

**Comunicación y género**

ISSNe: 2605-1982

<http://dx.doi.org/10.5209/cgen.68510> EDICIONES  
COMPLUTENSE

## Los encuadres noticiosos realizados sobre el deporte femenino. Estudio de caso: los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016

Elena Calvo Ortega<sup>1</sup>

Recibido: 26/03/2020 / Aceptado:08/06/2020

**Resumen.** La investigación tiene como objetivo analizar los encuadres noticiosos realizados sobre las noticias protagonizadas por las deportistas en los informativos de las principales cadenas de televisión del territorio español durante los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro (2016). Para ello, se combinaron las técnicas de análisis de contenido y del discurso con el fin de establecer comparaciones entre las informaciones protagonizadas por mujeres y hombres, y explorar los mecanismos periodísticos a través de los cuales se producían encuadres asimétricos. Los resultados de la investigación muestran cómo el deporte femenino recibe más encuadres noticiosos que trivializan sus éxitos deportivos y adscriben a las deportistas a roles y estereotipos de género que nada tienen que ver con el deporte.

**Palabras clave:** Encuadres noticiosos; Juegos Olímpicos; deporte femenino; discriminación.

### [en] News frames about women's sports. A Case Study of the Olympic Games in Rio de Janeiro 2016

**Abstract.** The objective of the research is to analyze the news frames about women athletes in the television sports coverage by the main generalist channels in Spain during the Rio de Janeiro Olympic Games (2016). To do so, the techniques of content analysis and discourse analysis were combined. Content analysis was used to compare the news reported about men and women athletes, while discourse analysis was used to explore the journalistic mechanisms through which asymmetric news frames about women's sport were produced. The results of the research show that all the channels analysed, both public and private, news about women's sports used more news frames that trivialized women's athletic successes while assigning them gender roles and stereotypes that have nothing to do with sports.

**Key words:** News frames; Olympic Games; women sport; discrimination.

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Metodología. 4. Resultados y discusión. 4.1. Encuadres que trivializan la competencia deportiva. 4.2. Encuadres que transmiten roles y estereotipos de género. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Calvo Ortega, E. Los encuadres noticiosos realizados sobre el deporte femenino. Estudio de caso: los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016. *Comunicación y género*, 3(2) 2020, 151-159.

### 1. Introducción

La presente investigación tiene como objetivo analizar los encuadres noticiosos que se realizaron sobre las noticias protagonizadas por deportistas en los informativos de televisión de las principales cadenas generalistas del territorio español, durante los Juegos Olímpicos celebrados en Río de Janeiro en el año 2016.

Su justificación viene de que las deportistas no solo están escasamente representadas como protagonistas de las informaciones, sino también, las pocas ocasiones en las que aparecen, se tiende a infravalorar sus méritos deportivos y a encasillarlas en roles y estereotipos alejados del ámbito deportivo (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Rojas Torrijos, 2010; Sánchez Bello, 2004). Los Juegos Olímpicos (JJ. OO.) responden a esas escasas ocasiones en las que las deportistas aparecen como noticia debido princi-

palmente a la exaltación nacionalista y a los éxitos deportivos (Barbero González, 2015; Barbero González, 2017; Bruce et al., 2010), por lo que son un período idóneo para analizar los encuadres noticiosos realizados sobre las deportistas y establecer comparaciones con sus homólogos masculinos.

### 2. Estado de la cuestión

En los informativos deportivos son frecuentes los encuadres noticiosos que trivializan el deporte femenino a través de mecanismos como son la infantilización de las deportistas, el énfasis en su feminidad, el nombrarlas por su nombre de pila, o la utilización del marcador de género "femenino" como si fuera algo excepcional que es necesario matizar (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Altés y Gallego, 2004; ASPIC,

<sup>1</sup> Universidad de Salamanca  
elenacalvortega@gmail.com

2014; Barbero González, 2017; Fink, 2015; Guerrero Salazar, 2017; Ibáñez, 2011; López Díez, 2011; Roja Torrijos, 2010). Como consecuencia, lo que pudiera ser objeto de información acaba siendo un complemento de distracción y divertimento que limita la posibilidad de que las deportistas sean valoradas como verdaderas competidoras (Pedraza Bucio, 2012).

Además, con excesiva frecuencia la información sobre deporte femenino se entremezcla con aspectos extradeportivos al representar a las deportistas desempeñando roles tradicionales como el de madre y esposa (Alfaro Gandarillas et al., 2010; ASPIC, 2014; Guerrero Salazar, 2017; Jones, 2011; López, 2011; Pedraza Bucio, 2012). Del mismo modo, también es frecuente la adscripción de las deportistas a estereotipos de género, representándolas como objetos sexuales (ASPIC, 2014; Bissell y Duke, 2007; Fink, 2015; Guerrero Salazar, 2017), seres dependientes y emocionales, o ubicándolas en el ámbito privado mediante las continuas referencias a su vida personal (Alfaro Gandarillas et al., 2010; ASPIC, 2014; Billings et al., 2010; Guerrero Salazar, 2017; Jones, 2011; López Díez, 2011; Macharia et al., 2015).

Este hecho ha sido demostrado por diversos estudios realizados en prensa al poner de manifiesto que en la información sobre deporte femenino priman cuestiones anecdóticas o frívolas (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Angulo, 2007; Ibáñez, 2001).

En esta misma línea, otra investigación destaca el énfasis de la faceta profesional en los deportistas varones y la personal en las mujeres. Además, muestra el uso de expresiones paternalistas y otros mecanismos que restan mérito profesional a las deportistas (nombre de pila, segundo plano, etc.), así como también el uso mercantil del cuerpo de las mujeres, independientemente de si son o no deportistas (ASPIC, 2014).

Otro estudio realizado en prensa señala la presencia de imágenes únicamente cuando están protagonizadas por mujeres deportistas que muestran un gran atractivo sexual. Sin embargo, los ejemplos más evidentes en este sentido se dan con las no deportistas que, en muchos casos, ocupan un espacio más extenso que las propias deportistas, apareciendo bajo el pretexto de ser aficionadas o como la pareja de algún deportista de gran éxito mediático (Rojas Torrijos, 2010).

