

TRABAJO FIN DE GRADO

LA PRESENCIA DE LA MUJER EN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN
DEPORTIVOS

A PRESENZA DA MULLER NOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN DEPORTIVOS

WOMAN'S PRESENCE IN SPORTS MEDIA



CURSO ACADÉMICO 2016/2017

AUTORA: CLAUDIA LÓPEZ LÓPEZ

TUTORA: MARIA JOSÉ MOSQUERA GONZÁLEZ

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. JUSTIFICACIÓN	3
1.2. OBJETIVOS	3
2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA: “LA PRESENCIA DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS”.	4
2.1. MARCO TEÓRICO	4
2.1.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS	5
2.1.2. MUJER Y DEPORTE	7
2.1.3 MUJER PERIODISTA	10
2.1.3. LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS	13
2.2. METODOLOGÍA	19
2.3 RESULTADOS	21
2.4. DISCUSIÓN	35
2.5. CONCLUSIONES	43
2.6. BIBLIOGRAFÍA	45
3. ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS	49
3.2. COMPETENCIAS TRANSVERSALES	59
3.3. COMPETENCIAS NUCLEARES	64
3.4. GRADO DE ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS	66
3.5. COMPETENCIAS DEL GRADO UTILIZADAS EN EL TFG	67
3.5. ANÁLISIS DE LAS ÁREAS FORMATIVAS	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sexo periodistas en relación a la temática principal según el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (WACC, 2015).	12
Figura 2: Presencia general de mujeres y hombres en las noticias según el Proyecto Global de Monitoreo de Medios (WACC, 2015).	13
Figura 3: Presencia de mujeres y hombres como sujetos de la noticia en su país, según el medio. (WACC, 2015).	14
Figura 4: Función de las mujeres (prensa, radio y televisión) según el Proyecto Global de Monitoreo de Medios (WACC, 2015).	18
Figura 5: Periodistas mujeres y hombres en el deporte televisado según CCA(2008) en el Estudio sobre Género y Deporte en Televisión.	18
Figura 6: Competencias del grado utilizadas para el TFG.	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados totales obtenidos en función de las combinaciones de palabras.	20
Tabla 2: Criterios de inclusión y exclusión.	20
Tabla 3: Número final de artículos seleccionados.	21
Tabla 4: Resultados. Investigaciones a cerca de la imagen de la mujer deportista en los medios de comunicación deportivos.	22
Tabla 5: Resultados. Revisiones a cerca de la imagen de la mujer deportista en los medios de comunicación deportivos.	28
Tabla 6: Resultados. Investigaciones a cerca de la mujer periodista en los medios de comunicación deportivos.	29
Tabla 7: Resultados. Investigaciones sobre la influencia de presencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos.	32
Tabla 8: Resultados. Revisiones sobre la influencia de la presencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos.	33
Tabla 9: Resultados. Proyectos para mejorar la imagen de la mujer en los medios de comunicación deportivos.	34
Tabla 10: Análisis de las competencias específicas.	50
Tabla 11: Análisis de las competencias transversales.	59
Tabla 12: Análisis de las competencias nucleares.	64

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Publicación del diario Marca que revolucionó las redes sociales por su contenido machista. Actualmente el artículo está encabezado por otra fotografía. (Ferrero, 2016).	16
Imagen 2: Definición de la jugadora de voleibol Winifer Fernández en diferentes medios latinoamericanos (Ferrero, 2016).	17
Imagen 3: El periódico italiano <i>QS Quotidiano Sportivo</i> hace referencia a las deportistas como “El trío de las gorditas roza el milagro olímpico”, hecho que supuso el despido del director del noticiero (Ferrero, 2016).	17
Imagen 4: El mérito de conseguir una medalla olímpica no pareció ser suficiente para que el <i>Chicago Tribune</i> llamase a Corey Cogdell por su nombre en este tweet (Ferrero, 2016).	17
Imagen 5: El periódico de Texas <i>The Eagle</i> , da prioridad a un logro masculino aún siendo menos importante que el conseguido por la nadadora Katie Ledecky pero claro, es mujer (Ferrero, 2016).	17

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Grado de adquisición de las competencias.	66
Gráfico 2: Competencias del grado utilizadas y no utilizadas en el TFG.	68
Gráfica 3: Competencias específicas, transversales y nucleares utilizadas en el TFG.	68

1. INTRODUCCIÓN

El Grado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte tiene como fin preparar a futuros profesionales del sector deportivo, educación física, gestión deportiva y salud. Una de sus asignaturas es el Trabajo Fin de Grado, la cual se encuentra programada para el último curso y supone un total de 6 créditos ECTS.

Con el Trabajo Fin de Grado el alumno tendrá que reflejar, aplicando el método científico, los conocimientos y competencias adquiridas en el grado relacionadas con el tema preferido por el alumno. Éste también puede decidir el tipo de trabajo que quiere realizar, dentro de las opciones de investigación, revisión bibliográfica o proyecto de intervención. Además, el trabajo tendrá que contar con una valoración de las competencias adquiridas y necesarias para la realización del trabajo fin de grado, relacionándolas con las competencias obtenidas después de los cuatro años de estudio del alumno en la Facultad de Ciencias del Deporte y la Educación Física.

1.1. JUSTIFICACIÓN

Tras haber realizado la asignatura de Practicum en el periódico deportivo '*Deporte Campeón*', me he aficionado mucho más al mundo del periodismo deportivo y he podido vivir en primera persona (leyendo, escribiendo, acudiendo a ruedas de prensa, entrevistas, etc.) el tratamiento de la información en este mundo.

Desde la facultad, siempre se nos han intentado inculcar valores de género e igualdad que, por desgracia, en el mundo del deporte a veces se dejan a un lado debido a la arcaica tradición que excluye a las mujeres de esta área y con la que estoy totalmente en desacuerdo.

Es por esto que creí oportuno conocer más a fondo el tratamiento de información que se da de la mujer en los medios de comunicación deportivos para así tratar la situación actual, compararla con el pasado y, si fuese necesario, saber como se podría mejorar o cambiar esta situación. Por otro lado, también me pareció interesante comprobar quien está detrás de estas informaciones a las que nos referimos, puesto que el deporte es tradicionalmente masculino, pero el mundo del periodismo deportivo no lo es menos. Por experiencia propia, en *Deporte Campeón*, donde he realizado mis prácticas como digo anteriormente, solamente una mujer ocupaba un puesto de redactora, frente a doce hombres redactores.

En mi caso, decidí realizar una revisión bibliográfica debido a que, además de conocer cuál es la presencia de la mujer deportista y periodista en los medios deportivos, podría comprobar la importancia que se le da o no a este tema en la actualidad, intentando realizar una búsqueda profunda y viendo la cantidad de artículos científicos que puedo encontrar que se ajusten a esta temática.

1.2. OBJETIVOS

El objeto de esta revisión bibliográfica será el de buscar evidencias científicas donde se trate la situación de la mujer en los medios de comunicación deportivos, estableciendo como objetivo principal:

- Conocer los estudios e investigaciones que analizan la presencia de la mujer (deportistas y periodistas) en los medios de comunicación deportivos.

Teniendo en cuenta este objetivo también se tratará de atender a los siguientes:

- Conocer la presencia actual de la mujer deportista reflejada en los medios de comunicación.
- Describir cuál es la imagen que se da de las deportistas en los medios.
- Conocer la presencia actual de las periodistas deportivas en los medios.
- Describir cuál es la imagen de las periodistas deportivas en los medios.
- Conocer las consecuencias de la ausencia de las deportistas en los medios de comunicación.
- Conocer propuestas para mejorar la situación de la presencia e imagen de las deportistas en los medios de comunicación.

2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA: “LA PRESENCIA DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS”.

2.1. MARCO TEÓRICO

Para conocer la situación de la mujer deportista y periodista en los medios de comunicación deportivos en una momento en la que la demanda informativa deportiva crece a la vez que el deporte aumenta en influencia y practicantes, trataremos de esclarecer las temáticas que engloban esta revisión bibliográfica. Para ello, será importante primero definir los siguientes conceptos:

Estereotipo de género: “Creencias compartidas socialmente por las personas de una sociedad dada, que asignan ciertas cualidades, según estas sean mujeres u hombres” (Rodríguez, 2014, p.8).

Sexismo: “Actitud discriminatoria dirigida a las personas en virtud de su pertenencia a un determinado sexo biológico, en función del cual se asumen diferentes características y conductas” (Garaigordobil y Aliri, 2011, p.332).

Roles de genero: “Papeles o funciones que se atribuyen diferencialmente a hombres y mujeres y que se manifiestan en determinados comportamientos y conductas, socialmente esperados y aplicados artificialmente” (Rodríguez, 2014, p.10).

Machismo: “Sobrevalorar las características masculinas y devaluar las femeninas” (Rodríguez, 2014, p.12).

Androcentrismo: “Visión del mundo y de las cosas, en la que los hombres son el centro y la medida de todas ellas, ocultando y haciendo invisible todo lo demás, entre ellas las aportaciones y contribuciones de las mujeres a la sociedad” (Rodríguez, 2014, p.15).

2.1.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS

Los medios de comunicación ejercen un papel fundamental y necesario para dar a conocer las historias de actualidad o las victorias y las derrotas de cualquier evento deportivo. Son informaciones cada vez más demandadas, debido a que el deporte se ha convertido en uno de los fenómenos más populares de nuestro tiempo.

Como defiende Arnaldo (2012), la socialización en el deporte empieza a surgir en el siglo XVII cuando las clases altas comenzaron a agruparse para realizar juegos por equipos, a la vez que los deportes de guerra pasaban a transformarse en deportes de combate como la lucha. Pero no podemos decir, hasta el siglo XIX, que se ha producido el cambio al deporte social. Cambio motivado por la nueva organización de la sociedad, el aumento del tiempo de ocio y la posterior llegada de la Revolución Industrial. Que posibilitó desde Inglaterra la difusión del deporte como una nueva potencia social.

Estos hechos supusieron que en los últimos años del siglo XIX empezasen a publicarse las primeras informaciones de temática deportiva. Como argumenta Sainz de Baranda (2013a) el primer periódico deportivo que se conoce es *Sportman*, de origen londinense y fundado en 1883, que consolidó a Inglaterra como país pionero en prensa deportiva. Seguido de cerca por Francia, donde Piere Jiffard funda en 1892 el primer diario deportivo francés llamado *Le Vélo*, y por Estados Unidos al publicarse en 1895 una de las primeras informaciones deportivas en *The New York Journal*.

Por otro lado, pero al mismo tiempo, Arnaldo (2012) expone que en 1898 se publicó la primera fotografía deportiva en la revista francesa *La Vie au grand air*. Esto supuso la creación de los primeros héroes o ídolos deportivos como referentes para los espectadores del deporte. El deportista saltaba a la fama generando interés y negocio. Hecho que se ha mantenido y agravado en la actualidad, donde los deportistas alcanzan niveles increíbles de popularidad e ingresos.

En España en un primer momento se hicieron populares las informaciones relacionadas con la caza debido a la creación, en 1856, de la revista ilustrada procedente de Barcelona, *El Cazador*. Fueron las publicaciones alusivas al ciclismo, con la creación de *El Pedal* en el año 1869, y a la gimnasia, con la fundación en 1882 de *El Gimnasio*, las que continuaron con la difusión del nuevo género periodístico. La mayoría de estas primeras publicaciones sólo contaban con ejemplares de periodicidad quincenal, pero a partir del siglo XX, cuando el deporte pasa a transformarse en una herramienta social muy importante, el periodismo deportivo comienza a aumentar su relevancia y la prensa deportiva empieza a asentarse a lo largo de las comunidades españolas (Díaz Noci, 2000).

Alcoba (1993) cuenta como en Madrid, a principios del siglo XX, nacen múltiples cabeceras deportivas como *Revista Ilustrada de Sport*, *Gran Vida*, *España Sportiva*, *Heraldo Deportivo*, *Madrid Sport*, *Sports* y *Turismo o Madrid Sporting*. Además, cabe destacar el nacimiento del diario deportivo *Marca*, ya que es la primera de las cuatro cabeceras de prensa deportiva diaria actual. Como comenta Sainz de Baranda (2013a), apareció a finales de 1938 en San Sebastián, en un primer momento como: *Marca. Seminario gráfico de los deportes*. Dos años después se traslada a Madrid, motivado por el hambre del nuevo género periodístico, para ver impreso en noviembre de 1942 el primer número del diario *Marca*.

En cuanto al resto de potencias actuales, podemos afirmar que *Mundo Deportivo* es “la publicación deportiva española más antigua que aun se edita” (Sainz de Baranda, 2013a, p.40), tras comenzar su andadura en el mundo de la comunicación deportiva en el año 1906. Después de empezar como semanario, cuenta en la actualidad con seis rotativas repartidas por toda España, facilitando el acceso de los lectores a un periódico más que consagrado. El diario *As* apareció más tarde que sus colegas, como indica Sainz de Baranda (2013a), en 1967 y colocándose como líder de los diarios deportivos hasta que en 1988 fue superado por *Marca*. Se quedaba así en un segundo puesto que aún mantiene hoy en día. El último periódico de referencia en el panorama deportivo actual en ver la luz fue el diario *Sport*. Editado en Barcelona por primera vez en noviembre de 1979, se calificó como “el primer diario español con paginación a color y en un formato inusual que ha conservado y ha marcado personalidad” (Alcoba, 1993, p. 72).

Otros medios de comunicación no tardaron en hacerse eco de la expansión del deporte como género de interés social. La radio ha ido de la mano de la transformación del deporte al deporte-espectáculo, haciendo retransmisiones de las competiciones durante años. Propuesta de la que en un principio se recelaba por miedo a perder espectadores en los campos y/o estadios. Arnaldo (2012) cuenta como la primera transmisión se realizó con dificultades en 1925 desde el Palacio de Deportes de Bruselas. A lo largo de los años 30 se fue avanzando con nuevas técnicas de transmisión y acoplando el lenguaje a la situación del momento de juego. Las retransmisiones futbolísticas, que posteriormente van a preceder al boxeo, comenzaron a ser constantes.

