata de opiniones escritas hace una veintena años, pero parecen ya superadas por los éxitos que siguen cosechando las mujeres y por el apoyo institucional, empresarial y mediático que existe hoy en día. La propia evolución social ha llevado a un cambio de mentalidad que hace percibir las cosas de otra manera.

«Es preciso partir de un hecho sociológico: el deporte femenino se ha convertido en acontecimiento de las sociedades modernas, entendido como un proceso evolutivo propio de las occidentales, y que posee un trasfondo histórico que puede servir de referente, de aceptación y de progreso. Se confirma la superación del paradigma de la mujer como mera receptora pasiva del fenómeno deportivo. La mujer desde finales del siglo XX y en los comienzos del siglo XXI es Deportista». (Sainz de Baranda, 2014: 1.234).

Esta idea de la investigadora de la Universidad Carlos III se comparte también desde la Pompeu Fabra.

«Las prácticas sociales tienden a evolucionar con el tiempo una vez que se perciben como erróneas o injustas. Esto también sucede en el deporte. La sociedad ha comenzado a aceptar que las mujeres también pueden ser atletas y que no hay nada malo en ello. Aunque algunos todavía puedan pensar que eso puede aceptar a la femineidad, siempre va a haber opiniones para todos los gustos». (Koenigsberger, 2016: 37).

Buena parte del éxito en esta línea proviene de las ayudas que se han producido desde los organismos oficiales, como indica Moisés Ruiz desde la Universidad Europea de Madrid.

«El Instituto de la Mujer ha visto en el deporte un punto de apoyo en el desarrollo de la mujer, no solo como

formación, sino también como ayuda para resolver distintos problemas sociales como el maltrato físico, la marginación social, desarrollo para mujeres disminuidas físicas... Es una nueva forma de ver el deporte, alejando la visión del deporte como competición y usándolo como medio para que la mujer se desarrolle en todos los campos de su vida (...). Pero es el Consejo Superior de Deportes (CSD) quien está relanzando de forma extraordinaria el deporte femenino, por ejemplo, mediante las becas ADO ha conseguido incrementar cada año el dinero para el deporte femenino (...). Así, cabe destacar la labor que desde el año pasado está desarrollando la Fundación Mujer y Deporte. La labor de esta fundación, compuesta por personas con muchos años de experiencia en el ámbito del deporte femenino, es promover la participación de la mujer en la práctica deportiva, desde las niñas de corta edad hasta las mujeres maduras y de edad avanzada. Aceptando el deporte como educación social, cultural y de salud». (Ruiz, 2010: 112-113).

Evidentemente, este cambio social y de renovación de pensamiento no se podría haber llevado a cabo sin la apertura del movimiento olímpico hacia la igualdad, aprovechando el enorme tirón internacional que tienen sus reuniones cuatrienales. Y parte del logro se debe también al periodismo deportivo.

«El texto deportivo emergió entre el Periodismo clásico y nació así el discurso del deporte. Juntos, como ya sabemos, conformaron el acontecimiento de masas del siglo XX, que se mantiene y prospera en el XXI, ayudado por la aparición de la televisión particularmente. Ningún evento se acerca a las cotas de audiencia que alcanza esta formidable simbiosis donde la comunicación interpreta al deporte y además lo proyecta. Ni tampoco se acerca a sus cifras en el consumo de información y de seguimiento por parte de los receptores, sea cual sea la naturaleza del medio de que se sirva para ello. Las cifras resultan escandalosas y sirven de ejemplo: 6.000 periodistas de todo el mundo siguieron in situ los últimos juegos olímpicos». (Cobo, 2014: 385).

Con esta base de exposición mediática, el patriotismo hizo el resto, en opinión de Ibone Lallana.

«En el deporte, las sociedades modernas cada vez discriminan menos por el color o por el género, el sentimiento de patriotismo hace que los aficionados al deporte vean y se identifiquen con el triunfo deportivo llegando a obviar aspectos discriminatorios vigentes en otros ámbitos sociales». (Lallana, 2005: 26).

Una opinión que también comparten los expertos chilenos Andrés Scherman y Claudia Mellado por las investigaciones realizadas en los medios de su propio país.

«Los resultados del estudio muestran que el periodismo deportivo trata a los actores más importantes de su área de forma más positiva que la prensa política lo hace con la suya. Además, es posible que en la prensa deportiva el rol leal se vea alimentado por elementos de patriotismo o comparación positiva de Chile con otros países, vinculados a eventos deportivos internacionales». (Scherman y Mellado, 2019: 21).