Los resultados de otro estudio similar indican que, a pesar de que gran parte de la información sobre deporte femenino está relacionada con el éxito deportivo, apenas aparecen acciones heroicas realizadas por las deportistas y, por tanto, hay un déficit de referentes deportivos femeninos reales. Además, el perfil de las mujeres que aparecen en las informaciones corresponde a aquellas vinculadas al ámbito del deporte (92,63%), pero seguidas de mujeres ajenas al ámbito deportivo (7,37%) y que han ido ganando protagonismo en los últimos años (Sainz de Baranda Andújar, 2014).

Del mismo modo, cabe destacar un análisis realizado en prensa sobre el mismo período objeto de

estudio de la presente investigación. Los resultados de dicha investigación mostraron que durante los JJ. OO. de Río de Janeiro (2016) se utilizaron mecanismos que trivializaban los éxitos de las deportistas (nombre de pila, referencias a la maternidad, énfasis en su feminidad). Sin embargo, sí se realizó un tratamiento análogo con respecto a sus compañeros masculinos en lo que se refiere a las alusiones “chicos” o “chicas”, y al uso de marcadores de género (Barbero González, 2017).

En el caso de la televisión se observa la misma tendencia, como así demostró un estudio longitudinal realizado sobre la cobertura del deporte femenino en programas e informativos deportivos de la televisión norteamericana. Los resultados mostraron una disminución en la representación de las deportistas como objeto sexual y blanco de bromas, pero, al mismo tiempo, un aumento desempeñando los roles tradicionales de madre o esposa (Cooky et al., 2015).

Sin embargo, como aspecto positivo, cabe citar una investigación realizada sobre los informativos de los principales medios de comunicación online norteamericanos al mostrar que los comentarios realizados por los periodistas no reproducían nociones estereotipadas, sino todo lo contrario, ya que en sus referencias las mujeres recibían más descriptores masculinos y los hombres más femeninos. En este sentido, los utilizados con los hombres deportistas suelen estar contextualizados a la práctica deportiva (“grande”, “fuerte”, “valiente”), mientras que con las mujeres se suele recurrir a otro tipo de descriptores que buscan resaltar la feminidad para compensar su pérdida como consecuencia de la práctica deportiva (“fatigada”, “asfixiada”, “vulnerable”) (Fink, 2015; Kian, et al., 2009).

### 3. Metodología

Para llevar a cabo la investigación, se realizó una triangulación metodológica, combinando las técnicas de análisis de contenido y análisis del discurso. Ambas técnicas se centran en extraer conclusiones sobre la comunicación humana a partir de la selección cuidadosa de un conjunto de mensajes. Sin embargo, la forma de proceder difiere entre una y otra, con sus respectivas ventajas e inconvenientes, algo que ha llevado a la consideración de su potencial complementariedad y enriquecimiento mutuo (Neuendorf, 2004; Vicente Mariño, 2006).

De manera concreta, el análisis de contenido se utilizó para establecer comparaciones en términos cuantitativos entre las informaciones sobre deporte femenino y masculino, con el fin de justificar la situación asimétrica de las deportistas con respecto a sus homólogos masculinos. Por su parte, el análisis del discurso se empleó para indagar en aquellos encuadres noticiosos realizados sobre el deporte femenino que habían sido identificados como asimétricos en el análisis de contenido, tratando de identificar los

mecanismos periodísticos a partir de los que se producían.

Para implementar el análisis de contenido, se siguieron una serie de pasos sugeridos por algunos autores (Neuendorf, 2004; Wimmer y Dominick, 1996) con el objetivo de incrementar el rigor en su ejecución y que implican la elaboración de un libro de códigos y su posterior codificación. Para el proceso de análisis de los datos, se utilizó el programa estadístico SPSS, que permitió construir índices para agrupar en un único valor aquellas variables relativas a la transmisión del mismo rol o estereotipo de género.

En el caso del análisis del discurso, se tomaron como referencia los sistemas de categorías construidos en el libro de códigos del análisis de contenido, pero dentro de un proceso abierto que permitiera establecer relaciones entre los elementos que conformaban el mensaje (Neuendorf, 2004; Pedelty y Kuecker, 2014).

Respecto a la muestra, se extrajeron los informativos deportivos de televisión emitidos en horario de máxima audiencia, siendo entre las 21:00 y las 00:00 horas en España. Del mismo modo, se seleccionaron las cadenas generalistas del territorio español que representan a los principales grupos de televisión, tanto públicos: *Televisión Española* (TVE), como privados: *Mediaset* y *Atresmedia*. En cuanto al período de análisis, se tomó una muestra intencional de todos los informativos deportivos transcurridos en el marco temporal de los JJ. OO. de Río de Janeiro 2016, que transcurrieron desde el 5 de agosto, con la ceremonia de apertura, hasta el 21 de agosto de 2016, con la ceremonia de clausura de los mismos. La muestra total analizada fue de 716 informaciones.

## 4. Resultados y discusión

### 4.1. Encuadres que trivializan la competencia deportiva

#### 4.1.1. Marcadores de género

En primer lugar, destaca el mayor uso de marcadores de género con el deporte “femenino” que con el deporte “masculino”. Como se señala en el gráfico 1, el 3,7 % de las informaciones masculinas utiliza marcadores de género frente al 19,1% de las informaciones femeninas [ $\chi^2(2, N=660) = 42,293, p < 0,001, V \text{ Cramer} = 0,253$ ].

Este tratamiento sirve para establecer los eventos masculinos como el referente universal y los femeninos como una derivación del estandarte masculino, lo que, a su vez, lleva a presentar a las deportistas como seres inferiores, tal y como vienen señalando investigaciones anteriores (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Guerrero Salazar, 2017; López Díez, 2011).

#### 4.1.2. Infantilización

Del mismo modo, también existe una mayor infantilización en el caso de las deportistas que de los hom-

bres. De esta forma, el gráfico 1 muestra que, en las informaciones protagonizadas por las deportistas, se utilizan más mecanismos que infantilizan a las deportistas (27,5 %) que en las informaciones protagonizadas por hombres (3,9 %), con una diferencia de 23,6 % [ $\chi^2(1, N=660) = 78,252, p < 0,001, V \text{ Cramer} = 0,344$ ].