En España no es hasta los años cincuenta cuando la radio aumenta en popularidad al irrumpir “los grandes programas deportivos, los llamados de larga vida” (Malvar, 2005). En 1952 se estrena en cadena SER *Carrusel Deportivo*, seguido por la creación de *Tablero Deportivo* en RNE pero sin la misma carga horaria y número de corresponsales que su precursor. Si algo cabe destacar también en la historia de la radio deportiva, es la modificación en cuanto al horario preferido para dichos programas. *Hora 25* en 1972 introduce el deporte en la programación nocturna, práctica que se mantiene hasta nuestros días. Este programa fue un espacio de cadena SER encabezado por la figura de José María García, considerado un referente de la radio deportiva española.

En el año 2001 se abre camino la primera emisora de radio íntegramente deportiva: *Radio Marca*. Actualmente esta emisora es un modelo consolidado pero, según Malvar (2005), no ha tenido la repercusión que se esperaba en un primer momento. Actualmente, el crecimiento de internet hace que el número de emisoras de radio en la red no pare de incrementarse. Después de la aparición en 2004 de *Sport Radio*, web de procedencia Suiza, se abre el camino a un entorno de mucha competencia, un campo muy extenso donde se pueden encontrar retransmisiones en directo de casi cualquier tipo de eventos deportivos con solamente un clic en nuestro ordenador.

Arnaldo (2012) evidencia que el medio de comunicación que más ha crecido en los últimos años ha sido la televisión, a causa del movimiento económico que suponen los pagos por derechos televisivos, publicidad y patrocinio. En 1954 se realiza la primera retransmisión de un partido de fútbol, concretamente del Mundial de Suiza, para ocho países. Esta fecha coincide con el primer programa grabado de deporte en España, como aporta Bonaut-Iriarte (2008), el 24 de octubre de 1954 se emitió la séptima jornada de la Liga Española de fútbol donde se enfrentaban el Real Madrid y el Racing de Santander.

Las dificultades que suponían estas retransmisiones animaron a las televisiones a adquirir mejores equipos que, junto al éxito que habían supuesto entre los espectadores, hicieron realidad la emisión del primer partido de fútbol en directo. El encuentro, en 1958, de la Liga de fútbol fue protagonizado por el Atlético de Madrid y el Real Madrid. El éxito que supuso esta nueva forma de ver el deporte impulsó la regularización de las emisiones deportivas en la televisión. En la actualidad, como bien infiere Marín Montín (2008) es casi impensable que un evento deportivo no tenga una retransmisión en un medio televisivo, o al menos alguna alusión a éste.

Aunque quizás no sea algo tan evidente no debemos olvidar que el cine es otro elemento de comunicación muy importante y que tiene gran influencia en la sociedad. Antes de la existencia de la televisión era el único recurso por el que se mostraban imágenes deportivas (Marín Montín, 2004) Los inicios del cine deportivo nacían en Gran Bretaña con *The Derby* (1896) y *Oxford-Cambrid Boat Race* (1899) y posteriormente se dirigió a Australia. En la mayoría de las ocasiones eran pequeñas filmaciones, solamente algunas escenas. Tal como avanzaba el deporte y su afición fueron haciéndose mas presentes los protagonistas con roles deportivos para la ficción. El boxeo fue una de las disciplinas deportivas favoritas en el cine mudo: el icono Charles Champlin en 1915 protagonizó *Charlot boxeador*, un filme que giraba entorno al ring. Títulos como *El ídolo de barro* (1949), *Carros de fuego* (1981), *Un domingo cualquiera* (2000) o *Cyclomanía* (2002) hacen notar que cualquier historia puede servirse de valores y elementos que posee el deporte y que es importante que ,como dice Marín Montín (2004), “los educadores de la actividad física deportiva y expertos en la imagen cinematográfica” deben trabajar juntos para “ensalzar la potenciación de los verdaderos valores del deporte” (p.113).

Mundiales, Juegos Olímpicos o Tour de Francia son eventos que actualmente mueven a cantidades inmensas de espectadores y hacen que encendamos la televisión, compremos un periódico o nos pongamos a escuchar la radio para informarnos de resultados, anécdotas o clasificaciones, influyendo con su información en la sociedad de una manera espectacular. Un dominio en la ciudadanía, del que a veces ni los propios medios son conscientes, que se debería aprovechar de una forma responsable aportando valores de trabajo, igualdad de género, hábitos saludables, etc. para resaltar los valores positivos del deporte y convertirlo en un medio para la mejora cultural.

“Los medios de comunicación sirven para informar y para entretener, para paliar la soledad para debatir ideas o para compartir emociones. Siendo tan importante el impacto que estos tienen sobre nuestras vidas, no es gratuito pensar que también conforman parte de nuestra percepción de la realidad, de cómo vemos el mundo, de cómo nos vemos a nosotros mismos y a los demás” (Bach et al., 2000, p.15).

2.1.2. MUJER Y DEPORTE.

Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010) defienden que el deporte ha sido históricamente un mundo de, por y para hombres, marcado por la exigencia física de su práctica y su agresividad. Esto suponía que la mujer se viese excluida a la hora de formar parte del terreno deportivo desde la antigüedad, argumentando que no debían poner en peligro sus cualidades femeninas ni alejarse del estereotipo femenino del momento.

Esta tradición, como comentan Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010), supuso la creación de múltiples mitos, estereotipos y prejuicios. Que el deporte masculiniza a las mujeres, que éste puede ser perjudicial para su salud y condición de madre, que las mujeres no tienen las capacidades necesarias para hacer deporte o la visión sexualizada de la vestimenta deportiva, son creencias que han alejado a la mujer de la práctica deportiva. Prejuicios de un androcentrismo del que se hacían eco no sólo los hombres si no también mujeres que iban en contra de cualquier otra que desease practicar algún deporte o ejercicio físico. Yendo así en contra de ellas mismas y en contra del avance de su papel en la sociedad, provocaban la creación de otro estereotipo: la mujer es la peor enemiga de la mujer (López Díez, 2008).

Otro de los prejuicios al que se ha tenido que enfrentar la sociedad es el de que existen deportes propios para mujeres y deportes propios para hombres. Como defiende García (2009), para las mujeres siempre se han considerado adecuados deportes más estéticos, actividades más suaves y poco competitivas como la danza, el aeróbic o gimnasias. Prácticas que no alterasen su cuerpo delicado y femenino. Mientras que para los hombres eran aquellas que resaltasen su virilidad, deportes de combate, de equipo, etc. Esto supone que si una mujer practica un deporte etiquetado como masculino ella pasará a ser un ‘marimacho’, tendrá cuerpo de hombre y no será atractiva. Pero, además, en este caso no sólo son las mujeres las que salen perjudicadas de esta creencia, sino que cualquier hombre que se interesase por una práctica ‘para mujeres’ sería cuestionado por su sexualidad, suponiendo para éste un rechazo en la sociedad.

Todos estos estereotipos son los que han supuesto que el porcentaje de mujeres deportistas haya sido siempre inferior al de los hombres. A lo largo de la historia podemos ver que la incorporación de la mujer ha sido lenta y desigual: En los atisbos de los mitos griegos aparecen mujeres practicando deporte, pero siempre de forma excepcional y caracterizadas por su masculinidad. En la Edad Media la llegada del cristianismo supuso un cambio en el ejercicio físico, dejando a un lado los espectáculos atléticos. Las mujeres de la élite comenzaban a practicar equitación y caza, prácticas que continúan realizando desde Renacimiento al siglo XVII, además de la danza y los juegos populares en las aldeas. Normalmente alejadas de la competición, no será hasta después de la Primera Guerra Mundial cuando las mujeres se incorporarán en mayor medida al deporte (Sainz de Baranda, 2013a).

En la reinstauración de los Juegos Olímpicos de 1896, Pierre de Coubertin, referente en la promoción del deporte, manifestó su opinión adversa a la idea de la inclusión de la mujer deportista. Argumentaba que las mujeres en el deporte solo están para coronar guirnalda al vencedor y las vetaba así en esa celebración de los primeros Juegos (Alfaro, Bengoechea y Vázquez, 2010). Este es un ejemplo más de que mujeres se han visto relegadas y rechazadas en el entorno deportivo a lo largo de los años. Pero, a pesar de todas estas limitaciones, la fuerza de aquellas que lucharon por la igualdad y por tener los mismos derechos que los hombres hacen que, como avala Sainz de Baranda (2013a), fomentaron que se empezase a producir el cambio. En los Juegos Olímpicos de 1900 en París, 22 participantes de un total de 997 atletas fueron mujeres, y la tenista Charlotte Cooper se consagró como la primera mujer olímpica laureada. A pesar de que el rechazo seguía siendo constante, iba aumentando la participación de atletas femeninas tanto en número como en las diferentes disciplinas de competición.

Una de las figuras más importantes del movimiento fue Alice Melliart, deportista francesa que enseguida vio los Juegos Olímpicos como “escaparate del deporte”, pero sin entender “que las mujeres a penas tuvieran acceso a ellos” (Sainz de Baranda, 2013a, p.89). La francesa fue la encargada de fundar diversas organizaciones para la promoción del deporte como el Club Fémina de París, la Federación de Sociedades Femeninas de Francia (FSFF) y La Fédération Sportive Féminine Internationale (FSFI). Impulsaba un cambio necesario para la mujer deportista, que se ha ido magnificando hasta nuestros tiempos. Fue la FSFI la encargada de celebrar los primeros Juegos Mundiales Femeninos organizados en París en el año 1922. Como recoge García (2009) fue una respuesta al rechazo por parte de la Federación Internacional de Atletismo ante la posibilidad de la inclusión de las pruebas femeninas en sus mundiales.

Actuaciones como las de Melliart han sido las que han logrado y siguen logrando la visibilización de la mujer respecto al hombre, no sólo en terreno deportivo si no en cualquier ámbito de poder. En 1981 se consiguió que dos mujeres, Flor Isava y Pitjo Haggman, pasasen a formar parte del COI. En Mayo de 1994, con apoyo del COI, se celebró la primera *Conferencia Internacional sobre la Mujer y el Deporte* en Reino Unido, donde se estableció una estrategia internacional para el deporte femenino, cuyo objetivo sería “el desarrollo de una cultura deportiva que permita y valore la plena participación de las mujeres en todos los campos del deporte” (Sainz de Baranda, 2013a, p.98). Su afluencia y relevancia hizo que, dos años después se celebrase la primera *Conferencia Mundial sobre Mujer y Deporte*. En ella se definieron políticas para promover el liderazgo femenino y hizo que el COI se impusiera como objetivo que a finales del año 2005 el 20% de los cargos directivos debían estar ocupados por mujeres en todos los Comités Olímpicos Nacionales y en todas las Federaciones Internacionales. Estas primeras pinceladas de lucha y actuación por la igualdad de la mujer en el mundo deportivo, en todas sus expresiones, fueron abriendo camino a las siguientes conferencias de mujer y deporte y al aumento de medidas por la equidad de género. Con el transcurso del siglo XX “la mujer en el ámbito competitivo ha logrado la consideración de deportista, en todos los sentidos, y se ha hecho efectiva durante el siglo XXI con la incorporación a todos los deportes. El cambio de paradigma a nivel internacional es un hecho” (Sainz de Baranda, 2013a, p.100).

En el caso concreto de España, Barbero (2016a) apunta el atraso del país en comparación a otros países europeos, ya no solo en el contexto deportivo si no en cuanto a lo social y cultural. Como era de esperar el deporte en España se introdujo como cosa de hombres a principios del siglo XX, pero incluso a estos se les miraba de forma extraña, pues la sociedad de la época no entendía el porqué ni el qué del deporte. El montañismo, la hípica, el golf y el tenis eran las modalidades preferidas por las mujeres deportistas en España, a las cuales solo podía acceder la élite. Las corrientes y grupos feministas impulsaron a gran cantidad de mujeres para que practicasen ejercicio físico como introducción a una nueva filosofía que impusiese su condición y papel en la sociedad. Se transformó así la visión del deporte de un objeto inalcanzable para la plebe a un símbolo culturizador y de independencia de la mujer al género masculino. Esta tendencia, que se iba a ver expandida en la II República, se vio truncada con el fagonazo de la Guerra Civil en 1936. A partir de ese momento la mujer volvía a verse relegada únicamente al entorno familiar y alejada de cualquier actividad deportiva. Fue la Sección Femenina la encarga de romper con este atraso y encabezar a niñas y mujeres, siempre dentro de unos parámetros muy ligados al Régimen, a la práctica del deporte.

En las últimas décadas nuestro país ha avanzado en materia deportiva. Cambio motivado por las medidas y objetivos internacionales que promocionan la mujer y el deporte, para intentar llegar al nivel de sus vecinos europeos y que las mujeres españolas puedan practicar y competir a todos los niveles. Como recoge Barbero (2016a), la participación y el número de deportistas mujeres va creciendo desde el último tercio del siglo XX, pero no hay que olvidar que en la actualidad, aunque la sociedad sea más igualitaria, las mujeres siguen chocando contra barreras a las que debemos de enfrentarnos. Debemos seguir buscando la equivalencia con el género masculino en cualquier papel de la sociedad, para lo que, como apunta Roca (2005), los medios de comunicación juegan un papel fundamental.

2.1.3 MUJER PERIODISTA.

Como ya se ha comentado anteriormente, en la sociedad se han mantenido estereotipos de género, que se han manifestado en el deporte y se han transferido a multitud de dimensiones cotidianas más, como es al mundo de la comunicación. Este hecho era de esperar debido a la arcaica exclusión de la mujer del mundo laboral, que establece 'lo normal' como el hombre trabajador para mantener a la familia y la mujer encargada de ocuparse de la casa y los niños.