2.3. El Diario ABC y la mujer en los JJ. OO.

La sección de Deportes de ABC siempre ha sido de las más importantes del periódico, con los cambios lógicos en función de la evolución estética de los tiempos.

«De 1903 a 1939 las disciplinas deportivas que ocupan más espacio están dedicadas a boxeo, expediciones aéreas, fútbol e hipódromo». (Castañón, 2003: 1).

Pronto, las preferencias se decantarían por el fútbol.

«Sigue creciendo en estos años la afición al deporte, el fútbol en primer lugar, que llegará a auténtico fervor en los años de la Dictadura. La pequeña crónica de sport en los diarios de comienzos de siglo, se convierte en una página semanal de los lunes». (Seoane y Sáiz, 1998: 311).

Además,

«el periódico no se limita a informar de los hechos: abundaban habitualmente —en razonable proporción— las columnas de comentario y opinión a las que se asomaban variada gama de políticos, artistas y literatos. Con el paso de los años se experimentó un progresivo aumento de los espacios destinados a informaciones deportivas». (Iglesias, 1980: 207).

En la etapa republicana

«las páginas deportivas irán adquiriendo mayor importancia y extensión con el paso del tiempo. En este momento el fútbol, el ciclismo, el boxeo y el atletismo canalizaban la atención deportiva. No faltaban las fotografías y las caricaturas de los más afamados deportistas». (Luis Martín, 1987: 24).

Y en la franquista se continuó con la apuesta por los deportes, como relata el profesor de la Universidad de Valladolid, Jesús Castañón.

«Aunque no ha habido rincón de la actualidad deportiva, en todas sus manifestaciones, que no haya tenido reflejo en las páginas del diario, se ha dado la tendencia a destacar atletismo, expediciones, motociclismo y automovilismo, tenis, esquí, golf y baloncesto. (...) pero una mirada histórica destaca el predominio de la información sobre el olimpismo y los deportes de masas. Es el caso de las diferentes ediciones de los Juegos Olímpicos de verano y de invierno y del periodo en el que Juan Antonio Samaranch estuvo al frente del Comité Olímpico Internacional». (Castañón, 2003: 2-3).

Esta vocación internacional y olímpica se vio reflejada históricamente con la asistencia y cobertura a los principales acontecimientos mundiales, tanto con enviados especiales como con corresponsales.

Por eso se hacía imprescindible estudiar las páginas de este rotativo madrileño para entender la evolución del tratamiento informativo de las deportistas españolas en los JJ. OO. En la tesis doctoral de Miguel Ángel Barbero (2015) se analizan profusamente todas las informaciones aparecidas entre 1924 y 2012, tanto cualitativa como cuantitativamente, lo

que permitió sentar unas prometedoras bases para posteriores estudios. De esta manera, cuando se compararon los datos con los de 2016 se pudo comprobar fehacientemente el incremento de las publicaciones.

«Por lo que se refiere al espacio dedicado históricamente en ABC, este fue testimonial hasta que se empezaron a conseguir diplomas y pasó a estable a partir de Barcelona 92. En los JJ. OO. más recientes se habían consolidado las cifras de repercusión entre el 13-15 % del total hasta que en Londres los éxitos obligaron a casi duplicar la presencia (22.87 %); es decir, casi una de cada cuatro informaciones era femenina, cuando solo dos de cada tres atletas eran mujeres. En los últimos Juegos de Río se ha disparado la repercusión informativa (31.37 %) con una de cada tres informaciones teniendo protagonismo femenino, todo ello gracias a las 9 medallas, pero también a los 18 diplomas obtenidos (el doble que en Londres). Y eso que en esta edición hubo menos páginas de deporte olímpico en el Diario. Es decir, incluso con menos papel se ha informado más (63.82 % de páginas): en dos de cada tres páginas se hablaba de deporte femenino. Aún queda camino por recorrer, pero el rumbo es prometedor». (Barbero González, 2017: 45).

La cuestión que se plantea de cara a las ediciones venideras (la más inmediata, en 2021) es si se podrá continuar con esa tendencia alcista de resultados a la vista de los nuevos métodos de trabajo actuales que se están imponiendo. Es decir, si el alejamiento personal de los y las periodistas de las fuentes, a causa de todo lo detallado con anterioridad, va a perjudicar a la calidad y cantidad de las informaciones. El análisis más pormenorizado de las encuestas realizadas con anterioridad a informadores y deportistas puede aportar algo de luz en este punto.