De manera concreta, algunos de los mecanismos utilizados son el uso de términos que denotan posesión como son: “nuestras”, “las de”, etc., o de expresiones como “las pupilas de Ángel Ruiz” que tiene una doble infantilización por el posesivo, pero también por el uso del término “pupilas”, definido por el DLE como “huérfano menor de edad, respecto de su tutor” (RAE, 2018), siendo, en este caso, un tutor entrenador masculino. Otro mecanismo es la utilización de términos como “joven”, “chicas”, etc. que, además de infantilizar a las deportistas, produce el efecto cognitivo de mostrar a las deportistas como parte de un grupo y no como seres individuales (Billings et al., 2010; López Díez, 2011). En esta misma línea, destacan también las alusiones específicas a la edad de las deportistas y el énfasis en su juventud (“tiene tan solo 19 años”).

Por tanto, a lo largo del análisis se observa que deportistas con grandes éxitos reciben en numerosas ocasiones un tratamiento condescendiente más propio de menores de edad, lo que transmite el mensaje de su incapacidad para desempeñar el rol deportivo de forma madura (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Altés y Gallego, 2004; Fink, 2015; Guerrero Salazar, 2017; López Díez, 2011).

#### 4.1.3. Nombre de pila

Asimismo, siguiendo el gráfico 1, las deportistas también son más nombradas por su nombre de pila (28,1 %) que los hombres (20,1 %) [ $\chi^2(1, N=660) = 4,764, p = 0,029, V \text{ Cramer} = 0,085$ ].

El hecho de nombrar a las deportistas por su nombre de pila, en lugar de por sus apellidos, es un mecanismo que sitúa a las mujeres en el ámbito privado y de confianza y, por consiguiente, trivializa sus logros deportivos (Alfaro Gandarillas et al., 2010; ASPIC, 2014; Barbero González, 2017; Guerrero Salazar, 2017; López Díez, 2011).

#### 4.1.4. Descriptores femeninos

Por su parte, tal y como indica el gráfico 1, existe también un mayor uso de mecanismos extradeportivos que enfatizan la feminidad en las informaciones sobre deporte femenino (6,7 %) que masculino (1,5 %) [ $\chi^2(1, N=660) = 13,008, p < 0,001, V \text{ Cramer} = 0,140$ ].

En este sentido, destaca el uso del término “mujer” (“la mujer del momento”), utilizado para homogenizar al colectivo de mujeres, y poner el acento en la condición sexual de la deportista antes que en su capacidad deportiva (Alfaro Gandarillas et al., 2010;

López Díez, 2011). Asimismo, se realizan comentarios que giran en torno a aspectos extradeportivos más propios de la prensa rosa (“rosa, peticiones de mano, corazones, mucho amor...”), y es frecuente el uso de descriptores asociados a la feminidad, como “reina”, “flamante”, u otros que buscan la similitud de las deportistas con figuras mitológicas o personajes de cuentos de hadas (“la sirena de Badalona”) (Altés y Gallego, 2004; ASPIC, 2014; López Díez, 2011).

Pero, además, la feminidad también se refleja a través de la imagen al enfocar con primeros planos el corazón que algunas deportistas realizan con la posición de las manos, ya que el mundo de los afectos pertenece a la feminidad. Estos resultados están en consonancia con lo que vienen afirmando algunas investigaciones en relación a la infravaloración de las deportistas a través del énfasis en una feminidad que las aleja de la práctica deportiva (Billings et al., 2010; Fink, 2015; López Díez, 2011; Pedraza Bucio, 2012).

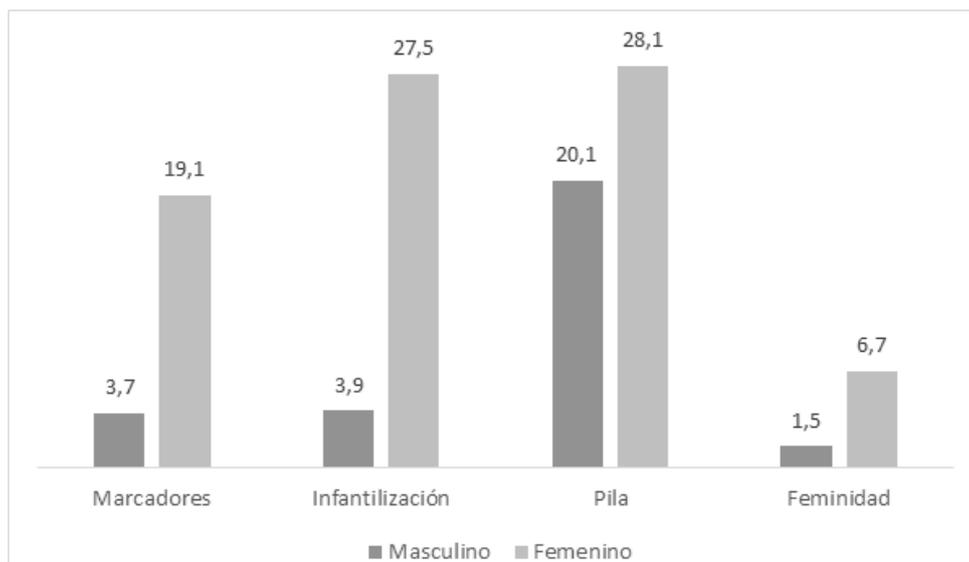


Figura 1. Trivialización deportiva en función del sexo (%).

## 4.2. Encuadres que transmiten roles y estereotipos de género

Otro tipo de encuadres noticiosos son los que hacen referencia a la transmisión de roles y estereotipos de género, en el que también existen diferencias por su mayor presencia en la información sobre deporte femenino (33,7 %) con respecto al masculino (12,4 %), como se observa en el gráfico 2 [ $\chi^2(1, N=660) = 39,496, p < 0,001, V \text{ Cramer} = 0,245$ ].