Ufarte (2007) expresa como gracias a la conquista de diversos campos profesionales la incorporación de la mujer al mundo laboral ha ido desarrollándose de manera progresiva. En el caso de la comunicación actualmente el número de mujeres que trabajan de manera profesional en los medios de comunicación es mucho mayor. Hasta tal punto que son las mujeres las que obtienen el mayor porcentaje en cuanto a estudiantes de periodismo se refiere.

En el contexto de nuestro país, el primer contacto de la mujer con el mundo periodístico y comunicativo fue realizando colaboraciones con revistas y/o periódicos de forma anónima. Publicaban, bajo pseudónimos, mujeres de la alta burguesía intentando desafiar los cánones impuestos por la sociedad, no contentas con su rol de amas de casa. Es importante destacar como Beatriz Cienfuegos fue la gran precursora del periodismo español, al lograr publicar en 1763 y 1764 *La pensadora gaditana*, "un periódico semanal crítico sobre las costumbres masculinas y femeninas y otros temas de interés de la época" (Ufarte, 2007, p. 412). Tampoco debemos olvidar a Carmen Burgos Colombine, quien abrió camino a las redactoras de hoy en día al hacerse en 1903 con el primer puesto de redactora. En este caso, en el periódico progresista *Diario Universal*, donde ejerció como la primera mujer corresponsal de guerra y habló sin tapujos de lo irracional que, desde su punto de vista, eran esas matanzas y batallas innecesarias.

A pesar de contar en nuestra historia con referentes de tal espíritu no fue hasta la llegada de la década de los setenta cuando de verdad la mujer pudo introducirse en mayor medida al gremio. Ufarte (2007) afirma que hacia el año 1978 un grupo de mujeres periodistas comenzaron a hacer encuentros para buscar información y empezar a hacerse hueco en el mundo de esta profesión tan típicamente masculina. Estos encuentros fueron popularmente denominados como 'los desayunos de Ritz' donde solían coincidir personajes como Consuelo Álvarez de Toledo, Pilar Urbano, Charo Zarzalejo y Julia Navarro. Estos nombres iban a comenzar a aparecer en las

informaciones políticas más importantes del momento, consagrándose como referentes para el periodismo del sector femenino.

La imposición de la mujer en el periodismo también se trasladó a la televisión, popularizando los nombres de Soledad Alameda, Carmen Sarmiento y Mercedes Milá con la puesta en marcha del programa *Informe Semanal* en 1973. En sus puestos directivos se han incluido cinco mujeres a lo largo de su emisión. Fue Pilar Miró la encargada de abrir la veda en alcanzar un puesto de dirección en la TVE por el año 1986, para que años después haya un gran número de mujeres dirigiendo sus propios programas en televisión. Esta situación es más que latente en el medio radiofónico dónde es habitual que, como defiende Ufarte (2007), se encuentren mujeres que ocupen puestos de máxima responsabilidad. En contraposición, el mundo de los diarios sigue presidido por hombres y es poco frecuente ver a una mujer al mando en este sector comunicativo. Lo que ha dado lugar a que un gran número de periodistas se pronuncien al respecto, no sólo por la falta de equidad en cuanto a la selección de los puestos en función del género sino también por la diferencia en los sueldos que sigue existiendo cuando se trata de si eres mujer o hombre: “la prohibición expresa de la legislación española de discriminación salarial no evita que, en la práctica, la media de los salarios de las mujeres sea inferior a la de los trabajadores masculinos” (Alonso, 2004, p. 117).

También es importante comentar que a pesar de que la mujer se haya labrado un papel en los medios de comunicación esta desigualdad también se lleva a otros aspectos dentro de este mundo. Las temáticas que dirigen mujeres y hombres en los medios son diferentes y son ellos los que se suelen llevar las secciones más valoradas popularmente, como la política y la economía. Ufarte (2007) defiende que los temas de sociedad y culturales son los preferidos para que encabecen mujeres, como los programas de tipo ‘talk show’. Esta situación puede acabar limitando su trabajo a otros géneros periodísticos como es el deportivo, en el que es más común la presencia de hombres dirigiendo las comunicaciones.

El Proyecto de Monitoreo Global de Medios realizado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, 2015), es el estudio longitudinal más importante sobre la representación de las mujeres en los medios de comunicación. Analiza las principales potencias españolas de los informativos de radio, televisión, diarios impresos, diarios digitales y vía Twitter. Su principal objetivo es “sensibilizar, crear conciencia y fomentar el análisis desde la perspectiva de género” (Sainz de Baranda, 2013a). En él se recoge, como podemos ver en la Figura 1, que los temas que tengan que ver con la legalidad y la sociedad son más comúnmente comunicados por las periodistas. Pero se quedan en un segundo plano en política, deporte, y economía.

Otro dato a destacar que recoge este informe es la diferencia en la tendencia de edad en cuanto al sexo. En el caso de los hombres lo más habitual es que tengan entre 50 y 64 años mientras que las mujeres van a tener alrededor de 35 a 49 años (WACC, 2015).

Figura 1: Sexo periodistas en relación a la temática principal según el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (WACC, 2015).

Temática	Periodistas			
	Mujeres		Hombres	
	%	N	%	N
Política y gobierno	5%	6	9%	9
Economía	8%	10	11%	11
Ciencia y Salud	4%	5	2%	2
Social y Legal	73%	96	58%	56
Crimen y Violencia	5%	6	6%	6
Celebrities, Artes y Medios, Deportes	6%	8	13%	13
Otros	1%	1	0%	0
	100%	132	100%	97

Esta situación puede ser un reflejo de uno de los estereotipos más repetidos contra el que las mujeres se tienen que enfrentar continuamente, el de la mujer prototipo. Como argumentan Loscertales y Núñez (2009), la importancia del cuerpo y de la apariencia externa de las mujeres: todas debemos ser altas, delgadas, bellas y jóvenes. Independientemente de nuestras demás cualidades y de cual vaya a ser nuestro trabajo. La importancia de una presencia adecuada a los cánones establecidos va de la mano de la profesionalidad o el currículum de la mujer.

A pesar de esto no hay que pasar por alto que, como se refleja en la Figura 1, el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (WACC, 2015) recoge que el número de periodistas de sexo femenino es mayor que el número de periodistas de género masculino y se atribuye que las mujeres son el 44% las periodistas en la prensa escrita, el 59% en la radio y el 64% en la televisión. Esta situación puede venir ligada a la llamada feminización periodística, un fenómeno que se basa según Rivero, Meso y Peña (2015), en la idea de que la mujer se ha ido incorporando paulatinamente a la profesión periodística. Esta idea viene motivada por el aumento de mujeres que se gradúan en el Grado en Periodismo en España y, por otra parte, la influencia de este hecho en ciertos cambios del tratamiento de la información periodística.

Pero este fenómeno no se sustenta demasiado a nivel mundial. La mujer sigue teniendo un porcentaje menor que el hombre aunque ha avanzado con el paso de los años: del 28% en 1995 a 37% en 2009 (Hanitzch y Hanusch, 2012). Quizás tampoco se generalice a nivel nacional debido a que se encuentran otros estudios como explican Rivero, Meso y Peña (2015), donde se recoge que en la última década la presencia de la mujer en las redacciones ha aumentado pero solamente el 34% de las periodistas en España son mujeres. Es este motivo por el que Rivero, Meso y Peña (2015) y Soriano, Cantón y Díez (2011) entre otros autores infieren en que lo correcto sería hablar de una falsa feminización o pseudofeminización del periodismo a causa de la lentitud del cambio. Y, además, por las condiciones sociolaborales en las que se produce la incorporación de la mujer a este sector, caracterizadas por unos sueldos más bajos, caídas en estereotipos de imagen y problemas de compatibilización con la vida privada y familiar.

Aún así, es innegable el cambio que ha experimentado la mujer en el gremio a lo largo de los años, pero aún tenemos trabas contra las que las mujeres debemos de luchar. Por ello, como dice Ufarte (2007) las periodistas de todo el país crean asociaciones

integradas por mujeres de los diferentes medios de comunicación para “promover una imagen real y positiva de las mujeres en los medios defienden la igualdad de oportunidades en el acceso a los puestos de dirección y decisión en los medios” (Ufarte, 2007, p. 420).

2.1.3. LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS

Los medios de comunicación son herramientas decisivas en la socialización de las personas. La presencia e imagen que se da en ellos de la mujer será determinante a la hora de influir de una manera u otra en la población. Desde los medios de comunicación se pueden reforzar estereotipos y prejuicios que se propagan en las diferentes culturas a cerca de ambos sexos, sirviendo de modelos y guiando así las conductas de aquellos que los vean y quieran imitarlas. Influirán sobre todo en gente joven y pueden hacer que estos prejuicios perpetúen aun más en el tiempo debido a que son, o quieren ser, el reflejo de lo que debemos tener por realidad.

En el Proyecto Global de Monitoreo de Medios (WACC, 2015), del que ya hemos hablado anteriormente, se ha realizado un análisis de la presencia de las mujeres y hombres en las noticias de los diferentes tipos de medios y en función de la temática. A nivel general, como se puede observar en la Figura 2, las mujeres representan un porcentaje menor en cuanto a su aparición en las noticias (el 28% en prensa, radio y televisión y el 33% en internet y Twitter). En función de las temáticas solo superan al hombre en una categoría, siendo esta ‘Crimen y Violencia’ con un 51%, reflejando que el estereotipo de víctima es más atractivo cuando lo representa una mujer que un hombre (López Díez, 2002).

Figura 2: Presencia general de mujeres y hombres en las noticias según el Proyecto Global de Monitoreo de Medios (WACC, 2015).

Temática	Prensa, Radio, Televisión			Internet, Twitter		
	Mujer	Hombre	N	Mujer	Hombre	N
	%	%		%	%	
Política y gobierno	25%	75%	73	37%	63%	81
Economía	17%	83%	35	23%	77%	22
Ciencia y Salud	43%	57%	7	0%	100%	5
Social y Legal	29%	71%	352	21%	79%	71
Crimen y Violencia	51%	49%	61	37%	63%	57
Celebrities, Artes y Medios, Deportes	6%	94%	52	45%	55%	53
Otros	0%	0%	0	100%	0%	1
Global Mujeres	28%			33%		

En la Figura 3 podemos ver de manera más concreta como la presencia de la mujer en prensa, televisión y radio es menor independientemente del medio, y supone siempre un porcentaje más bajo que el 30% del total. Esta situación ya había sido expuesta por estudios como el de López Díez (2005) donde deduce que sólo el 14% del total de personas entrevistadas en radio y televisión son mujeres o por Spears, Seydegart y Gallagher (2000) en cuyo monitoreo a nivel mundial resuelven que las mujeres sólo representan un 18% en las noticias de prensa, radio y televisión.

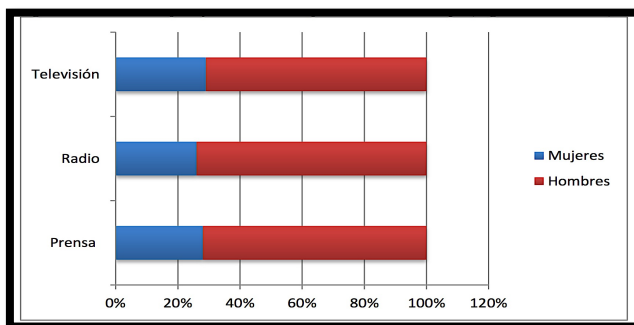


Figura 3: Presencia de mujeres y hombres como sujetos de la noticia en su país, según el medio. Proyecto Global de Monitoreo de Medios (WACC, 2015).

Cabe señalar, bajo el contexto propio de esta revisión bibliográfica, como en la Figura 2 podemos observar que el porcentaje dedicado a la mujer en la temática deportiva es increíblemente bajo con respecto al hombre. Sobre todo en prensa, radio y televisión, donde la presencia de la mujer supone solamente un 6% del total de las noticias. Era de esperar esta situación después de hablar de la dificultad que ha tenido la mujer a lo largo del transcurrir de los años para introducirse plenamente en el mundo deportivo. Y, además, por todas las trabas que a día de hoy aún quedan por superar, considerando que el deporte es el medio de referencia para ellas, y no de pertenencia.

Existen otros análisis que manifiestan la invisibilidad de la mujer en los contenidos de la comunicación deportiva como es el estudio sobre Género, Deporte y Televisión realizado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CCA) (2008). Tras realizar el análisis a medios nacionales y autonómicos, se ha recogido que únicamente el 4,75% del tiempo total de emisiones televisivas de deporte ha ido dirigido a mujeres, frente al 90,15% dirigido a hombres y un 5,11% a deporte mixto. Además, realizan una comparativa entre las emisiones autonómicas y nacionales, pero los resultados concluyen en que la poca presencia de la mujer deportista es “una constante nítidamente definida y estable” (CCA, 2008, p.48). Bishop (2003) argumenta que la presencia de la mujer en las páginas de los noticieros deportivos ha aumentado, pero se mantiene una ausencia casi total de las mujeres deportistas con respecto a los hombres. En el análisis realizado por Sainz de Baranda (2013a) los porcentajes de las informaciones deportivas protagonizadas por el sexo masculino también son mucho más elevadas con respecto a las femeninas (92,24% frente al 5,11%), de las cuales en aproximadamente la mitad (2,93%) van acompañadas por un protagonista varón. Angulo (2007) se une a estos argumentos cuando constata que en su análisis de 2.766 noticias de deporte polideportivo (sin fútbol) sólo un 8,61% eran de deporte femenino.

Es cierto, como apuntan Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010), que durante la celebración los Juegos Olímpicos sí se realiza una buena cobertura de las deportistas femeninas. Quizás este hecho viene motivado por el espíritu nacional de que estas lleven el país a lo más alto del pódium, pero es la única excepción en la que los medios, ya sean prensa, televisión o radio, son un buen escaparate del deporte femenino y de todas las disciplinas casi por igual. En el resto de temporadas deportivas no olímpicas los medios tienden a cubrir, además de poco, las disciplinas que siguen siendo consideradas como propias de las mujeres, por ejemplo el tenis o la gimnasia rítmica.