3. Estudio de caso: la relación de los enviados especiales del Diario ABC con las deportistas en los JJ. OO.

3.1. Metodología

A periodistas que cubrieron los Juegos Olímpicos para ABC desde 1972 a 2012 (los que cubrieron ediciones anteriores ya habían fallecido) se les realizó una encuesta anónima autorrellenable en 2014. Se les requirieron sus opiniones sobre la forma de trabajar en el evento y su relación con las deportistas españolas. Se trataba de una serie de preguntas cuantitativas y de una última valoración cualitativa y se obtuvieron 19 respuestas (Barbero González, 2015: 473-489). Posteriormente, en 2016, se repitió el estudio con los enviados de ABC a los JJ. OO. de Río de Janeiro y se obtuvieron 6 contestaciones. (Barbero González, 2017: 42-44).

Igualmente, se les requirió su opinión de la misma manera a las deportistas que participaron en esas ediciones olímpicas. Del tramo comprendido entre 1972 y 2012 se obtuvieron 35 respuestas y de la edición de 2016, 19.

El cruce de la visión que unos y otros tienen de su forma de trabajar y de relacionarse es muy interesante para conocer si ha habido evolución o no a lo largo de las últimas cinco décadas.

3.2. Percepción de periodistas

La investigación se dividió en dos bloques, uno centrado en la cobertura de los JJ. OO. y el desarrollo de la labor informativa y otro relativo al deporte femenino en el Diario ABC.

3.2.1. Cobertura de los JJ. OO. y desarrollo de la labor informativa

3.2.1.1. Personal informativo

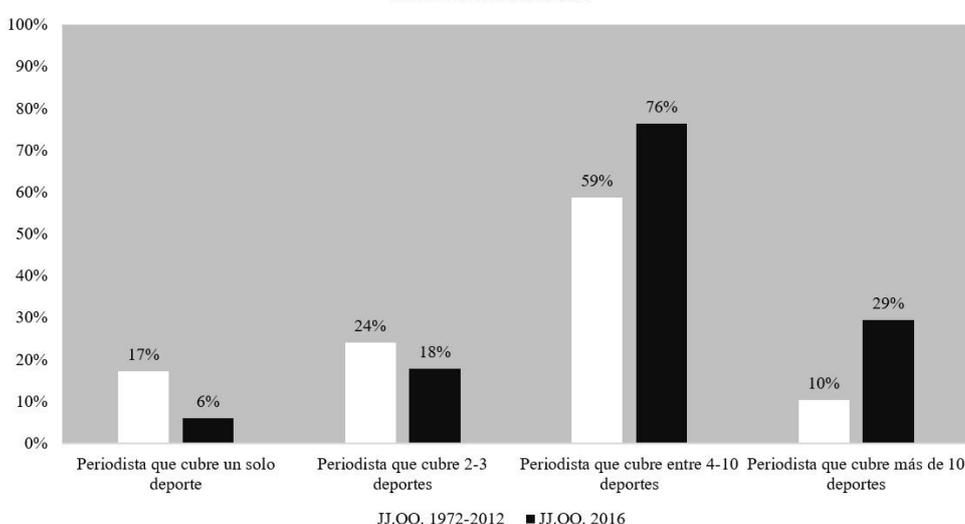
El número de periodistas desplazados a los JJ. OO. ha variado considerablemente a lo largo de los años por distintos motivos: influye mucho la lejanía de la sede,

la diferencia horaria y la situación económica del medio en cada momento. Por eso la carga de trabajo que tienen que soportar los y las periodistas en cada caso no es uniforme, ya que está en función de que se puedan repartir la labor entre más compañeros o menos.

Los resultados obtenidos del periodo 1972-2012 indican que el 58.6 % cubrió más de cuatro deportes, el 10.3 % diez o más y el 17.2 % acudieron exclusivamente a informar de una disciplina.

