



La mujer solo aparece en un cinco por ciento de la prensa deportiva, según un estudio de la Universidad Carlos III de Madrid

- *Las diferencias se incrementan si se considera que no todas las mujeres que aparecen pertenecen al ámbito deportivo*
- *Esta situación no ha mejorado de forma significativa con el paso de los años.*

Getafe, 09/06/2014. **La presencia de la mujer en la prensa deportiva es notablemente inferior a la del hombre. En concreto, la mujer tan solo aparece en un 5 por ciento de los casos, mientras que el hombre lo hace en más de un 92 por ciento, según una investigación de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M).**

La mujer es sujeto noticioso en la prensa deportiva impresa únicamente en el 5,11% de los casos, unas veces sola (2,18%) y otras acompañada por hombres (2,93%). En cambio, el hombre protagoniza este tipo de informaciones en el 92,2% de los casos, según una investigación presentada recientemente por la profesora de la UC3M, Clara Sainz de Baranda, en la *II International Conference Gender and Communication*. “El 5% restante son informaciones neutras, por lo que, en este tipo de temas, como balones de fútbol, campos, pabellones, porterías... los hombres tienen más presencia cuantitativa que las mujeres”, apunta esta profesora del departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la universidad.

Esta situación no ha mejorado de forma significativa con el paso de los años. Los resultados del análisis de los cuatro principales diarios deportivos españoles realizado por esta investigadora varían en función de la provincia. En los periódicos de Madrid se observa un retroceso en las informaciones protagonizadas por mujeres en las últimas décadas: en Marca, ha pasado del 5,6% en el año 1979 al 4,22% en 2010; y en As, del 7,72% en 1979 al 4,45% en 2010. En los diarios catalanes, en cambio, aumenta: en Sport, del 2,63% en 1979 ha subido al 3,3% en 2010; y en Mundo Deportivo, se ha incrementado del 2,5% en 1979 al 5,05% en 2010.

Estas diferencias se incrementan si se considera que no todas las mujeres que aparecen en las informaciones de estos diarios especializados pertenecen al ámbito deportivo. De hecho, un estudio reciente publicado en “Cuadernos de psicología del deporte” diferencia entre dos perfiles de mujeres: las propias del ámbito deportivo (jugadoras, entrenadoras) y otras que denomina como “invitadas”, que por lo general son parejas, familiares, famosas o aficionadas. “A nivel cuantitativo tienen más presencia las primeras (un 86,8%); pero, a nivel cualitativo, la mujer invitada tiene mucha más presencia por el tamaño de la información, fotografías, tipos de páginas que ocupa, etc.”, explica la investigadora. Además, en este tipo de imágenes el estereotipo más fomentado es el relacionado con los atributos femeninos; así, suele presentarse a la mujer que como arquetipo decorativo o como objeto de deseo.

Esta desigualdad se hace patente también en otros elementos periodísticos. En los titulares solo aparecen nombres femeninos en el 2% de los casos y únicamente en un 0,81% de las referencias se incluyen citas de mujeres. “En casi el 50% de los casos los hitos de las deportistas quedan reducidos a



un simple breve, el género más humilde del periodismo, lo que supone un reduccionismo en el tratamiento de estas informaciones”, señala Sainz de Baranda, que ha publicado su tesis doctoral sobre este tema.

Los datos dejan claro que, si el fútbol es el deporte “rey” (65,71%), la “reina” es el tenis (29,35%). En el caso de las informaciones “mixtas”, el deporte más frecuente es el atletismo (23,29%). Del mismo modo, el fútbol es el tema más recurrente de las informaciones “neutras” (20,4%), entre las que abundan las centradas en el estado del césped, los estadios de fútbol, material deportivo, etc. “En los medios aparecen todos los aspectos relacionados con el mundo del fútbol, que van aumentando a lo largo del tiempo y contribuyen a agravar el viejo problema de la desinformación y la descompensación informativa”, comenta la profesora. A excepción del fútbol, los éxitos en la mayoría de deportes no se siguen de modo constante en las páginas de estos diarios; se habla de ellos, pero de manera muy puntual. “Y como la mujer triunfa en deportes con menor cobertura y su presencia es inferior, su invisibilidad aumenta”, recalca.

Entre las barreras que dificultan que la mujer pueda dedicarse profesionalmente al deporte destaca la persistencia de ciertos estereotipos, la escasez de ayudas públicas destinadas al fomento de la práctica deportiva femenina y la inexistencia de incentivos económicos para que las empresas inviertan en estas competiciones por el “supuesto” menor espectáculo que suponen.

Otra de las causas que provocan esta situación es que las futbolistas no pueden ser profesionales. “Existe un real decreto (Real Decreto 1835/1991, de 20 de diciembre, sobre Federaciones deportivas españolas) que permite que las federaciones, la de fútbol en concreto, no profesionalice a las mujeres en igualdad de condiciones que los hombres”, denuncia la investigadora. “Aducen que, económicamente, no es rentable que una mujer juegue como profesional, pero en realidad no es un problema de rentabilidad, sino un problema de derechos laborales fundamentales”, sentencia.

Tesis: Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010).
Autora: Clara Sainz de Baranda Andújar. Dpto. de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la UC3M.
Directores: Pilar Diezhandino y Ángel Bahamonde. Año: 2013. [URI e-archivo de la UC3M](#)

Artículo: Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles. Autora: Clara Sainz de Baranda Andujar. Cuadernos de psicología del deporte. Vol. 14, Nº. 1, 2014, págs. 91-102. ISSN 1578-8423. [URI e-archivo de la UC3M](#)

Comunicación: Deportes en la prensa deportiva: ¿una cuestión de género? Clara Sainz de Baranda Andújar. II [International Conference Gender and Communication](#). Sevilla, 1 al 3 de abril de 2014.

Más información:

Datos de contacto para entrevistas:

- **Clara Sainz de Baranda.** Dpto. Periodismo y Comunicación Audiovisual de la UC3M
- Teléfono: 649 289 238. E-mail: cbaranda@hum.uc3m.es

Vídeo entrevista a la investigadora: <http://youtu.be/-RBVNEiCcVM>

Web de la Oficina de Información Científica de la UC3M:

http://portal.uc3m.es/portal/page/portal/actualidad_cientifica/noticias/mujer_prensa_deportiva