En múltiples ocasiones se recurre al argumento de que la preferencia de elección de las publicaciones sean de deportes masculinos es porque son ellos, los hombres, los que más consumen prensa deportiva. Hay que abrir los ojos y darse cuenta de que si no se

oferta más cantidad de información y no se añade contenido femenino se está limitando también al público y a los lectores. Se crea así una espiral que nunca acaba, ya que, como destacan Frideres y Palao (2006) por cada noticia en un periódico digital de deporte femenino hay quince referidas a disciplinas masculinas, y si yo busco algo que no encuentro, dejo de buscar.

No sólo es preocupante la escasa la presencia de la mujer: Ibáñez (2001) comenta como muchos medios tienden a representar a la mujer como un objeto, mostrándolas con poca ropa para aprovechar el cuerpo de éstas como reclamo y usualmente junto a contenido con una clara tendencia machista. Loscertales y Núñez (2009), basándose en diferentes obras que tratan los estereotipos de género en los medios de comunicación, establecen ciertos prejuicios que son constantes en el tratamiento de la información cuando ésta se refiere a mujeres: las mujeres tienen encomendadas únicamente las tareas de reproducción, mantenimiento del hogar y cuidado de la familia; la mujer debe ser frágil y sentimental mientras el hombre debe de ser enérgico, agresivo y fuerte; la mujer prototipo es aquella que es joven, delgada y de clase media o alta (el resto son la excepción); el mundo público es para los varones y el mundo privado para las mujeres; la responsabilidad de los hijos es sólo de la mujer; las dimensiones de intelectuales o profesionales se ven limitadas para las mujeres.

Debido a la presencia de estos estereotipos en el tratamiento de la información estas autoras mantienen que: “la imagen de la mujer y del hombre en los medios de comunicación todavía no refleja la pluralidad de papeles y funciones que ambos desarrollan en la sociedad actual, incluso hay secciones donde la invisibilidad de las mujeres queda latente. Uno de los factores que inciden en este hecho es su escasa presencia como fuente informativa” (Loscertales y Núñez 2009, p.442). Esta idea no refleja sólo que en los medios de comunicación se da una imagen distorsionada de lo que puede ofrecer la mujer a la sociedad sino que su presencia en las noticias de los diferentes medios va a verse relegada a un segundo plano, ya que las noticias protagonizadas por los hombres son consideradas como más interesantes o que van a atraer más al público.

Este hecho va a influir, como defienden Frideres y Palao (2006), en las conductas de los niños, adolescentes y población en general, ya que la información y los modelos de referencia que se obtienen sobre la práctica deportiva se consiguen a través de los medios de comunicación. Ibáñez (2001), desde esta perspectiva, apunta como la discriminación y ausencia de las mujeres deportistas y equipos femeninos en la prensa y los diferentes medios de comunicación van a tener consecuencias negativas para las niñas, adolescentes y mujeres en general, debido a que carecerán de referentes o modelos a seguir. En el caso de que alguna joven se vaya a interesar por el deporte, es muy fácil que pierda el interés al no contar con alguna ‘heroína’ en la que verse reflejada, pero si ver como el deporte para los varones es algo implícito en su vida diaria, mientras que para ellas no. Este pensamiento es compartido por diversos autores como Cunningham, Sagas, Satore, Amsden y Schellhase (2004), que opinan que si las mujeres no se ven representadas en los medios de comunicación no gozarán de ejemplos para emular. Esto puede propiciar un descenso de la tendencia a la práctica deportiva por parte de las mujeres y a la falta de implicación de las niñas en las aulas de educación física.

Un factor clave y fundamental cuando se trata del sexismo en la publicación de contenidos deportivos es el tratamiento del lenguaje, al que le corresponde al fin y al cabo ser uno de los mecanismos por el que vamos a recibir una información. “El lenguaje nunca es neutral. Un análisis del lenguaje revela significados sociales incrustados, incluyendo prejuicios sociales, estereotipos e inequidades abiertos y encubiertos” (Messner, Duncan y Jensen, 1993, p.132).

Según Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010) el discurso escrito y oral en la información deportiva hace invisibles a las deportistas y da el papel importante o de referente siempre al hombre aunque la protagonista del evento o noticia sea una mujer. Para estas autoras, las características del lenguaje utilizado en la información deportiva (p. 46) se pueden resumir en:

- Estereotipos de género tanto en las imágenes como en el lenguaje.
- Invisibilización de las mujeres incrementada por el uso sistemático del masculino genérico.
- Perspectiva androcéntrica.
- Poca valoración de los éxitos de las deportistas.
- Mezcla de noticias deportivas y expresiones valorativas sobre la mujer de marcado carácter machista.

Como dicen estas Alfaro et al. (2010), otra herramienta muy importante en la transmisión de los contenidos es la utilización de las imágenes en las noticias, las cuales son muy usuales en las noticias deportivas pero no tanto en deporte femenino. Normalmente en las noticias protagonizadas por mujeres deportistas, las fotografías (cuando las hay) son de tamaño pequeño, colocadas en un espacio poco importante de la página y, en muchas ocasiones, utilizando fotos con connotación sexista, utilizando el cuerpo femenino como reclamo o incluso ridiculizándola. Angulo (2007) realizó un estudio sobre las imágenes de las deportistas en los medios dónde sólo el 7% de las fotografías analizadas correspondían a mujeres. Además, concordando con los aspectos expuestos por Alfaro et al. (2010), concluía que en algunas ocasiones la aparición de imágenes referentes al deporte femenino eran negativas para el perfil de la mujer. Bishop (2003), en su investigación también tiene en cuenta las fotografías y comenta como es mucho más difícil encontrar fotografías de deporte femenino que masculino y que, en muchas ocasiones, se muestra a la mujer en un rol secundario.

En las imágenes siguientes podemos ver como se ejemplifica claramente el tratamiento sexista de la información y las manifestaciones de los estereotipos de género en diferentes medios de comunicación, competiciones y disciplinas deportivas durante los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro:

a) Tratamiento sexualizado de la información.



Imagen 1: Publicación del diario Marca que revolucionó las redes sociales por su contenido machista. Actualmente el artículo está encabezado por otra fotografía. (Ferrero, 2016).

b) Priorización del cuerpo y belleza de la deportista:



Imagen 2: Definición de la jugadora de voleibol Winifer Fernández en diferentes medios latinoamericanos (Ferrero, 2016).



Imagen 3: El periódico italiano *QS Quotidiano Sportivo* hace referencia a las deportistas como “El trío de las gorditas roza el milagro olímpico”, hecho que supuso el despido del director del noticiero (Ferrero, 2016).

c) La deportista queda relegada al papel de ‘novia de’:



Imagen 4: El mérito de conseguir una medalla olímpica no pareció ser suficiente para que el *Chicago Tribune* llamase a Corey Cogdell por su nombre en este tweet (Ferrero, 2016).

d) Priman los logros de los hombres independientemente de su importancia:

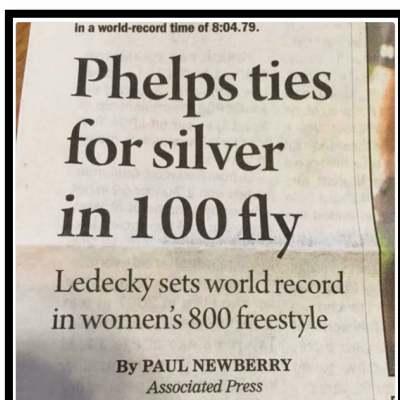


Imagen 5: El periódico de Texas *The Eagle*, da prioridad a un logro masculino aún siendo menos importante que el conseguido por la nadadora Katie Ledecky pero claro, es mujer (Ferrero, 2016).

Una de las razones a las que se les suele atribuir la falta de contenido en cuanto a deportes femeninos y sus connotaciones negativas, es a la escasa presencia de la mujer como fuente de información (Loscertales y Nuñez, 2009). El Proyecto Global de Monitoreo de Medios (WACC, 2015) representa, como podemos ver en la Figura 2, la función de las mujeres como fuente informativa en las noticias de prensa radio y televisión.

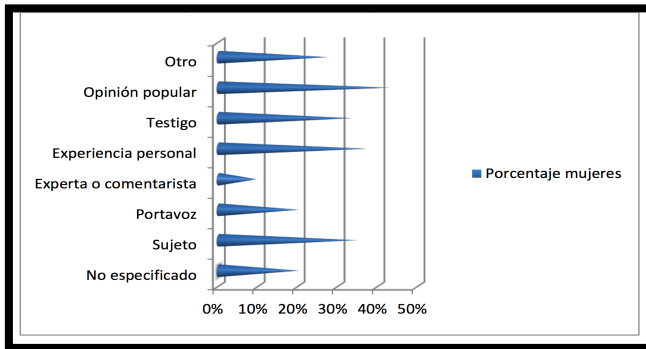


Figura 4: Función de las mujeres (prensa, radio y televisión) según el Proyecto Global de Monitoreo de Medios (WACC, 2015).

El porcentaje más alto se corresponde a la mujer como fuente de opinión con un 43% frente a la mujer experta o comentarista que supone solamente un 9% del total. Llegando a la conclusión de que los medios no recurren a las mujeres cuando necesitan un experto en una temática y se decantan fundamentalmente por los hombres como expertos y comentaristas. Esta situación se traslada totalmente a la temática deportiva, dónde las mujeres han ido cobrando poco a poco más peso como redactoras en los medios de comunicación deportivos, pero los puestos directivos siguen copados por hombres. El Estudio sobre Género y Deporte en Televisión (CAA, 2008) también tiene en cuenta la perspectiva de la mujer periodista en los medios de comunicación, revelando que en cuanto al papel de los presentadores, un 55% del total son hombres y un 45% son mujeres. Esta situación, bastante igualitaria no se traslada a la figura de los reporteros, donde el porcentaje de mujeres solo es de un 20,8%.

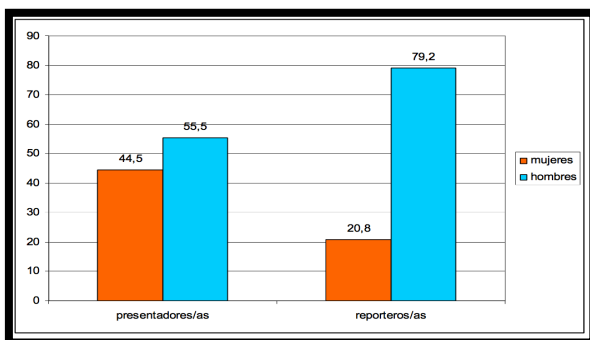


Figura 5: Periodistas mujeres y hombres en el deporte televisado según CCA(2008) en el Estudio sobre Género y Deporte en Televisión.

Además, las periodistas deportivas tienen que luchar contra el cliché conocido comúnmente como ‘chica chic’: “las mujeres periodistas que informan sobre deportes lo hacen como mero escaparate para atraer a más público masculino” (Román, 2016, p. 97). Esto es un hecho que podemos constatar con simplemente encender la televisión, poner un programa deportivo y ver como es habitual la presencia de una mujer atractiva que puede, o no, aportar contenido al programa más allá de su buena imagen. Esta situación implica que la periodista deportiva tenga que desmontar mitos y prejuicios, haciendo ver que, sea o no una cara bonita, está suficientemente formada y tiene el mismo interés y capacidades que cualquier hombre, para pertenecer al gremio. Por ello

deben luchar para se les reconozca de igual manera, tanto socialmente, como con un mayor número de ofertas de trabajo, sueldos más igualitarios y puestos adecuados en función de su talento como periodista.

Es funesto que se siga sosteniendo en la actualidad esta situación en nuestro país, después de contar con periodistas deportivas muy competentes y que como defiende Román (2016) son capaces de sobresalir entre sus compañeros masculinos. Podrían destacar Maria Escario (Premio Ondas), Susana Guash (La Sexta y A3), Olga Viza (Premio Ondas y Premio ATV), Cristina Gallo (autora del libro *Lgrimas por una medalla*), Sandra Sabatés (La Sexta) o Mari Carmen Izquierdo (As, TVE, Medalla de Plata al Mérito Deportivo, COE), pionera informante del deporte en nuestro país.

Por estos motivos las mujeres aún tienen bastante trabajo que hacer “para hacerse valer dentro de la profesión periodística en general y del periodismo deportivo en particular” (Román, 2016, p.101). El periodismo es una de las profesiones más condicionadas por los estereotipos sexistas y son ellas las que deben unirse y luchar por dejar de ser ‘novias de’ o un cuerpo bonito. Y, además, seguir la idea de Covarrubias (2009) cuando defiende que deben confiar en ellas mismas para demostrar a sus compañeros del otro género que son capaces de debatir sobre temas deportivos con buenos argumentos sin sentirse inferiores y propiciando el trabajo en grupo para mejorar también las relaciones laborales.

2.2. METODOLOGÍA

La búsqueda de información de esta revisión bibliográfica ha sido íntegramente realizada con fuentes digitales, estableciendo los últimos diez años como límite de fecha de publicación para escoger artículos actuales que tratasen el tema de la revisión.

Para la búsqueda se establecieron las siguientes palabras clave: *deporte, mujer, medios de comunicación, género, periodismo deportivo y sexismo (sport, women, media, gender, sports journalism and sexism)*. Cabe destacar que antes de establecer finalmente estas palabras clave, se hizo una primera búsqueda enfocada únicamente a la mujer y el periodismo deportivo, excluyendo *medios de comunicación* de las palabras clave anteriormente citadas. Se hizo necesario ampliar la búsqueda debido a los escasos resultados obtenidos en este primer intento, reflejo de la falta de material en cuanto al tema.