De manera concreta, los roles y estereotipos transmitidos de mayor a menor frecuencia en las informaciones protagonizadas por mujeres deportistas son: el énfasis en el estado de ánimo o personalidad, las referencias a la vida privada, los roles tradicionales, dependencia y, por último, el estereotipo de belleza u objeto sexual.

A continuación, se pasan a detallar dichos roles y estereotipos de género, describiendo aquellos mecanismos periodísticos a través de los cuales son transmitidos en las informaciones sobre deporte femenino.

### 4.2.1 Estado de ánimo o personalidad

Como muestra el gráfico 2, la forma más común de representar a las deportistas es como seres emocionales, siendo más común en las informaciones femeninas (24,2 %) que en las masculinas (7,5 %) [ $\chi^2(1, N=660) = 34,359, p < 0,001, V \text{ Cramer} = 0,228$ ].

Se trata de un estereotipo que responde al modelo hegemónico de feminidad definido como un ser afectivo y vulnerable, en contraste al modelo de masculinidad caracterizado por la fortaleza y el control emocional (Guerrero Salazar, 2017; Jones, 2011; López Díez, 2011).

Dicho estereotipo surge especialmente en situaciones de éxito y derrota en la competición. A modo de ejemplo, ante el éxito deportivo se muestran imágenes de las deportistas transmitiendo gran emoción, como fueron las lágrimas de Shauna Miller, Ruth Beitia o las integrantes del equipo de gimnasia rítmica español. Sin embargo, el énfasis en el estado anímico es aún más evidente cuando dichas imágenes son mostradas a través de primeros planos que enfocan el rostro de las deportistas, añadiendo en algunos casos, incluso, producciones a cámara lenta que captan cada micro expresión del rostro de las deportistas, como se hace con Lydia Valentín, Mireia Belmonte y Carolina Marín. Del mismo modo, es común el mostrar a las deportistas realizando gestos afectuosos, como el beso de Ruth Beitia a su entrenador, los abrazos de Maialen Chourraut a su marido, el de Mireia Belmonte a su padre, o el que se dieron entre lágrimas las hermanas trillizas Luik. En otras ocasiones, para aumentar la emotividad de la información sobre deporte femenino, se recurre a mostrar imágenes de familiares emocionados, como sucede con las abuelas de Maialen Chourraut y Carolina Marín.

Pero no solo a través del lenguaje visual, sino que dichas imágenes emotivas suelen estar reforzadas por comentarios por parte de los profesionales de la información en torno al estado anímico de las deportistas (Jones, 2011). De manera concreta, cabe destacar las referencias a los sueños cumplidos, como se hace con Lydia Valentín, Mireia Belmonte, o con las jugadoras de balonmano y de la gimnasia rítmica por equipos. Del mismo modo, son también comunes las descripciones detalladas de las emociones de las deportistas que, en muchos casos, utilizan intensificadores para enfatizar, como así ponen de relieve comentarios del tipo: “muy emocionada limpiándose las lágrimas, pero sobre todo muy muy feliz”, “lágrimas en la piscina y lágrimas en el podio, lágrimas de madre y lágrimas del padre, lágrimas del fisio y también de entrenador. Todo el mundo lloraba porque esta victoria es un sueño cumplido”. No obstante, en otras ocasiones, no son los comentarios de los profesionales de la información los que enfatizan el estado anímico, sino que se recurre a seleccionar aquellos momentos en los que son las propias deportistas quienes expresan sus emociones, como sucede con Maialen Chourraut, Carolina Marín, Lydia Valentín, Shauna Miller o Ruth Beitia. Asimismo, destacan las entrevistas dirigidas a buscar respuestas emotivas por parte de las deportistas, especialmente cuando estas no responden al modelo hegemónico femenino al mostrar un aparente control emocional, como fueron las entrevistas realizadas a Laura Nichols, Maialen Chourraut, Eva Calvo, Carolina Marín y las integrantes del equipo de gimnasia rítmica por equipos español.

Muchos de los mecanismos nombrados están también presentes ante la derrota deportiva u otras situaciones similares que generan emociones negativas (Jones, 2011), al mostrar imágenes de deportistas llorando, como es el ejemplo de Gema Mengual y Onna Carbonell en el dúo de natación sincronizada. Del mismo modo, en algunos casos, dicho estado de tristeza y frustración se refuerza a través de primeros planos de las deportistas, como sucede con las lágrimas de Serena Williams, Liliana Fernández, Garbiñe Muguruza y las jugadoras de balonmano, entre otras.

Pero ante la derrota, los profesionales de la información también realizan comentarios que ponen el acento en las emociones de las deportistas, como son aquellos que hacen referencia a las lágrimas de las deportistas de natación sincronizada y de vóley playa, o al dolor y la agonía de las jugadoras de balonmano. En este sentido, cabe destacar que incluso, en algún caso, el fracaso de las deportistas se relaciona precisamente con la debilidad emocional de las mujeres, como sucede con el equipo de Rugby A7 femenino donde se comenta que las jugadoras lograron tranquilizarse gracias a la intervención del “míster”, refiriéndose a su entrenador masculino. Este hecho conecta con lo que algunos autores han señalado acerca de la distinta descripción del fracaso en función del sexo del deportista, siendo relacionado, en el caso de los hombres, con las condiciones adversas, el logro de

los oponentes, etc., mientras que, cuando se trata de las mujeres, se achaca a la falta de capacidad, compromiso, concentración, agresión, etc. (Fink, 2015).