Si se compara con los datos obtenidos en 2016, aumentaron los redactores que informaron de más de cuatro disciplinas (76.4 %), con un destacado porcentaje de diez o más disciplinas (29.4 %), mientras que solo uno estaba centrado en una única especialidad (5.9 %). **(Figura 1)**

FIGURA 1
3.2.1.1 Personal Informativo

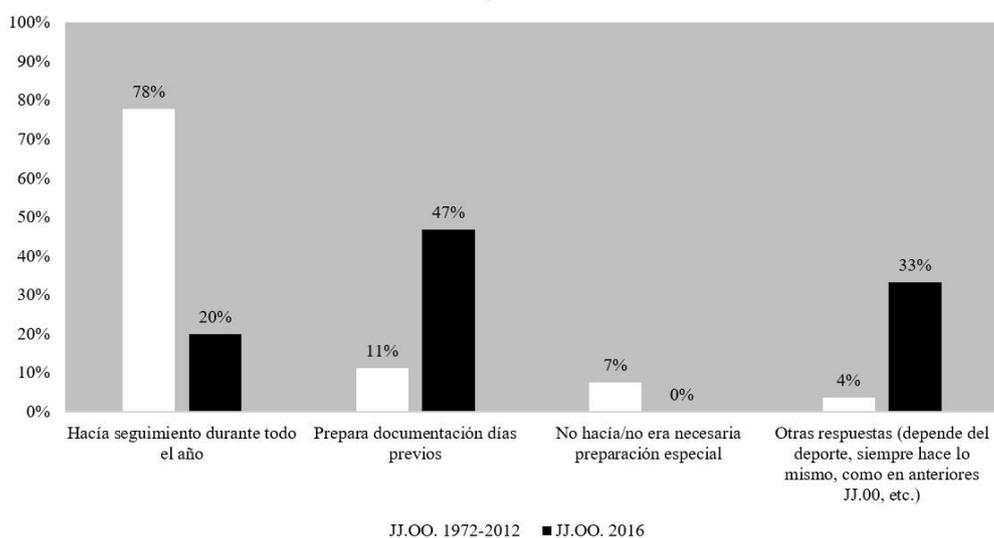


3.2.1.2. Tipos de cobertura

Sobre la forma de cubrir las noticias en la primera encuesta, el 83.3 % de periodistas acudía directamente a cubrir las noticias a los escenarios deportivos y tenía un conocimiento bastante elevado de la labor de

las deportistas. De hecho, solo el 11.1 % se preparaba una documentación específica los días anteriores al viaje. Estas cifras se ven modificadas en 2016, puesto que el número de coberturas en directo descendió al 64.7 % y la necesidad de estudiar previamente los datos ascendió al 46.7 %. **(Figura 2)**

FIGURA 2
3.2.1.2 Tipo de cobertura



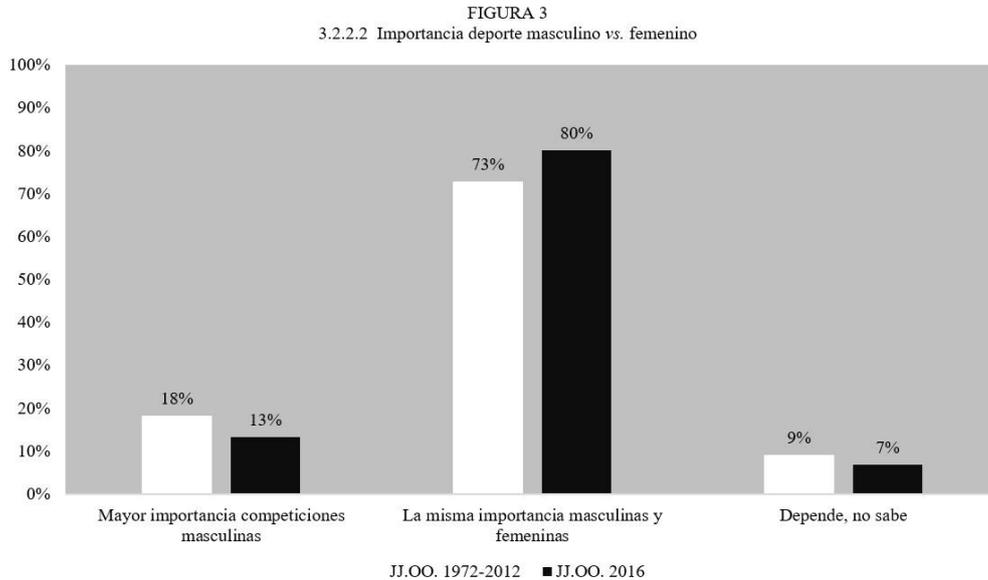
3.2.2. El deporte femenino y el Diario ABC

3.2.2.1. Relación personal

En cuanto al trato personal que existía con las atletas, en las primeras encuestas el 69.30 % declaraba tener bastante o mucha relación con ellas. Sin embargo, en los últimos JJ. OO. se invirtieron las tornas y la inmensa mayoría (73.3 %) ahora confesó tener algo de trato, pero no mucho, con las deportistas españolas.