Las palabras clave elegidas fueron introducidas, en diferentes combinaciones, en las bases de datos con licencias para la UDC: DIALNET, SCOPUS y SPORTDISCUSS. Hay que señalar que las palabras clave fueron introducidas en español en la base de datos DIALNET y en inglés en las otras dos bases de datos consultadas. A continuación, en la Tabla 1 mostraremos un resumen con el número de resultados totales obtenidos en función de las combinaciones y de la base de datos donde se introdujeron.

A partir de la lista de resultados obtenida, en cada búsqueda se descargaron los artículos que, a priori, tenían relación con el tema y se descartaron desde un primer momento aquellos artículos que no mantenían como tema principal el elegido. Hay que destacar

que en ciertas ocasiones pretendía descargar alguno de los artículos de estas búsquedas pero no era posible debido a que la base de datos no tenía acceso a él, lo que reducía el número de resultados.

Tabla 1: Resultados totales obtenidos en función de las combinaciones de palabras.

COMBINACIONES DE PALABRAS	DIALNET	SCOPUSS	SPORTDISCUSS
Deporte, mujer y medios de comunicación (sports, women and media).	27	619	1281
Deporte, género y medios de comunicación (sports, gender and media).	134	610	530
Periodismo deportivo y mujer (sports journalism and women).	168	21	228
Periodismo deportivo y género (sports journalism and gender).	43	16	73
Periodismo deportivo y sexismo (sports journalism and sexism).	2	2	21
Deporte, medios de comunicación y sexismo (sports, media and sexism)	4	21	51

Para seleccionar con más profundidad los artículos válidos para esta revisión bibliográfica en función de los objetivos establecidos se han mantenido los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

Tabla 2: Criterios de inclusión y exclusión.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
Artículos realizados por expertos.	Artículos que traten sólo la imagen de la mujer en los medios de comunicación en general.
Artículos que presenten siempre temática deportiva, género y medios de comunicación.	Artículos que se ciñan a comentar solamente a la mujer periodista y no a la periodista deportiva.
Artículos publicados a partir del año 2005.	Artículos con procedencia dudosa.
	Temática de mujer deportista sin ser relacionada con los medios.

Los artículos ya descargados que se alejaban de los criterios de inclusión seleccionados y/o que mantenían algún criterio de exclusión se han ido eliminando para descartar información poco útil y recopilar aquellas publicaciones óptimas para el trabajo a realizar. Además, también hay que señalar que en muchas ocasiones se habían descargado los mismos artículos en búsquedas diferentes, tanto entre la búsqueda en una misma base de datos como entre búsquedas de las diferentes bases de datos, lo que supone el descenso del número de artículos totales para esta revisión. Es importante apuntar, debido a que esto puede influir en el número total de artículos seleccionados por base de datos, que el orden en el que se consultaron las bases de datos es el expuesto tanto en la Tabla 3 como en la Tabla 5: primero se consultó Dialnet, después Scopus y finalmente Sportdiscuss.

Tabla 3: Número final de artículos seleccionados.

	DIALNET	SCOPUS	SPORTDISCUSS	TOTAL
ARTICULOS DESCARGADOS	48	25	19	92
ARTICULOS SELECCIONADOS	20	9	1	30

Por último debo apuntar que de estos artículos que se han recogido han salido más publicaciones tras buscar en su bibliografía, que han resultado útiles para la realización del marco teórico de este trabajo y han sido buscados en las mismas bases de datos citadas en este apartado. Aún así, ha sido difícil buscar autores de referencia en cuanto a este tema, ya que no existe demasiado interés científico y al consultar la bibliografía de los artículos encontrados en busca de autores consagrados que fuesen referencias comunes en los diferentes estudios, no se encontraban demasiadas coincidencias.

2.3 RESULTADOS

Después de explicar como se ha llevado a cabo la búsqueda de información se presentan 6 tablas como cuadros resumen de los artículos escogidos. Los he realizado en función de los temas a tratar y en función del tipo de artículo para facilitar así la comprensión de los resultados. En los cuadros, los artículos están ordenados siguiendo el año de publicación, de más antiguo a más reciente. Cabe señalar que en el apartado 'AUTOR Y AÑO' de las tablas resumen he señalado los nombres completos de los autores, siempre que ha sido posible, y no sólo la referencia bibliográfica, para comprobar si las publicaciones estaban escritas en mayor medida por hombres o por mujeres y sacar conclusiones posteriores al respecto.

A) Investigaciones a cerca de la presencia de la mujer deportista en los medios de comunicación deportivos.

Tabla 4: Resultados. Investigaciones a cerca de la imagen de la mujer deportista en los medios de comunicación deportivos.

TÍTULO	AUTOR Y AÑO	MUESTRA	METODOLOGÍA	RESULTADOS
La imagen de la mujer en la prensa deportiva de quiosco de Sevilla.	José Manuel Gómez y Méndez, Sandra Méndez Muros y Noelia García Estévez, 2011.	35 ejemplares de la semana del 4 al 10 de abril de 2011, un ejemplar de cada periódico (As, Marca, Sport, Estadio Deportivo y Mundo Deportivo).	Análisis comparativo del contenido en su vertiente cualitativa y cuantitativa centrándose en tres focos: Roles de la mujer en las imágenes de prensa deportiva, sesgos machistas en textos y sesgos machistas en publicidad.	<ul style="list-style-type: none"> • El rol de la mujer deportista ocupa el mayor porcentaje, un 47%. El 15% la mujer como objeto de deseo y un 5% mujer como familiar de hombres deportistas. • Todos los periódicos cuentan con espacios con sesgos machistas. • La mujer es utilizada como reclamo, se convierte en un producto publicitario en si mismo para periódicos fundamentalmente dirigidos al sector masculino.
Mujer y cine: un acercamiento al rol femenino en la cinematografía deportiva.	Augusto Rembrandt Rodríguez Sánchez, Joaquín Piedra de la Cuadra, Gonzalo Ramírez Macías y Francis Ries, 2012.	74 películas con temática deportiva seleccionadas de entre el año 2000 y el año 2009.	Siguiendo a Bardin (1986), Krippendorff (1990) y Neuendorf (2002), el diseño de investigación queda definido en tres fases: pre análisis, codificación y análisis e interpretación.	<ul style="list-style-type: none"> • En 46 películas (72,16%) aparece algún personaje femenino realizando algún tipo de actividad física, siendo la mitad prácticas asociadas tradicionalmente a mujeres. • Sólo 7 de 32 películas de deportes de equipo son practicados por mujeres. • De 830 protagonistas 263 son personajes femeninos. En el caso de los personajes secundarios, de 129 sólo 24 eran mujeres. • La indumentaria de los personajes femeninos era mayoritariamente de vestir (60,89%) y no de deportivo (23,27).
La imagen de la mujer en la prensa	Javier Mayoral Sánchez y Pinar Agudiez	Portadas de Marca y As en formato digital durante dos semanas	Ficha de análisis que combina aspectos cuantitativos y	<ul style="list-style-type: none"> • Hombres: 91,04%, mujeres deportistas: 7,07% y mujeres no deportistas: 1,89%. • Solo 25 de 251 noticias de deporte femenino

deportiva digital: análisis de las portadas de marca.com y as.com	Calvo, 2012.	(56 portadas). 20604 piezas textuales y 2798 piezas fotográficas.	cualitativos. Dos análisis diarios.	ubicadas de manera preferente. <ul style="list-style-type: none"> • El 60,64% muestra o insinúa desnudez de los pechos de la mujer. • El 82,47% de las piezas contienen alguna connotación sexual. • El 69,70% de las mujeres no deportistas en fotografías son modelos.
Género, violencia simbólica y medios de comunicación. Crónicas dulces y masculinidad femenina en la prensa gráfica de la II República.	Tatiana Sentamans, 2012	Recopilación de tres casos de análisis: tres artículos de deporte femenino en la prensa gráfica de la II República.	Análisis de la violencia simbólica mediante el establecimiento de una serie de razonamientos y referencias y un conjunto de estudio de casos.	<ul style="list-style-type: none"> • 1º caso: distinción de hombres como atletas y mujeres como señoritas (domesticidad). • 2º caso: distinción de dos tipos de contenido, uno de carácter conductiva (dulce) y otro técnico-deportivo (donde se acaba valorando el valor icónico del cuerpo). • 3º caso: carácter positivo del titular, contrarrestado con el carácter estatuto de la foto y la valoración del autor del escaso avance de la mujer en la modalidad deportiva, achacado al coqueteo como algo inherente a la mujer.
Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles.	Clara Sainz de Baranda, 2013b.	Análisis de todas las informaciones donde aparecía una mujer (n=4877) durante una semana entre 1978-2010 en Marca, As, Mundo Deportivo y Sport.	Análisis que incluye una estadística descriptiva, frecuencias y porcentajes de la información recopilada.	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia en un 41% de personajes masculinos en informaciones de mujer. • Existen dos perfiles de mujer en la prensa deportiva: la propia del ámbito deportivo y la invitada. • Entre 1979 y 2010 las Invitadas aumentan su presencia y también como personajes principales. • Las mujeres no interesan como testigos o expertas. • Presencia de pocas heroínas (referentes deportivas).

<p>¿Visibilización o invisibilización de la mujer en el deporte costarricense?</p>	<p>Blanca Luz Sojo y Edwin Coto, 2014.</p>	<p>Análisis de las noticias deportivas de las primeras dos semanas de noviembre de 2011 de los periódicos La Nación y Al Día.</p>	<p>Ficha de análisis: líneas dedicadas al hombre, líneas dedicadas a la mujer, imagen del hombre, imagen de la mujer, periodista hombre, periodista mujer.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La cantidad de líneas dedicadas a hombres es mucho mayor que a mujeres. Lo mismo ocurre en las imágenes y en las noticias redactadas. • Estos resultados se mantienen constantes por día y semana. • El periódico <i>Al Día</i> cuenta con mayor presencia de la mujer que <i>La Nación</i>. • En Costa Rica la mayoría de periodistas son hombres, se relaciona con que se considera que solo ellos saben de deporte.
<p>No lasting legacy: no change in reporting of women's sports in the British print media with the London 2012 Olympics and Paralympics</p>	<p>Claire Packer et al. 2015.</p>	<p>Noticias del fin de semana durante 3 semanas de los periódicos The Sun, The Mirror, The Express, The Daily Mail, The Times y The Telegraph.</p>	<p>Se realizó una recopilación de los datos siguiendo unas categorías establecidas y se analizaron con SPSS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En 2012, 39 de los 876 artículos de los diarios nacionales (4,5%) correspondían a los deportes femeninos, en comparación con 22 de 755 (2,9%) en 2013. • En 2012, 24 de 647 fotografías (3,7%) se relacionaban con actividades femeninas, en comparación con 10 de 738 (1,4%) en 2013.
<p>El género de los protagonistas en la información deportiva (1979-2010)</p>	<p>Clara Sainz de Baranda, 2014.</p>	<p>95.439 informaciones publicadas durante una semana desde el año 1979 hasta el año 2010 en Marca, As, Mundo Deportivo y Sport.</p>	<p>El instrumento utilizado para el análisis de las informaciones fue “la guía de análisis de prensa deportiva” propuesta por Sainz de Baranda (2013a).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La mujer es sujeto noticioso el 5,11% de los casos -unas veces sola (2,18%) y otras acompañada por al menos un protagonista masculino (2,93%)-, mientras que el hombre lo es en el 92,24%. Se mantienen los mismos porcentajes con el paso de los años. • El 63,95% de los títulos el nombre propio masculino es el que más abunda, mientras que el femenino solo supone el 1,99%.

<p>Sportswomen in the German popular press: a study carried out in the context of the 2011 Women's Football World Cup.</p>	<p>Gertrud Pfister, 2015.</p>	<p>163 artículos sobre la Copa Mundial Femenina en <i>BILD</i>, publicados entre el 26 de junio y 17 de julio de 2011.</p>	<p>Análisis del contenido cualitativo, teniendo en cuenta en valor y significación de la noticia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Copa del Mundo de fútbol femenino de 2011 estuvo en agenda y se presentó como evento importante. • <i>BILD</i> se centro en la apariencia y feminidad de jugadores y periodistas. • Hay una necesidad de más mujeres periodistas y editoras que puedan llevar el deporte femenino en general y el fútbol femenino en particular a la luz del día. • Existen medios de referencia que dan luz a la mujer en el deporte, hay que esperar que estos sean pioneros influyendo en la cobertura de la información deportiva del futuro.
<p>Are women still the 'other sex': gender and sport in the Polish mass media</p>	<p>Honorata Jakubowska, 2015.</p>	<p>815 artículos de tres periódicos polacos: <i>Gazeta Wyborcza</i>, <i>Fakt y Polska Glos Wielkopolski</i>. 40 personas entrevistadas.</p>	<p>Investigación cuantitativa de tres periódicos polacos de tirada nacional. Realización de un cuestionario con preguntas enfocadas a la percepción de los deportes femeninos vs. masculinos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En los medios las competiciones femeninas deben dar paso a las masculinas porque son mas populares. Los hombres ven mas deporte que las mujeres, por lo que son los gustos masculinos los que determinan lo que se emitirá. • Los eventos deportivos femeninos siguen marginados en los medios polacos. Si las mujeres no tienen posibilidad de salir no podrán hacerse populares. • La marginación de las mujeres en los medios de comunicación puede ser la consecuencia de la falta de periodistas deportivas. Las mujeres suelen escribir sobre mujeres.
<p>El deporte en la animación: una narrativa prejuiciosa.</p>	<p>Inmaculada Sánchez- Labella y Trinidad</p>	<p>Películas de animación estrenadas en 2013 cuyo tema principal</p>	<p>Ficha de análisis con los siguientes campos: el genero de quien dirige las películas, la actividad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 100% de los títulos están dirigidos por varones. • El 75% de las cintas representa una narrativa estereotipada.