En el caso de los comentarios de la propia deportista ante la derrota, destaca la selección de un fragmento radiofónico que muestra la voz llorosa de María Bernabéu hablando con su madre que trata de consolarla y que muestra, además, la falta de control emocional de la deportista: “lo tenía tan cerca, por qué, yo no lo entiendo; yo quería la medalla, no entiendo” (Cuatro, 11/08). No obstante, como sucedía en las situaciones de éxito deportivo, este tipo de emociones negativas ante la derrota en ocasiones vienen provocadas por los periodistas que insisten en que así las expresen, como sucede con Fátima Gálvez, Sonia Franquet, Garbiñe Muguruza, o las jugadoras del equipo de vóley playa. En algunos casos, esta provocación por parte de los profesionales de la información parece generar un cierto malestar entre las deportistas, bien porque se sienten confusas a la hora de responder, como sucede con Laura Nichols (TVE1, 18/08) y Eva Calvo (La Sexta, 19/08), o porque provocan lo que precisamente se busca con este tipo de preguntas, como así reflejan las lágrimas de una de las jugadoras de vóley playa tras tener que justificar su derrota a la falta de control emocional: los nervios (TVE1, 16/08).

Por otro lado, en algunos casos, no solo se describe el estado emocional de las deportistas, sino también su personalidad (Jones, 2011). Ejemplo de ello, son las referencias a la confianza en sí misma de Carolina Marín (TVE1, 8/08), la timidez y el carácter exigente de Mireia Belmonte (Cuatro, 11/08), lo buena persona que es Ruth Beitia (TVE1, 21/08), o el carácter perfeccionista y constante de Maialen Chourraut (TVE1, 12/08).

Por último, cabe subrayar aquellos casos en los que la emotividad no se transmite a través de ningún mecanismo en concreto, sino que es el propio contenido de la información, esto es, la emotividad es la razón por la que las deportistas son protagonistas de la información. Ejemplo de ello es la selección de una escena en la que se muestra a la atleta estadounidense Abbey D’Agostino ayudando a la neozelandesa Nikki Hamblin, bajo el pretexto de ser “una de las escenas más *emotivas* de estos Juegos (...) se ganaron el corazón del público y del jurado” (TVE1, 16/08). Asimismo, la atleta paralímpica, Marieke Vervoort no es objeto de información por su capacidad deportiva, sino por su deseo de recibir el suicidio asistido (La Sexta, 5/08). En esta misma línea, cabe destacar una información en la que se seleccionan varios momentos emotivos de los JJ. OO., en los que aparecen en su mayoría mujeres: pedidas de mano, las hermanas Hahner entrando juntas en meta de la mano y otras imágenes de gestos afectivos entre deportistas que cierran con Lydia Valentín haciendo el símbolo del corazón y una voz en off que dice: “paciencia si es usted un diabético sentimental” (Tele 5, 17/08).

4.2.2 Referencias a la vida privada

La segunda forma de representación más frecuente son las referencias a la vida privada de las deportistas, siendo más común en las informaciones sobre deporte femenino (15,7 %) que en las informaciones sobre deporte masculino (6,8 %), como indica el gráfico 2 [ $\chi^2(1, N=660) = 12,231, p < 0,001, V \text{ Cramer} = 0,136$ ].

De manera concreta, es común el mostrar y entrevistar a personas del entorno cercano de las deportistas que siguen y celebran emocionadas el progreso de la deportista, de tal forma que, a lo largo de las informaciones, conocemos a tíos, hermanos, padres, abuelos, amigos, conocidos, etc., como así sucede con Carolina Marín, Maialen Chourraut, Elena López, Teresa Portela, Mireia Belmonte, María Bernabeu, Shaunae Miller, Eva Calvo, Elena López, Ruth Beitia, etc. En esta misma línea, también se hace referencia a la vida sentimental mostrando a las deportistas con sus parejas, como ocurre con Maialen Chourraut y Xabi Etxaniz, y con Mireia Belmonte y Javier Hernanz. En todos los casos nombrados, las deportistas aparecen representadas por su estatus vicario, ya sea como hermanas, sobrinas, esposas, etc. (Alfaro Gandarillas et al., 2010; ASPIC, 2014; Guerrero Salazar, 2017; López Díez, 2011). Además, en algunas ocasiones, se aprovecha la presencia de personas allegadas para mostrar a la deportista interactuando con ellas dentro de un contexto informal e íntimo, como son los ejemplos de Maialen Chourraut con su hija, María Bernabéu con su madre, etc.; como consecuencia, se crea un efecto de cercanía entre el espectador y la deportista que disminuye su valía como verdadera profesional.

Otro de los aspectos de la vida privada de las deportistas es la información sobre sus enfermedades, como el caso del virus del zika de Marina Alabau o la desviación de la columna, el asma y la alergia al cloro de Mireia Belmonte. Del mismo modo, también se hace referencia al pasado de las deportistas, aspecto que se refleja cuando describen la niñez y adolescencia de Mireia Belmonte, y se hacen comentarios acerca de qué hacen en su tiempo libre, como la afición de Lydía Valentín por el rap (Cuatro, 13/08). Por último, cabe destacar la muestra de capturas de pantalla de redes sociales de las deportistas con el fin de conocer aspectos que vayan más allá de su vida deportiva, como sucede con Carolina Marín o Mireia Belmonte.

#### 4.2.3 Asignación de roles tradicionales

La siguiente forma de representación es mostrar a las deportistas desempeñando roles tradicionales que las sitúan en escenarios más acordes a su condición femenina que a la práctica deportiva. Una vez más, como se observa en el gráfico 2, hay una mayor presencia de roles tradicionales en las informaciones femeninas (8,4 %) que en las masculinas (1,0 %) [ $\chi^2(1, N=660) = 24,157, p < 0,001, V \text{ Cramer} = 0,191$ ].

De esta forma, a lo largo del análisis se observa a las deportistas desempeñando el rol de madre, como se hizo con la deportista Marina Alabau y,

especialmente, con Maialen Chourraut. En este último caso, en numerosas ocasiones se plantea su capacidad para compaginar su vida familiar con su carrera profesional (Alfaro Gandarillas et al., 2010; ASPIC, 2014; Barbero González, 2017; Guerrero Salazar, 2017) a través de comentarios del tipo: “hay días en los que el entrenamiento es tan duro que al acabar ni siquiera puede sujetarla en brazos”, “en 2013 llegaba su hija Ane y junto a ella la recomendación para que dejara la competición” (Cuatro, 12/08). En este sentido, la propia deportista transmite un cierto sentimiento de culpabilidad por la dificultad de conciliar: “para mi familia un poquito de tranquilidad, porque les tenía ya estos últimos días” (Cuatro, 13/08). Por tanto, en estos casos, se valora a la deportista por sus logros deportivos pero sobre todo porque, a pesar de ellos, no abandona su papel de madre (Pedraza Bucio, 2012).