3.2.2.2. Deporte masculino vs. femenino

A la hora de catalogar la importancia que se les daba a los deportes de hombres o de mujeres en el periódico, el 72.7 % de los enviados a los JJ. OO. iniciales reconocían que se les otorgaba la misma importancia informativa. Una cantidad que aumentaba en 2016 hasta un 80 %. **(Figura 3)**



3.3. Percepción de las deportistas

3.3.1. Lectura de prensa escrita y seguimiento del Diario ABC

Hasta Londres 2012, entre las que leían la prensa escrita durante la competición predominan las que no leían nunca el Diario ABC o lo hacían de un modo esporádico (una o dos veces por semana), con un 79.6 %. No parecía influir en ello la carencia de ejemplares en la Villa Olímpica, pues un 35.2 % recuerda que era fácil disponer del periódico.

Sin embargo, en el 2016 casi la totalidad (93.4 %) de las encuestadas reconoce que no leían nunca o casi nunca (una o dos veces por semana) el periódico, a pesar de que la tercera parte (33.3 %) indica que no tenía ningún problema para acceder a él.

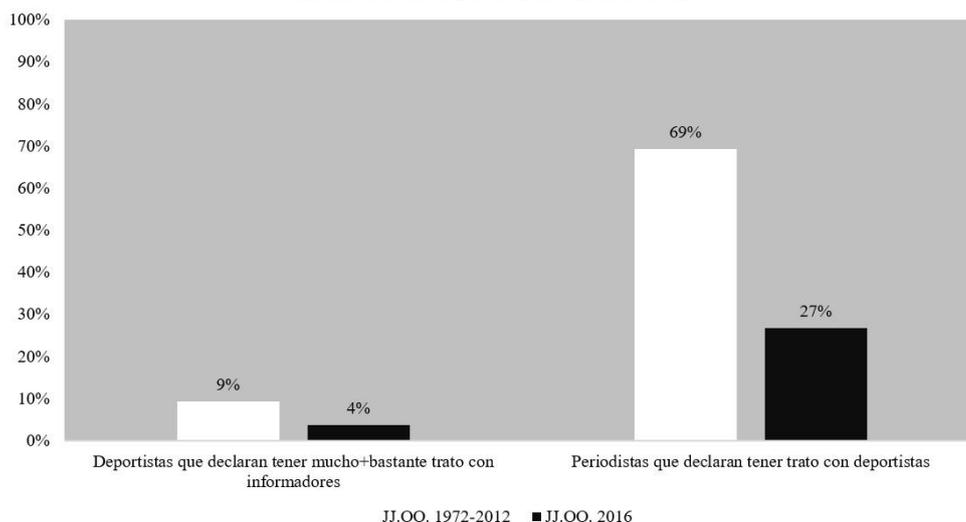
3.3.2 El deporte femenino en los medios

Las deportistas que acudieron a las ediciones celebradas entre 1972 y 2012 guardan recuerdos de prensa de su paso por los JJ. OO. Por abrumadora mayoría, las olímpicas guardan sus recortes (el 96.35 %). Esta cifra desciende hasta el 77.8 % en 2016, una consecuencia del anterior comentario acerca del mayor acceso digital a las noticias.

3.3.3 Relación con periodistas

En la primera tanda de respuestas (1972-2012), el 75.9 % de las deportistas reconoció no tener trato con los informadores. Este número se mantuvo en 2016 (74.1 %), lo que demuestra que durante estas citas apenas se pueden estrechar lazos entre ambos. **(Figura 4)**

FIGURA 4
3.3.3.Relación entre deportistas y periodistas en el tiempo



4. Conclusiones

Dado que la muestra abarca un periodo tan extenso, en el que se han ido produciendo todos los cambios tecnológicos y sociales reseñados en estas páginas, se dejan entrever las siguientes previsiones de cara a la futura relación entre periodistas y deportistas en los Juegos Olímpicos.