	Núñez, 2015.	es el deporte (cuatro películas en total).	física y deportiva narrada, el género de quien protagoniza la historia y los valores y creencias asociadas a la práctica deportiva.	<ul style="list-style-type: none"> • Solo el 25% de las películas relaciona el deporte con el género femenino. • Son los personajes protagonistas masculinos los que representan la valentía y la capacidad de soñar. • Cuando son mujeres las que dirigen o realizan el guión, el porcentaje de mujeres y niñas que aparecen es mayor.
Mujeres, Medios y Deportes: Copa Mundial Femenina de Fútbol desde la perspectiva de los portales de Pernambuco Noticias.	Soraya Januario Barreto, Ana María da Conceicao Veloso y Lais Cristine Ferreira Cardoso, 2015.	Seguimiento de cinco portales de noticias durante 30 días.	Búsqueda a través de palabras clave específicas para recopilar el material encontrado en función de diferentes categorías.	<ul style="list-style-type: none"> • La escasez de materiales y la dificultad para encontrarlos caracterizan el silencio de los medios ante el mundial de fútbol femenino. • Se refleja la presencia del sexismo llevada al campo de juego. • La belleza es un accesorio indispensable al terreno de juego. • Existe una necesidad de potenciar la visibilidad de la práctica del deporte femenino en los medios de comunicación.
La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homologado masculino.	Elena Calvo Ortega, y Begoña Gutiérrez San Miguel, 2016.	145 noticias procedentes de los informativos de TVE, Cuatro y La Sexta.	Como instrumento de recogida de información se elaboró un libro de códigos con las variables y su forma de evaluación. Así como una ficha de análisis con las mismas variables	<ul style="list-style-type: none"> • Del total de las noticias 138 fueron protagonizadas por hombres, 3 por mujeres deportistas, 2 mixtas y 2 ambos. • TVE es el informativo que más % dedica a noticias femeninas (3,75%) frente a Cuatro que es el que menos (0%). • El 98,3% del tiempo de los informativos se le dedica a deporte masculino, 0,30% a deporte femenino, 0,21% al mixto y 1,12% a ambos. • El fútbol es el deporte que aparece con mayor frecuencia (69%) seguido del baloncesto (6,2%) y de motoGP (4,8%).

Mujeres deportistas españolas: estereotipos de género en los medios de comunicación.	Elena López Albalá, 2016.	Publicaciones de los periódicos As, Marca, Mundo Deportivo y Sport entre 1/2/2015 al 1/2/16.	Análisis comparativo de los logros obtenidos por las deportistas españolas y el número de publicaciones recogidas por los periódicos. Uso del programa ATLAS.ti	<ul style="list-style-type: none"> • Se han publicado un total de 127 noticias en las que se menciona a las deportistas femeninas. • El tenis es el deporte de mayor peso mediático. Deportes considerados tradicionalmente masculinos no aparecen. • <i>As</i> es el periódico que mas estereotipos usa de las deportistas. • Del total de las noticias analizadas un 26% tienen contenido sexista.
La presencia de la mujer deportista en la televisión.	Lilyan Vega y M ^a Alejandra Ávalos, 2016.	Tres informativos emitidos entre el 24/10/2015 y el 23/11/2015: dos de cadenas privadas (antena3 y Telecinco) y uno público (TVE).	Análisis mediante una plantilla de observación. Usando Excell Windows 2013 para la recogida de datos.	<ul style="list-style-type: none"> • Las tres cadenas de televisión emiten el mismo número de noticias deportivas independientemente del tipo de cadena que sea (33,33%). • La representación de deportistas (20%) es muy inferior a la cifra de deporte masculino (80%). • TVE destina un tiempo de emisión a la sección de deportes mayor que las cadenas privadas (3h47' frente a 2h 25' y 2h 05'). • El tiempo dedicado a la mujer deportista en los medios tiene una media de 11' y 13'' (2,25%).
El diario ABC y la deportista española en los JJ.OO.	Miguel Ángel Barbero González, 2016.	Todas las páginas de ABC dedicadas a los JJ.OO en las que ha habido representación femenina (un total de 2770), desde Paris 1924 a Londres 2012.	Contabilización de espacio y deporte de forma cuantitativa y cualitativa.	<ul style="list-style-type: none"> • A mayor numero de participantes mayores éxitos y a mayor número de medallas, mayor repercusión en ABC. • En Londres 2012 se han consolidado las cifras de repercusión, casi una de cada cuatro informaciones son femeninas, cuando solo dos de cada tres atletas eran mujeres. • El lector quiere disfrutar de los triunfos independientemente de si son por parte de mujeres o de hombres.

B) Revisiones a cerca de la presencia de la mujer deportista en los medios de comunicación deportivos.

Tabla 5: Resultados. Revisiones a cerca de la imagen de la mujer deportista en los medios de comunicación deportivos.

TÍTULO	AUTOR Y AÑO	CONCLUSIONES
Mujer, deporte y medios de comunicación.	Pedro Ángel Latorre Román et al., 2007.	<ul style="list-style-type: none"> • No puede afirmarse que el deporte moderno haya eliminado el sexismo o que aporte un referente ético y moral a la ciudadanía. • Hay que diseñar una perspectiva humanística de la práctica deportiva que nos permita separarlas de las alineaciones ideológicas o económicas. • La información debe ser divulgativa y coeducativa, por lo que se hace necesaria la presencia de modelos femeninos que también reflejen logros, esfuerzos, hábitos deportivos,...
La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista.	José Luis Rojas Torrijos, 2010.	<ul style="list-style-type: none"> • Los medios de comunicación deportivos adolecen de un discurso sexista, fruto de una visión androcéntrica de la realidad. • El periodismo deportivo debe usar su influencia para el fomento de la cohesión e igualdad de género. • Los medios de comunicación deberían dar cabida a la mujer deportista como protagonista. • La parcela del periodismo debería incorporar nuevos procedimientos lingüísticos para evitar cualquier tipo de discriminación. • Los periodistas deportivos deberían de abstenerse de incluir noticias que aludan al físico.
Women, Social Media, and Sport: Global Digital Communication Weaves a Web.	Pam Creedon, 2014.	<ul style="list-style-type: none"> • Internet ha cambiado la oportunidad de aumentar la cobertura del deporte femenino. • Para los nuevos medios los valores utilizados para cubrir y construir la representación de mujeres atletas y deportes femeninos no han cambiado. • La cobertura de la información sobre el deporte femenino sigue desigual y a menudo sexista. • Las informaciones de deporte femenino son escasas. Exceptuando los Juegos Olímpicos aunque realmente el interés sea mas nacionalista y se le de por eso mas importancia a noticias femeninas.

Images of Sports Women: A review	Emma Sherry, Ángela Osborne y Matthew Nicholson, 2016.	<ul style="list-style-type: none"> • Los medios de comunicación siguen adoptando un enfoque que mantiene la diferencia sexual a través de la devaluación de la participación deporte femenino. • Las mujeres atletas continúan recibiendo una fracción de lo fotografiado menor que la cobertura de los varones. • Las mujeres participan en el deporte apropiado tradicionalmente en función del género. • Las atletas femeninas se representan regularmente poses pasivas, que hacen poco para inspirar a más jóvenes las atletas. • El seguimiento de la investigación y el de la evolución de la cobertura del deporte femenino será crucial en el futuro para determinar la dirección y la evolución de la práctica de los medios de comunicación e identificar áreas de mejora.
---	--	--

C) Investigaciones a cerca de la mujer periodista en los medios de comunicación deportivos.

Hay que señalar que en este cuadro resumen se ha añadido un artículo que ya había sido contemplado en el primer apartado de los resultados debido a que sus conclusiones se dividen en función de las perspectivas de mujer deportista por un lado y mujer periodista por otro, tal y como se han ordenado los cuadros en estos resultados.

Tabla 6: Resultados. Investigaciones a cerca de la mujer periodista en los medios de comunicación deportivos.

TÍTULO	AUTOR Y AÑO	MUESTRA	METODOLOGÍA	RESULTADOS
“Feeling Much Smaller than You Know You Are”: The Fragmented Professional Identity of Female Sports Journalists	Marie Hardin y Stacie Shain, 2006.	20 mujeres periodistas.	Las 20 mujeres periodistas participaron en cinco sesiones de grupo, grabadas en audio y transcritas posteriormente.	<ul style="list-style-type: none"> • Algunas participantes culparon a otras mujeres por su bajo nivel de estima en la profesión. • Las mujeres reconocieron ser tratadas como diferentes en departamentos deportivos. • Las participantes más jóvenes tendían a resentir a las mujeres que juegan con su sexualidad en el periodismo profesional, “caras bonitas”. • Las participantes expresaron su preocupación por la limitación de oportunidades.

<p>La mujer cubana en el ejercicio del periodismo deportivo.</p>	<p>Gladys Caridad Seguí León, 2011.</p>	<p>Dos mujeres y dos hombres periodistas cubanos.</p>	<p>Recogida de información mediante una entrevista de ocho preguntas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las mujeres están marcadas por su profesión por los prejuicios machistas. • Ambas mujeres son firmes en que no existe igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Los hombres reconocen que no existe igualdad pero no por razones machistas. • Las mujeres han tenido interrupciones laborales en el transcurso del ejercicio de su profesión. En cambio ellos no. • Las mujeres reconocen que tienen mayores responsabilidades en el hogar. Los hombres reconocen que aunque ayudan en casa la responsabilidad cae en las mujeres. • Para los hombres entrevistados fue sencillo empezar a ejercer, no existieron estereotipos de género que supusieran algún problema.
<p>Feminine' writing: the effect of gender on the work of women sports journalists in the Swiss daily press</p>	<p>Lucie Schoch, 2013.</p>	<p>Entrevistas con 12 mujeres y 13 hombres. Análisis de 4817 artículos de Le Matin, Le Temps, Liberté y 24 Heures.</p>	<p>Entrevistas semi-estructuradas con una duración de 80 minutos, grabadas y transcritas. Análisis cuantitativo de los artículos firmados de los periódicos expuestos anteriormente durante seis meses (5/1/09 al 20/6/09) mediante un software estadístico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las periodistas deportivas no adoptan los valores profesionales y las convenciones del periodismo deportivo, existe un tipo de escritura femenina. • Las periodistas desarrollan un acercamiento a las noticias deportivas que se caracteriza por un interés en noticias suaves y una perspectiva psicológica y 'humana' que es diferente del tratamiento habitual de noticias deportivas centradas en hechos y análisis técnicos. • Esta escritura femenina da satisfacción profesional a las mujeres periodistas. • Las mujeres suizas permanecen encerradas en una relación donde los hombres permanecen dominantes.

Género en los comités editoriales y científicos de las revistas españolas de ciencias del deporte	Enrique Ortega Toro, Pedro Valdivia-Moral, Rocío y José Luis González Col, 2015.	33 revistas científicas de temática deportiva.	Análisis de las variables: dirección de revista, edición de la revista. número y porcentaje de miembros del comité científico de la revista y número y porcentaje de miembros del comité científico de la revista (femenino-masculino).	<ul style="list-style-type: none"> • La dirección de las revistas científicas en ciencias de la actividad física y del deporte es responsabilidad de hombres. • En lo que respecta al número de miembros de los comités editoriales la presencia femenina nunca supera a la masculina. • Existe gran heterogeneidad en la composición de los comités editoriales y científicos de las revistas de ciencias del deporte y que la presencia femenina es menor que la masculina.
La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homologo masculino.	Elena Calvo Ortega, y Begoña Gutiérrez San Miguel, 2016.	145 noticias procedentes de los informativos de TVE, Cuatro y La Sexta	Como instrumento de recogida de información se elaboro un libro de códigos con las variables y su forma de evaluación.	<ul style="list-style-type: none"> • En cuanto a los presentadores, el 91% fueron hombres frente al 9% mujeres. Los reporteros hombres fueron el 53,4% frente al 33% que fueron mujeres. En cuanto a la voz en off, la masculina aparece un 79,95%, la femenina un 13,28% y la de ambos un 6,76%.

Aunque en un primer momento estos dos temas fueron los elegidos para esta revisión bibliográfica, después de realizar la búsqueda y encontrar artículos que los relacionaban con otros argumentos y tienen estrecha relación con nuestra carrera se hizo interesante recopilar más información para aportar más contenido a la revisión.

D) Investigaciones sobre la influencia de la presencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos.

Tabla 7: Resultados. Investigaciones sobre la influencia de la presencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos.

TÍTULO	AUTOR Y AÑO	MUESTRA	METODOLOGÍA	RESULTADOS
Diferenciación de género en función de la práctica deportiva. Importancia de los medios de comunicación.	Francisco Leo Marcos, Diana Amado Alonso y Juan José Pulido González 2012.	898 alumnos extremeños de entre 11 y 18 años. Un 52% mujeres y un 48% varones.	Cuestionario referido a la práctica de A.F extraescolar y la modalidad deportiva practicada.	<ul style="list-style-type: none"> • El 90% de los chicos realizaban alguna actividad deportiva fuera del horario escolar, mientras que las chicas tenían un porcentaje del 57%. • El número de chicos que practican deportes colectivos (269) es superior al número de chicas (64). • En el caso de deportes individuales es a la inversa: 121 chicas y 49 chicos. • En el resto de deportes las diferencias por género fueron escasas.
La igualdad de género en la educación física: influencia de los medios de comunicación.	Óscar del Castillo, 2012.	198 estudiantes de entre 12 y 14 años (116 varones y 82 mujeres).	Cuestionario <i>ad hoc</i> (diez preguntas).	<ul style="list-style-type: none"> • Casi tres cuartas partes del alumnado encuestado dice que le gusta ver deporte por televisión. • Casi la mitad de los individuos creen que el objetivo del deporte en televisión es vender productos relacionados con él. • El alumnado indica que debería haber mas retransmisiones deportivas de mujeres por televisión. • Más de la mitad del alumnado informa que los modelos deportivos en televisión son jóvenes. • Más de la mitad del alumnado opina que las mujeres no siempre salen guapas y arregladas haciendo deporte. Lo mismo pasa con los hombres. • El 89,4% del alumnado percibe que las mujeres de los anuncios son delgadas. • Tres de cada cuatro alumnos indican que la imagen que ven en los medios de comunicación de hombres o mujeres no les hace sentir feos o inferiores.