Otro mecanismo es el situar o relacionar a las deportistas con espacios privados más propios de la “naturaleza” femenina, como es el ámbito doméstico del hogar o lugares feminizados como la peluquería (Pedraza Bucio, 2012). Asimismo, el desempeño de roles tradicionales se refleja cuando la deportista aparece en actitud pasiva fuera de la acción deportiva, como sucede con Carolina Marín al mostrarla sentada durante todo el transcurso de la información (TVE1, 8/08), o cuando aparece fuera del entorno deportivo o con vestimenta no deportiva, como sucede con Mireia Belmonte por aparecer maquillada y con ropa no deportiva (La Sexta, 7/08) (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Jones, 2011).

#### 4.2.4 Dependencia

Otro estereotipo que sigue al anterior es la mayor representación de las deportistas como seres dependientes. Tal y como se indica en el gráfico 2, el estereotipo de dependencia no se da en ningún caso en las informaciones masculinas pero sí en las femeninas (6,2 %) [ $\chi^2(1, N=660) = 30,291, p < 0,001, V \text{ Cramer} = 0,214$ ].

En este sentido, uno de los mecanismos identificados para transmitir este tipo de representación es el mostrar a la deportista en interacción constante con otras personas, generalmente hombres (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Jones, 2011). Esta situación se observa, por ejemplo, en la conexión física y emocional que se transmite de Maialen Chourraut con su marido y entrenador Xabi Etxaniz (Cuatro, 12/08), así como también entre Carolina Marín (TVE1, 18/08), Ruth Beitia (TVE1, 21/08; La Sexta, 21/08) y Mireia Belmonte (TVE1, 11/08) con sus respectivos entrenadores varones. Del mismo modo, existe el caso extremo de la atleta paralímpica, Marieke Vervoort, de la que se emiten imágenes que muestran su absoluto estado de dependencia debido a sus limitaciones físicas (La Sexta, 5/08).

Otro mecanismo es el achacar los logros deportivos de las mujeres a la influencia de sus entrena-

dores varones, en lugar de a su propia capacidad deportiva (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Billings et al., 2010; Guerrero Salazar, 2017). Este tipo de representación se pone de relieve en expresiones del tipo: “las pupilas de Ángel Ruíz” o “las de Miki Oca” que, además de infantilizar a las deportistas como se ha visto anteriormente, muestran la dependencia de las jugadoras con respecto al entrenador masculino; sin embargo, existen casos más explícitos, como los comentarios en torno al efecto tranquilizador que tuvo el entrenador de Rugby A7 femenino sobre las deportistas en uno de los partidos (TVE1, 7/08). En esta misma línea, cabe destacar otros ejemplos como son la muestra de los entrenadores de Mireia Belmonte, el anterior y el actual, como pilares de su éxito (La Sexta, 11/08); o al entrenador de Ruth Beitia como el empuje de su carrera profesional (La Sexta, 21/08). También observamos esta misma situación a través de imágenes que muestran gestos de agradecimiento de las deportistas con sus entrenadores, como son los casos de Mireia Belmonte (TVE1, 11/08) y Ruth Beitia (La Sexta, 21/08) colocando las medallas a sus respectivos entrenadores.

En otros casos, los logros deportivos de la deportista se asocian al apoyo de la familia (ASPIC, 2014), situación que observamos especialmente con Carolina Marín al mostrar de forma reiterada cómo sus padres le acompañan y le aconsejan, y a la propia deportista expresando que su familia es el apoyo y el “empujoncito” que necesita; incluso los comentarios de la voz en off transmiten que el oro no solo es el objetivo de Carolina Marín, sino también de toda su familia (TVE1, 11/08). Del mismo modo, la familia también está para consolar a la deportista cuando fracasa, mostrando su vulnerabilidad y dependencia emocional, como así demuestra la retransmisión de radio en la que María Bernabéu mantiene una conversación con su madre entre sollozos por haber sido eliminada (Cuatro, 11/08).

En otros casos, el éxito de la deportista no se relaciona con personas físicas sino con factores externos como la religión (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Guerrero Salazar, 2017), tal y como se refleja en la muestra de Carolina Marín expresando que parte de su éxito se debe a la virgen del Rocío (TVE1, 14/08).

#### 4.2.5 Belleza u objeto sexual

El último estereotipo es el de belleza u objeto sexual que, tal y como indica el gráfico 2, es transmitido en mayor medida en las informaciones sobre deporte femenino (3,4 %) en comparación con el masculino (1 %) [ $\chi^2(1, N=660) = 4,319, p = 0,038, V \text{ Cramer} = 0,081$ ].

Sin embargo, se trata de la forma de representación con menos presencia, resultado que contrasta con aquellos autores que lo muestran como el estereotipo más abundante entre las deportistas (Pedraza Bucio, 2012), o de aquellos otros que afirman

que las mujeres tienen más probabilidad de ser retratadas como objeto de deseo que como deportistas alegando que el sexo vende más que la práctica deportiva cuando se trata de mujeres deportistas (ASPIC, 2014; Bissell y Duke, 2007; Fink, 2015; Guerrero Salazar, 2017).

De manera concreta, dicho estereotipo se transmite a través de la muestra de las deportistas posando ante la cámara (Ibáñez, 2001), como sucede con Carolina Marín (TVE1, 8/08) y Ruth Beitia (Cuatro, 21/08). Sin embargo, el hecho de que ambas deportistas no sean consideradas iconos sexuales y que hayan obtenido oro olímpico en sus respectivos deportes, descarta lo que otros autores han indicado en relación a la mayor probabilidad de cobertura y asignación del presente estereotipo sobre aquellas deportistas con mayor atractivo sexual y, en contraposición, la discriminación de mujeres que destacan por sus méritos deportivos y no por su apariencia (Bissell y Duke, 2007; Pedraza Bucio, 2012). Además, a pesar de que posar ante la cámara es uno de los indicadores señalados en el libro de códigos, nos cuestionamos si en estos dos casos concretos se tiene la intencionalidad de erotización del cuerpo de la mujer o, más bien, se trata de un ritual más que entra dentro de la lógica del contexto deportivo (posando con aficionados, etc.).