Parece evidente que estas citas no son el mejor lugar para establecer o fomentar las relaciones. El informador se ve desbordado por el trabajo y debe multiplicarse acudiendo a numerosos eventos. Existe cada vez un mayor número de deportes y de soportes (papel, web, RR. SS.) y la tendencia es a cubrirlos desde el centro de prensa, ante la imposibilidad de acudir a todos los lugares. Por su parte, las atletas están muy absorbidas por la competición, sometidas a un régimen muy estricto de horarios y entrenamientos y periodistas, por su parte, saturados de trabajo y sin acceso a la Villa Olímpica. El trato directo suele limitarse a las entrevistas previamente concertadas o a las propias del final de los eventos.

Las informaciones por RR. SS., en este caso, no solo no parecen perjudiciales, sino que pueden ayudar a recabar datos a los que, de otra manera, no se tendría acceso.

El problema de todo esto es que durante el resto de la temporada los redactores tampoco suelen salir de las redacciones (por problemas económicos y/o de personal) y se pierde el contacto directo con las fuentes primarias (deportistas y entrenadores). De esta manera, nunca se llega a adquirir una relación de confianza entre las partes y se consideran mutuamente unos auténticos desconocidos. Esto puede impedir que siga la tendencia de mayor cobertura de los deportes femeninos, pues al no existir cercanía se puede caer en el desinterés.

La desconexión entre lo que publica el redactor y lo que le llega a la atleta se puede explicar por la tendencia a leer cada vez menos los formatos de papel e informarse más por internet o RR. SS (lo que muchas veces tergiversa los mensajes). Por eso sería deseable un mayor contacto personal para humanizar las relaciones y no caer en unas informaciones asépticas, carentes del alma y la intensidad que siempre han caracterizado al periodismo deportivo.

5. Referencias bibliográficas

- Álvarez Pousa, Luis (2004). *La especialización en el tiempo de la globalización*. En Fernández del Moral, Javier (Coord.). (2004) Periodismo especializado. Barcelona: Ariel, pp. 63-84.
- Barbero González, Miguel Ángel (2017). *Los Juegos Olímpicos de Río:2016: la explosión del deporte femenino español en el Diario ABC*. Citius, Altius, Fortius. Humanismo, sociedad y deporte: Investigaciones y ensayos. Vol. 10 nº 1, pp. 39-50. Centro de Estudios Olímpicos de la Universidad Autónoma de Madrid.
- Barbero González, Miguel Ángel (2015). *Tratamiento informativo del deporte femenino español en los Juegos Olímpicos de Verano en el Diario ABC (1924-2012)*. Tesis doctoral. Director: Fernando Peinado Miguel. Madrid. Departamento de Filología Española III, Universidad Complutense de Madrid, 2015.
- Barrero, José (Coord.) (2010). *Sdf: solo deporte femenino*. Madrid: Fragua.
- Blanco Castilla, Elena (2004). *Emisores de mensajes informativos. Características, tipología y comportamiento de las fuentes especializadas*. En Fernández del Moral, Javier (Coord.). Periodismo especializado. Barcelona: Ariel, pp. 99-121.
- Calvo Hernando, Manuel (2005). *Periodismo científico y Divulgación de la Ciencia*. Madrid: Acta.