E) Revisiones sobre la influencia de la presencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos:

Tabla 8: Resultados. Revisiones sobre la influencia de la presencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos.

TÍTULO	AUTOR Y AÑO	CONCLUSIONES
La influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la alta competencia motriz de las alumnas.	Beatriz Gallego Noche, 2009.	<ul style="list-style-type: none"> • El deporte masculino sigue dominando en los espacios de comunicación deportiva. • Las alumnas adolecen de un referente televisivo que les motive hacia la actividad física. • La atención de los medios por el deporte se basa en el deporte espectáculo. • La difusión del deporte por los medios de comunicación es un hecho que interesa más al público masculino. • Los logros deportivos femeninos se minimizan e incluso se invisibilizan. • Los estereotipos que asocian al deporte con la figura masculina hace que las mujeres sientan un conflicto de roles o dificultades de identidad de género, dando lugar al abandono. • Para incidir en las conductas deportivas de las mujeres se ha de actuar en el entorno inmediato, transmitiendo nuevos modelos de rol femenino. • Transmitir prácticas deportivas alternativas, para hacer visible el papel de la mujer en los ámbitos sociales.
La influencia de los estereotipos de género tradicionales en la participación deportiva de las mujeres y su reproducción en los medios de comunicación.	Irxanse Sagarzazu e Ibone Lallana, 2012.	<ul style="list-style-type: none"> • El deporte no tiene género intrínsecamente. Las definiciones de masculinidad y feminidad han sido impuestas socialmente en el deporte. • El deporte contribuye al mantenimiento de las desigualdades de género, pero también constituye un potencial para transformar las relaciones de género. • Los estereotipos de género en el deporte también afectan a los hombres. • Con la práctica mediática de priorizar la belleza se refuerza el valor de la sociedad patriarcal. • Mientras los estereotipos diferenciales de los roles de género existan se mantendrán las diferencias de comportamiento en el contexto del deporte. • Para modificar el comportamiento deportivo de las mujeres habrá que intervenir en el entorno inmediato, para modificar las actitudes a nivel global, la única herramienta es la comunicación

F) Proyectos para mejorar la presencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos.

Tabla 9: Resultados. Proyectos para mejorar la imagen de la mujer en los medios de comunicación deportivos.

TÍTULO	AUTOR Y AÑO	METODOLOGÍA	RESULTADOS Y CONCLUSIONES
Fin de la discriminación del deporte femenino en los medios a través de la formación en cultura de igualdad del alumnado de comunicación con la creación del programa de radio “SF: SOLO DEPORTE FEMENINO”.	José Barrero Muñoz y Almudena Revilla Guijarro, 2012.	Programa de radio y web reales. El periodista debe hacerse experto de uno o varios deportes femeninos. Se lleva a cabo en la Facultad de Artes y Comunicación de la Universidad Europea de Madrid. Bases teóricas del proyecto: creación de cultura e igualdad, metodologías activas a través de la docencia y el aprendizaje en competencias, valores humanos, innovación docente, emprender, apoyo al deporte femenino.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la realidad del deporte femenino y de las necesidades y carencias del deporte femenino actual. • Conocimiento de la práctica de los distintos deportes y las deportistas, así como su trabajo y dificultades. • Conocimiento de la profesión periodística. • Creación de cultura en igualdad. • Crecimiento de la adquisición de valores humanos. • Compromiso por continuar el proyecto.
Estrategias del Comité Olímpico Internacional contra la igualdad de género el deporte y la imagen mediática de las deportistas.	Irxanse Sagarzazu e Ibone Lallana, 2012.	Diez estrategias propuestas por el Comité Olímpico Internacional para lograr la igualdad de género en el deporte.	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe prestar atención no sólo a aumentar la cobertura mediática sino también a mejorar la calidad y el estilo de los reportajes. • Es fundamental trabajar bajo la perspectiva de género desde organismos e instituciones y desarrollar programas específicos para mujeres. • Los J.J.O.O. pueden ser una buena herramienta contra la discriminación.

Finalmente, cabe señalar que a medida que se iban introduciendo los artículos en las tablas de resultados se escribía su referencia bibliográfica en la bibliografía de la revisión para mantener un proceso ordenado y no olvidar ninguna.

2.4. DISCUSIÓN

Una vez realizada esta revisión bibliográfica es preciso constatar que, como apoya asimismo Sainz de Baranda (2013a) en su tesis doctoral a la que se ha recurrido para realización del marco teórico, no se encuentra un gran número de artículos científicos que traten a la vez las dimensiones de la mujer (deportista y periodista) en los medios de comunicación deportivos de forma concreta, ya que la mayoría tratan estos temas de forma separada o se estudia la presencia de la mujer en los medios de comunicación de forma generalista. Quizás esta carencia ocurra porque no se es consciente en su totalidad de la falta de información de deporte femenino en los medios de comunicación o puede ser un resultado más de la imposición del prejuicio que defiende que el deporte es cosa de hombres. Hay que destacar el artículo encontrado en esta revisión de Calvo y Gutiérrez (2016) que sí engloba ambas áreas de estudio para responder a diferentes hipótesis cómo si existe una infrarrepresentación en el número de noticias deportivas protagonizadas por mujeres o si las mujeres tienen una menor representación que los hombres como periodistas en todos sus roles.

En cuanto a esto, también es importante señalar que la totalidad de artículos encontrados han sido elaborados por estudiosos del mundo de la comunicación e información y no específicamente del mundo de las Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Incluso en el marco teórico son escasos los artículos propios de autores facultativos del mundo del deporte, por lo que cabe destacar, por ejemplo, a Frideres y Palao (2006). Por este hecho deduzco que no existe demasiada preocupación en nuestro ámbito sobre este tema, cosa que me parece un grave error. A través de los medios de comunicación se va a dar una representación mas o menos acertada de nuestra labor y de los valores del deporte y si ésta no se controla ni se estudia desde nuestra perspectiva podremos tener consecuencias negativas laboralmente que serán difíciles de solucionar.

Por otro lado, en cuanto a los autores de los estudios encontrados mediante la búsqueda bibliográfica, al estar tratando en esta revisión con temas de género, es interesante destacar que la mayoría de los artículos recogidos han sido elaborados por mujeres. Del total de estas publicaciones, 17 artículos han sido escritos por mujeres, 7 por hombres y 6 tienen autores de ambos sexos. Podemos considerar esto como una evidencia más del argumento que señalaban anteriormente Loscertales y Nuñez (2009), de que las mujeres escriben más sobre mujeres y son ellas las que mantienen mayor preocupación a cerca de su presencia e imagen en los medios.

Tras revisar los resultados encontrados en nuestra búsqueda podemos decir que autores encontrados en esta revisión como Mayoral y Agudiez (2012), Gómez, Méndez y García (2011), Sojo y Coto (2014) y López Albalá (2016) constatan la situación ya expuesta en el marco teórico de este trabajo, que mantiene que el deporte femenino, cada vez más presente en nuestra realidad, no está representado en los medios de comunicación como debería. Siguen perdurando estereotipos y prejuicios de discriminación de género y la mujer periodista no está ocupando los puestos que debería ocupar. Además, al hallar otros documentos que nos han abierto a temáticas relacionadas con estos hechos se puede comentar, tal como defienden Del Castillo (2012) y Sagarzazu y Lallana (2012b) como influye negativamente la actual imagen y presencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos, trasladándose a las aulas y a la vida cotidiana de las mujeres en general. Este hecho supone que ciertos

autores, como Barrero y Revilla (2012) hayan promovido proyectos y propuestas para la mejora de esta situación.

Para tratar de discutir en más profundidad los temas de la revisión vamos a hablar sobre éstos de manera independiente.

1) La mujer deportista en los medios de comunicación deportivos:

Hablando de prensa escrita, Angulo (2007) en su estudio, como vimos en el marco teórico, hacía referencia a que existía un porcentaje mínimo referido a noticias de deporte femenino. Hecho que las investigaciones siguen reflejando, como hace López Albalá (2016), que analiza noticias de los cuatro principales periódicos de nuestro país y sólo ha recogido 127 noticias en las que se mencionan a deportistas femeninas, un número ínfimo teniendo en cuenta que su estudio ha durado un total de un año. Además estas noticias procedían en mayor medida de agencias y en mayor número del periódico *Mundo Deportivo*. Mayoral y Agudiez (2012) concluyen en su investigación que más del 90% de las portadas de *Marca* y *As*, los dos principales periódicos de tirada nacional como se ha expuesto en el marco teórico (Sainz de Baranda, 2013a), corresponden a noticias protagonizadas por hombres. Además, de las pocas portadas en las que se alude a mujeres, sólo en un 10% de ellas están colocadas en un sitio preferente.

Sainz de Baranda (2014), autora a la que ya se habían hecho alusiones en el marco teórico por ser una de las estudiosas actuales de esta temática, hace un estudio mucho más longitudinal al recopilar publicaciones de más de treinta años y aportar que solamente el 5,11% de las noticias tienen a mujeres deportistas como protagonistas, lo que supone un reflejo más de que la situación de destierro de la mujer ha perdurado a lo largo de los años. Y, como si esto fuese poco, de este mínimo porcentaje de noticias dedicadas a la mujer, un 41% incluye alusiones a personajes masculinos. Esta situación supone la existencia de dos perfiles de la mujer cuando se hace referencia a ella en el ámbito deportivo: la mujer deportista y la mujer invitada que es la que cobra importancia por ser pareja, familia, famosa,... y que ha visto aumentada su presencia en los últimos quince años (Sainz de Baranda, 2013b).

Asimismo, en cuanto a la presencia en televisión, Calvo y Gutiérrez (2016) analizan tres informativos de emisión nacional para concluir en que sólo el 2,17% de las noticias fueron protagonizadas íntegramente por mujeres y que el tiempo dedicado a informaciones sobre hombres alcanza una cifra del 98,3%. Además, estas autoras coinciden con Vega y Ávalos (2016) cuando defienden que la TVE es la cadena que más tiempo destina a la emisión de noticias de deporte femenino y, por supuesto, en que los minutos dedicados a ello en las televisiones analizadas en general son mínimos, suponiendo solamente un 2,25% del total. Estos resultados que evidencian la escasa presencia de la mujer deportista van a coincidir con el Estudio sobre Género y Deporte en Televisión (CAA, 2008), al que se ha recurrido en el marco teórico de esta revisión, puesto que concluye que “el deporte femenino solo ocupó 6 horas y 35 minutos del total de 139 horas de programación deportiva estudiadas” (p.74).

El deporte en el cine también tiene su representación, como comentaba Marín Montín (2004) por lo que se han recogido diversas publicaciones en las que se ha podido analizar la figura de la mujer en este medio. Rodríguez, Piedra de la Cuadra, Ramírez y Ries (2012) se centraron en analizar películas con temáticas deportivas a lo largo de

nueve años (entre 2000 y 2009), destacando que solo el 21,87% en las películas los deportes de equipo son practicados por mujeres. Conjuntamente, solamente el 31,7% de los protagonistas eran de género femenino. Estos porcentajes son bastante similares a los que muestran Sánchez-Labela y Núñez (2015) en su estudio donde dicen que solamente el 25% de las películas analizadas van a relacionar el deporte con protagonistas del sexo femenino.

Como ya hicimos presente en el marco teórico al expresar que esta situación no sólo se sostenía a nivel nacional (Spears, Seydegart y Gallagher, 2000), los resultados de Packer et al. (2015) lo constatan. Realiza un estudio, en el contexto británico, analizando tres periódicos de tirada nacional, en el que de las noticias que pasaron por su análisis solo un 4,5% del total correspondían a deportes femeninos. Destaca también Jakubowska (2015), que tras analizar una muestra de 815 artículos de tres periódicos polacos concluye que las mujeres están marginadas en los medios de su país.

Es importante tener en cuenta que existe una excepción en cuanto al bajo tratamiento de las informaciones referidas a deportistas mujeres cuando se celebran los Juegos Olímpicos. La idea que proponían Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010) y que ya intuía en su época Alice Meillat, se hace presente en la investigación de Barbero (2016b). Este autor concluyó que “una de cada cuatro informaciones eran femeninas, cuando dos de cada tres atletas eran féminas” (p. 65). Teniendo en cuenta también que cuanto mayor fuese el número de medallas conseguidas, mayor repercusión, pero que al lector le interesa disfrutar de los triunfos de su país independientemente de que el éxito sea masculino o femenino. Argumento que comparte Creedon (2014) cuando dice que la temporada olímpica es una buena oportunidad para visibilizar a las mujeres, aunque sea por el interés nacionalista.

También es necesario señalar que las publicaciones recogidas hacen alusiones a las imágenes y fotografías que acompañan a las noticias de deporte femenino. Sojo y Coto (2014) y Packer et al. (2015) exponen como el número de imágenes que se presentan acompañado noticias son mucho más frecuentes para el deporte masculino, hecho que mostraba Angulo (2007) al comentar que porcentaje de imágenes de deportistas mujeres en su estudio solo suponía un 7% del total. Pero es sorprendente que una vez que Mayoral y Agudiez (2012) realizan el análisis de las portadas de *As* y *Marca* concluyan que es mayor el número de fotografías de mujeres en comparación con titulares.

Una vez dejado claro que la presencia de la mujer en los medios de comunicación ha sido y sigue siendo mucho menor que la de su homónimo masculino, vamos a hacer referencia a la transferencia de los estereotipos de género que se han visto implantado en la sociedad y que se transmiten en el deporte. Como defiende Creedon (2014), el tratamiento de la información deportiva es desigual en función al género y a menudo tiene connotaciones sexistas. Hecho que era de esperar tras el análisis de la situación ofrecido en el marco teórico (CCA, 2008; Bishop, 2003; WACC, 2015; Alfaro, Bengoechea y Vázquez, 2010). Para Rojas (2010) esto es fruto de una “visión androcéntrica de la realidad” que, además, trae consigo “la difusión a través del lenguaje de estereotipos tradicionales que no hacen más que prolongar las desigualdades” (p. 12).