Otro mecanismo mediante el cual se transmite este estereotipo es el fraccionar el cuerpo de la deportista a través de primeros planos de la cámara (Alfaro Gandarillas et al., 2010; López Díez, 2011), como sucede con Mireia Belmonte (Cuatro, 11/08). En este caso, además, se trata de una deportista que practica un deporte, la natación, que requiere de una vestimenta que facilita a las cámaras el recrearse en determinadas partes corporales, como así han expuesto algunos autores (Altés y Gallego, 2004; Bissell y Duke, 2007; Jones, 2011). De esta forma, los elementos del lenguaje audiovisual enfatizan la sexualidad de la deportista transmitiendo una imagen que tiene más que ver con su cuerpo que con sus éxitos deportivos, a pesar del oro y bronce olímpico obtenidos por Mireia Belmonte (Bissell y Duke, 2007).

Del mismo modo, cabe destacar el único ejemplo en el que el presente estereotipo se transmite a través del lenguaje verbal, que es la información que hace referencia a equipos de baloncesto femenino y masculino que coinciden en el mismo tiempo y espacio, pero cuya relación es establecida por el presentador con la siguiente frase: “los del basket disfrutaban de las chicas del rugby” (Cuatro, 5/08). Se trata de una expresión que no solo infantiliza a las deportistas, sino que, además, incluye una mirada androcéntrica, heterosexual y cosificada del cuerpo de las deportistas. Sin embargo, se trata de un ejemplo aislado, por lo que la escasa transmisión del presente estereotipo a través de señales verbales, contrasta con lo apuntado por otros autores (Altés y Gallego, 2004; López Díez, 2011).

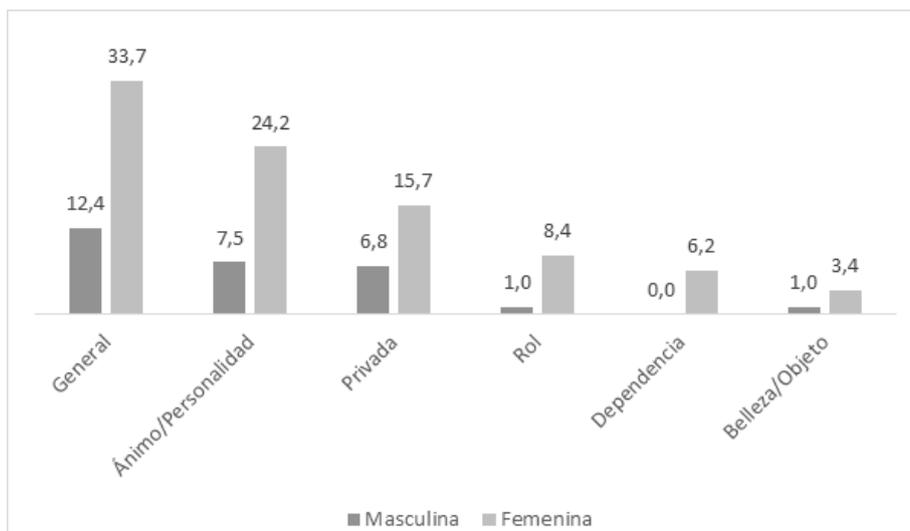


Figura 2. Roles y estereotipos de género en función del sexo (%).

## 5. Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos en la presente investigación, se concluye que existen encuadres noticiosos que continúan remarcando las diferencias de género. De manera concreta, cabe destacar la presencia de encuadres que trivializan la competencia deportiva de las mujeres con respecto a los hombres, como así demuestra la utilización de un mayor número de mecanismos que matizan el deporte “femenino”, hacen alusiones a través del nombre de pila, infantilizan y enfatizan la femineidad de las deportistas.

Siguiendo con los encuadres noticiosos, los resultados muestran también la presencia de un mayor número de encuadres que transmiten roles y estereotipos de género en las informaciones sobre deporte femenino y que, una vez más, alejan a las mujeres del universo deportivo. De manera concreta, los roles y estereotipos de género en los que aparecen representadas las deportistas de mayor a menor frecuencia son los siguientes:

- En primer lugar, la representación como seres emocionales, transmitiendo cómo son o cómo se sienten ante determinadas situaciones.
- En segundo lugar, las referencias a su vida personal o privada, mostrándolas como seres cercanos que no merecen respeto profesional.
- En tercer lugar, su aparición desempeñando roles tradicionales que les impiden adoptar otras identidades que vayan más allá del mundo privado, ya sea como madre, en el ámbito doméstico o asumiendo una actitud pasiva que no es propia del deporte.
- En cuarto lugar, su imagen como seres dependientes, bien de otras personas, generalmente hombres, o de factores externos ajenos a sus propios méritos. Esta forma de representación transmite el mensaje de que las mujeres no están preparadas para el triunfo y

que, por tanto, necesitan de la influencia de “algo o alguien más” para poder lograrlo.

- En último lugar, se transmite el estereotipo de belleza u objeto sexual siendo, por tanto, la forma de representación menos frecuente de las deportistas, quizás por ser la más explícita. En este sentido, en una sociedad como la actual en la que se defiende la igualdad, al menos formalmente, la imposición de argumentos ya no se hace por la fuerza sino por la propia naturalidad, y de ahí, que se utilicen otro tipo de mecanismos más sutiles (Bonino Méndez, 2004).