- Cárcar Benito, Jesús Esteban (2015). *Las redes y los movimientos sociales ¿una acción colectiva o marketing viral?* Icono 14, vol. 13, nº 1, pp. 125-150.
- Castañón Rodríguez, Jesús (2003). *El entusiasmo del relato deportivo*. En Idioma y deporte [en línea]. 15 de junio de 2003, número 41. [Consulta: 11 de enero de 2015]. Disponible en: <http://www.idiomaydeporte.com/abc1.htm>
- Cobo Arroyo, Ramón (2014). *Deporte, Educación y Periodismo Especializado*. En Esteve Ramírez, Francisco y Nieto Hernández, Juan Carlos (Eds.) (2014). *Nuevos retos del Periodismo Especializado*. Madrid: Schedas, pp. 381-392.
- Defrantz, Anita L. (1997). *La evolución del papel de la mujer en los Juegos Olímpicos*. Revista Olímpica XXVI-15, Lausana, pp. 18-21.
- Esteve Ramírez, Francisco y Nieto Hernández, Juan Carlos (Eds.) (2014). *Nuevos retos del Periodismo Especializado*. Madrid: Schedas.
- Fernández del Moral, Javier (Coord.) (2004). *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.
- Fernández del Moral, Javier (2004a). *El periodismo especializado: un modelo sistémico para la difusión del conocimiento*. En Fernández del Moral, Javier (Coord.). *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel, pp.17-32.
- Fernández Fernández, José Gabriel (2014). *Periodismo Especializado en golf en España*. En Esteve Ramírez, Francisco y Nieto Hernández, Juan Carlos (Eds.) (2014). *Nuevos retos del Periodismo Especializado*. Madrid: Schedas, pp. 443-450.
- Ibáñez, Eugenia (2001): *Información sobre deporte femenino: el gran olvido*. En *Revista Apunts, Educación Física y Deportes* número 65. Tercer trimestre, 2001 [consulta 27-12-14], pp. 111-113. Disponible en: <http://www.revista-apunts.com/es/hemeroteca?article=557&highlight=ibañez>
- Iglesias, Francisco (1980). *Historia de una empresa periodística*. Prensa Española, editora de “ABC” y “Blanco y Negro” (1891-1978). Madrid: Prensa Española.
- Koenigsberger, Alexandra A. (2016). *On the unjust stereotypes in sports practice*. Fair Play. Revista de Filosofía, Ética y Derecho del Deporte. Vol. 1, nº 7. Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, pp. 23-47.
- Lallana, Ibone (2005). *La mujer y los Juegos Olímpicos: análisis a través de los medios de comunicación. Retos para Beijing 2008* [artículo en línea]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. [Consultado el 11/6/16].
- López Magallón, Enrique Adolfo (2009). *Una mirada global del periodismo deportivo*. Razón y palabra, nº 69, pp. 1-11. México: ITESM.
- Luis Martín, Francisco de (1987). *El grupo monárquico de “ABC” en la Segunda República española (1931.1933)*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Mayoral, Javier (2018). *Periodismo herido busca cicatriz*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Olabe Sánchez, Fernando (2015). *El mix de comunicación de los clubes de fútbol en España desde la perspectiva de los periodistas deportivos*. Prisma Social, nº 14, jun-nov 2015, Revista de Ciencias Sociales. Fundación para la Investigación Social Avanzada, España, pp. 85-123.
- Olabe Sánchez, Fernando (2014). *La influencia del Gabinete de Comunicación en las rutinas productivas de los periodistas deportivos*. En Esteve Ramírez, Francisco y Nieto Hernández, Juan Carlos (Eds.) (2014). *Nuevos retos del Periodismo Especializado*. Madrid: Schedas, pp. 411-428.
- Ramírez, Anunciación y Rius, Inmaculada (2011). *Valores noticia, encuadres y Enfermedades Raras*. En Bañón Hernández, Antonio M.; Fornieles Alcaraz, Javier; Solves Almela, Josep A. y Rius Sanchis, Inmaculada (coord.) (2011). *Desafíos y estrategias comunicativas de las enfermedades raras: la investigación médica como referente*. Estudio cuantitativo-discursivo de la prensa escrita impresa y digital española. Valencia: Centro de Investigación Biomédica en Red de Enfermedades Raras (CIBERER), pp. 127-150.
- Rojas Torrijos, José Luis (2015). *La creciente banalización de los contenidos deportivos*. Cuadernos de Periodistas, nº 31, pp. 48-56. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Rojas Torrijos, José Luis (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Correspondencias & Análisis nº 4, año 2014. Universidad San Martín de Porres, Perú, pp. 177-190.
- Rojas Torrijos, José Luis (2012). *La futbolización de la información deportiva*. Comunicação & Cultura, nº. 13, pp. 77-95. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa.
- Ruiz, Moisés (2010). *Organización del deporte femenino en España*. En Barrero, José (Coord.). *Sdf: solo deporte femenino*. Madrid: Fragua, 106-117.
- Sainz de Baranda Andújar, Clara (2014). *El género de los protagonistas en la información deportiva (1979-2010): noticias y titulares*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Vol. 20, nº 2. Universidad Complutense, 2014, pp. 1.245-1.236.
- Scherman, Andrés y Mellado, Claudia (2019). *La performance periodística en la cobertura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile*. Palabra Clave, Vol. 22, nº 3, julio de 2019. Universidad de La Sabana (Colombia).
- Seoane, María Cruz y Sáiz, María Dolores (1998). *Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX: 1898-1936 (2 ed.)*. Madrid: Alianza Editorial.