La presencia de este tipo de encuadres demuestra que, en muchos casos, las deportistas necesitan “algo más” que lo estrictamente deportivo para ser objeto de información. Si aplicáramos los mismos roles y estereotipos comentados a los hombres deportistas, se comprobaría que el efecto es muy distinto, porque, lo que parece como normal para las mujeres, se ve como anómalo para los hombres. En este sentido, cabe destacar la regla de la inversión como una medida eficaz para evitar la asignación de estereotipos y roles de género de forma diferenciada, y que consiste en intercambiar el tratamiento informativo que se ofrece a hombres y mujeres deportistas comprobando si el efecto es el mismo. Además, el impacto de género en hombres y mujeres deportistas no es igual, esto es, la crítica no tiene el mismo efecto si recae sobre aquellos que continuamente son representados y halagados, que sobre las deportistas que permanecen generalmente en el anonimato provocando que, en este caso, lo anecdótico se convierta en categoría (Gordillo Álvarez y Gómez Jarava, 2011; López Díez, 2011).

Como conclusión final puede decirse que, a pesar de la cantidad de éxitos obtenidos por las deportistas durante el período olímpico, este tipo de encuadres noticiosos impide el que sean retratadas como verdaderas competidoras y continúa perpetuando las estructuras de dominación masculinas dentro del de-

porte. Por tanto, la combinación de una mayor cobertura y un tratamiento adecuado de las informaciones sobre deporte femenino, supondría la conformación

de modelos deportivos femeninos consolidados para muchas mujeres y niñas que derivaría, en última instancia, en una mayor práctica deportiva.

## 6. Referencias bibliográficas

- Alfaro Gandarillas, E.; Bengoechea Bartolomé, M. y Vázquez Gómez, B. (2010): *Hablamos de deporte en femenino y en masculino*, Madrid, Instituto de la Mujer.
- Altés, E. y Gallego, J. (2004): “Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación”, en P. López, ed., *Manual de información en género*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión e Instituto de la mujer, pp. 37-68.
- Angulo, M. (2007): *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*, Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia, Consejo Superior de Deportes.
- ASPIC (2014): *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva*, País Vasco, Dirección de Juventud y Deportes del Gobierno Vasco.
- Barbero González, M.A (2015): *Tratamiento informativo del deporte femenino español en los Juegos Olímpicos de Verano en el Diario ABC (1924-2012) (Tesis doctoral)*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- Barbero González, M.A (2017): “Los Juegos Olímpicos de Río 2016: la explosión del deporte femenino español en El Diario ABC”, *Citius, altius, fortius*, 10(1), pp. 39-50.
- Billings, A.C., Angelini, J.R., y Duke, A.H (2010): “Gendered Profiles of Olympic History: Sportscaster Dialogue in the 2008 Beijing Olympics”, *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, 54(1), pp. 9-23.
- Bissell, K. y Duke, A.M. (2007): “Bump, set, spike: An analysis of commentary and camera angles of women’s beach volleyball during the 2004 summer Olympics”, *Journal of Promotion Management*, 13(1-2), pp. 35-53.
- Bonino Méndez, L. (2004): “Las microviolencias y sus efectos: Claves para su detección”, en C. Ruiz-Jarabo y P. Blanco, Pilar, eds., *La violencia contra las mujeres*, Madrid, Diaz de Santos, pp. 83-100.
- Bruce, T.; Hovden J. y Markula, P. (2010): *Sportswomen at the Olympics: A Global Content Analysis of Newspaper Coverage*, Rottentam, Sense Publishers.
- Cooky, C.; Messner, M.A. y Musto, M. (2015): “It’s dude time! A quarter century of excluding women’s sports in televised news and highlight shows”, *Communication y Sport*, 3(3), pp. 261-287.
- Fink, J.S. (2015): “Female athletes, women’s sport, and the sport media commercial complex: Have we really come a long way, baby?”, *Sport Management Review*, 18(3), pp. 331-342.
- Gordillo Álvarez, I., y Gómez Jarava, N. (2011): “Posmachismo en televisión: representaciones de actitudes y comportamientos micromachistas en la publicidad no convencional”, *Razón y Palabra*, 76, pp. 1-26.
- Guerrero Salazar, S. (2017): *La prensa deportiva española. Sexismo lingüístico y discursivo*, Córdoba, UCOPress. Editorial Universidad de Córdoba.
- Ibáñez, E. (2001): “Información sobre deporte femenino: El gran olvido”, *Apunts. Educación física y deportes*, 3(65), pp. 111-113.
- Jones, A.H. (2011): “Visual and Verbal Gender Cues in the Televised Coverage of the 2010 Winter Olympics”. *International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 6(2), pp. 199-216.
- Kian, E.T.M.; Mondello, M. y Vincent, J. (2009): “ESPN. The Women’s Sports Network? A Content Analysis of Internet Coverage of March Madness”, *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, 53(3), pp. 477-495.
- López Díez, P. (2011): *Deporte y mujeres en los medios de comunicación: sugerencias y recomendaciones*, Madrid, Consejo Superior de Deportes.
- Macharia, S.; O’Connor, D. y Ndangam, L. (2015): *Who Makes the News?: Global Media Monitoring Project 2015*, Toronto, World Association for Christian Communication.
- Neuendorf, K. (2004): “Content analysis: A contrast and complement to discourse analysis”, *Qualitative Methods: Newsletter of the American Political Science Association Organized Section on Qualitative Methods*, 2(1), pp. 33-36.
- Pedelty, M., y Kuecker, M. (2014): “Seen to be heard? Gender, voice, and body in television advertisements”. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 11(3), pp. 250-269.
- Pedraza Bucio, C.I (2012): “Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes”. *Derecho a comunicar*; (4), pp. 46-69.
- Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [Recuperado el 27 de junio de 2019].
- Rojas Torrijos, J.L (2010): “La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista”, *Vivat Academia*, (113), pp. 122-136.
- Sainz de Baranda Andújar, C. (2014): “Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles”. *Cuadernos de psicología del deporte*, 14(1), pp. 91-102.
- Sánchez Bello, A. (2004): “La construcción de la Agenda Setting desde los medios de comunicación”, en P. López, ed., *Manual de información en género*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión e Instituto de la Mujer, pp. 29-36.
- Vicente-Mariño, M. (2006): Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica, en *IX Congreso IBERCOM*, Sevilla, Universidad de Sevilla.
- Wimmer, R.D., y Dominick, J.R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Barcelona, Bosch.