A pesar de que Gómez, Méndez y García (2011) expongan que el rol preferido cuando se habla de la mujer sea el de mujer deportista (47%) no deja de tener su connotación

negativa. Cuando se habla de otros roles en el caso de los hombres se refiere a puestos de dirección, entrenador o experto, pero en el caso de las mujeres estos otros roles suelen ser: mujer objeto de deseo, familiar o ‘esposa de’. La existencia de estos roles y prejuicios que ya habían expuesto Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010), Rodríguez, Martínez y Mateos (2009) o Loscertales y Nuñez (2009) son latentes en las investigaciones de esta revisión. Mayoral y Agudiez (2012) reflejan como solamente un 1,57% de las informaciones sobre mujeres deportistas analizadas en su estudio no tienen ninguna connotación sexual (un 98,43% si tienen connotación sexual), hecho que convierte a la función de la mujer en un reclamo, un objeto sexual. Estos resultados van a variar en cierto modo con los de López Albalá (2016) ya que en su investigación el porcentaje de noticias con contenido sexista es menor (26%) pero, en todo caso, como defiende la autora, se reproducen continuamente los estereotipos de género, y el hecho de que ya exista un porcentaje es demasiado alto, cuando lo que debemos buscar para nuestra sociedad en general y para el deporte en particular, es la igualdad.

Por otro lado, Sagarzazu y Lallana (2012b) mantienen que cuando se prioriza la belleza en las deportistas mediáticamente se contribuye a la imposición de la sociedad patriarcal. Como apunta Gallego (2009) supone valores negativos y se siguen reforzando estereotipos masculinos que acaban por alejar a la mujer del deporte, dificultando su acceso y suponiendo un conflicto de roles. Los cuales se han manifestado, como recoge Sentamans (2012), ya en la II República, distinguiendo a los atletas como los hombres y a las mujeres sólo como señoritas, valorándolas por su físico. Esta situación se mantuvo en el tratamiento de la información del Mundial de Fútbol Femenino 2011, ya que según Pfister (2015) el periódico protagonista de su análisis se centró más en la apariencia y feminidad de las jugadoras que en el deporte. Janeiro, Da Conceição, y Ferreira (2015) estudian el tratamiento de la información durante la celebración de otro Mundial de Fútbol Femenino en este caso, en 2015. Encontraron que la tendencia expuesta por Pfister (2015) continuaba y se seguía representando de manera sexista la información llevada al campo, así como la importancia que se daba en ciertos medios a la belleza de las deportistas por encima de sus cualidades como jugadoras. En esta línea López Albalá (2016) en el contexto español identifica al periódico *As* como el noticiario que más estereotipos atribuye a las deportistas.

Como comentábamos anteriormente, el cine es otro espejo en el que se quiere reflejar la situación de la deportista actual y donde también se cae en este tipo de prejuicios como argumenta Rodríguez, et al. (2012), al señalar como la vestimenta de los personajes femeninos era mayoritariamente ‘de calle’ para que estuvieran más guapas, cuando en realidad deberían llevar indumentaria deportiva. Estos estereotipos se representan también para Sánchez-Labela y Núñez (2015) en un 75% de los filmes que analizaron, en los cuales sólo se sitúa al hombre en el contexto deportivo y sólo a ellos se les atribuyen valores de valentía y fortaleza.

Aunque no ha sido un tema que se haya comentado a fondo en esta revisión, como defienden Sagarzazu y Lallana (2012b) estos estereotipos también afectan a los hombres y pueden suponer un conflicto interno para ellos que desemboque en el abandono de la práctica deportiva. Si realizan deportes tradicionalmente tachados de ‘femeninos’ a ellos se les atribuirán esas características y se llegará incluso a dudar de su sexualidad a pesar de que “el deporte no tiene género intrínsecamente. Las definiciones de masculinidad y feminidad han sido impuestas socialmente en las actividades deportivas” (Sagarzazu y Lallana, 2012b, p. 2043).

Después de analizar los resultados de esta revisión también es común entre las diferentes investigaciones que los autores concluyan en que en la actualidad la información deportiva, como argumenta Latorre et al. (2007), tiene como temática principal el deporte espectáculo masculino debido a sus intereses económicos y hasta políticos. Además existe la tendencia de publicar más deporte femenino cuando se trata de las disciplinas comúnmente catalogadas de femeninas (López Albalá, 2016), hecho que ya han puesto en evidencia otros autores mencionados anteriormente (Sainz de Baranda, 2013a; García, 2009).

La principal causa a la que se achaca la falta de información deportiva según Jakubowska (2015) es que los hombres ven más deporte y serán sus gustos los que determinarán los contenidos e informaciones. Esta opinión se ha visto ya expuesta en el marco teórico pero se contraponen de cierto modo a la de Barbero (2016b) cuando dice que lo que buscan los espectadores es informarse acerca de los triunfos independientemente del género del deportista. En su artículo, Jakubowska (2015) opina que otra de las causas podría ser la falta de mujeres en el mundo del periodismo deportivo, puesto que, como ya defendían Loscertales y Nuñez (2009), las mujeres tienden a escribir más sobre ellas mismas. Este argumento es traspasado por Sánchez-Labela y Núñez (2015) a la dimensión de la gran pantalla al decir que cuando son las mujeres las encargadas del guión se presentan muchos más personajes y diálogos femeninos.

Finalmente, algo en lo que los artículos están totalmente de acuerdo es en que “el periodismo deportivo ha de explotar su enorme potencial como un elemento decisivo que contribuya a la consecución de la cohesión y la paz social, la integración de minorías u otros colectivos desfavorecidos, al fomento de la igualdad de género, y, en definitiva, a la formación de una sociedad más justa e igualitaria” (Rojas, 2010, p. 12).

2) La mujer periodista en los medios de comunicación deportivos:

Después de la aproximación realizada en el marco teórico podemos afirmar que la mujer periodista en los medios de comunicación deportivos ocupa un papel menor que sus compañeros hombres, tanto delante de cámaras y firmando artículos como detrás de ello en puestos de dirección (CAA, 2008; WACC, 2015; Covarrubias, 2009). En los resultados de Calvo y Gutiérrez (2016) se recoge también como el porcentaje respecto a presentadores, reporteros y voz en off es siempre mayor en los sujetos masculinos (91%, 53,4% y 79,5% respectivamente), lo que muestra, como también comenta Schoch (2013), que las mujeres siguen supeditadas al varón. Ellas mismas son las primeras en reconocer no ser tratadas de igual modo (Seguí, 2011; Hardin y Shain, 2006) e incluso los hombres son conscientes de esta situación, aunque ellos lo hagan “atribuyéndoles la escasa participación femenina en el ejercicio del periodismo deportivo cualquier causa que no sea el empoderamiento masculino y el casi total cierre de puertas a las mujeres” (Seguí, 2011, p. 10).

Por otro lado, los puestos de dirección siguen ocupados principalmente por hombres, como comentaba Ufarte (2007). Ortega, Valdivia-Moral, González y González (2015) realizan un análisis de 33 revistas científicas de temática deportiva en las cuales el 90,63% estaban dirigidas por hombres y en cuanto los editores, con el mismo porcentaje, también eran hombres. Estos datos van a mantenerse cuando analizan la

presencia de la mujer en comités científicos donde acaban apreciando un escaso número de representación femenina. En relación a esto es interesante destacar el estudio realizado por Villar y Villaverde (2011), en el que realizan un análisis del género de las muestras en investigaciones de revistas del ámbito de la actividad física y el deporte. En él se vuelve a reflejar los sesgos de género, siendo los estudios de muestras masculinas mayoritarios en relación con los de muestras femeninas, para constatar que “en el ámbito de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte aún queda un importante camino por recorrer para alcanzar la equidad de género” (p.69).

Por otra parte, Hardin y Shain (2016) comentan que son las mujeres en ocasiones las que se echan tierra encima culpándose unas a las otras de que se nos vea como un mero físico, volviendo a caer en el estereotipo de que la mayor enemiga de la mujer es la mujer (López Díez, 2008). Esta cuestión va a estar relacionada con el mito comentado anteriormente de ‘chica chic’ (Román, 2016), de que en cada programa deportivo hay una mujer contratada por su belleza que, como dicen Hardin y Shain (2016), juega con su sexualidad. Aunque esta es una situación fácilmente comprobable también es cierto que porque una mujer sea bella no tiene que suponer que no sea inteligente y parece que tienen que demostrar doblemente que es válida para su trabajo, por el hecho de ser mujeres y tener un buen aspecto, cayendo de nuevo en estereotipos androcéntricos.

Schoch (2013) realiza un análisis de cuatro periódicos franceses además de realizar entrevistas a periodistas e intentan aclarar la cuestión que relaciona la falta de mujeres en la prensa deportiva con la diferencia del tratamiento de la información deportiva cuando se trata de redactoras o redactores. Esta investigación atribuye a las mujeres una escritura más suave en comparación de cómo presentan los hombres los contenidos deportivos, lo que se ve como un alejamiento a los valores profesionales y el periodismo deportivo convencional, catalogando sus informaciones como algo que no interesa por su visión psicológica fuera de los tecnicismos. Esto hace caer otra vez en la noción de que “el deporte es dirigido por hombres y para los hombres; por lo tanto los productos de los medios de comunicación escrita son dirigidos a los varones” (Sojo y Coto, 2014, p. 54).

En el mundo laboral es usual caer en la creencia de que como la mujer es la encargada de las tareas del hogar e impone su deber como madre, no tendrá el mismo rendimiento profesional que el hombre. En el contexto del periodismo deportivo, Seguí (2011) si que afirman que las mujeres que han entrevistado dicen que son las que mantienen las responsabilidades del hogar y que en ocasiones les ha resultado complicado compaginar trabajo y familia ya que les ha supuesto interrupciones laborales y afectaciones en el sueldo. En cambio, los hombres con los que se ha contado para este estudio, a pesar de que opinan que las tareas domésticas se reparten y colaboran con las mismas, reconocen que no han tenido interrupciones en su vida laboral ni ninguna repercusión en sus ingresos y, además, que para ellos “fue sencillo comenzar a ejercer, pues no existieron estereotipos de género que le haya obstaculizado el acceso, con la vocación fue suficiente para ellos, todo lo contrario que en el caso de las mujeres” (Seguí, 2011, p. 10).

Los resultados que exponen estas investigaciones hacen ver que a pesar de que las mujeres que quieren ejercer el periodismo ya no tengan que recurrir a los antiguos ‘desayunos de Ritz’ (Ufarte, 2007) y ellas hayan ganado posición en el mundo de la comunicación, quedan muchas barreras por superar. Existe la necesidad de contar con

más mujeres periodistas que informen sobre el deporte en general y el deporte femenino en particular (Pfister, 2015).

3) Consecuencia de la ausencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos:

Tal como se reflejó en el marco teórico la idea de Ibáñez (2001), que apuntaba que la discriminación de la deportista en los medios iba a suponer una ausencia de modelos para el género femenino y como resultado mayor dificultad para mantener la práctica deportiva, así lo hacen otros autores encontrados en la revisión. Sainz de Baranda (2013b) comentaba que la poca existencia de referentes femeninos en la prensa deportiva anulaba la creación de heroínas que animasen a las niñas o las mujeres en general a realizar algún deporte o ejercicio físico, como reproduce Gallego (2009) al decir que en las clases de educación física se necesitan referentes que las motiven hacia la actividad física. Sherry, Osborne y Nicholson (2016) lo reafirma diciendo que la imagen que se da de la deportista hace poco para inspirar a las jóvenes practicantes.

Es un hecho que, como recogen en sus resultados Leo, Amado y Pulido (2012) el número de chicos que practican deporte fuera del horario escolar (90%) es mayor que el de las chicas (57%) y ellos tienden a practicar más deportes en equipo. La imagen que se percibe de las deportistas en los medios de comunicación puede ser una causa de la diferencia entre estos porcentajes. Es prudente destacar los resultados de Del Castillo (2012) debido a que a la mayoría de los estudiantes de su investigación, independientemente de su género, le gusta ver los deportes en televisión y éstos están de acuerdo con que debería haber más informaciones de mujeres deportistas.

Latorre et al. (2007) mantienen la existencia de la necesidad de proyectar en los medios referentes deportivos femeninos para fomentar información divulgativa y coeducativa, del mismo modo que defendían Frideres y Palao (2008) al decir que “los medios que informan y/o los que promocionan el deporte deben alejarse de los conceptos del marketing de ‘lo importante es la venta’ ” (p.12) . Es por ello que si desde edades tempranas los niños son educados desde una perspectiva de igualdad de género no tienen porque seguir reproduciendo estos estereotipos sexistas de realidades androcéntricas. Y, como vemos, para este fin la mejor herramienta son los medios de comunicación, ya que son capaces de llegar a todo el mundo y actuar en el entorno inmediato, haciendo ver de igual modo como se extiende la práctica deportiva a las mujeres y como son capaces de realizar las mismas actividades que los hombres, transmitiendo nuevos modelos y roles más igualitarios entre géneros.

4) Cómo mejorar la desigualdad en los medios de comunicación deportivos:

Expuesta la situación actual de la mujer en los medios deportivos se han recogido publicaciones en esta revisión bibliográfica que pretenden luchar contra la desigualdad de género y discriminación del deporte femenino en este ámbito. Barrero y Revilla (2012) realizan el programa SDF, un proyecto docente e investigador aplicado a la Facultad de Artes y Comunicación de la Universidad Europea de Madrid, donde los alumnos realizan un programa de radio y web solamente de temática deportiva femenina. Los dirigentes del proyecto pretenden así crear valores de cultura e igualdad de género en aquellos que serán los comunicadores del futuro, ya que estos deberán hacerse expertos en disciplinas deportivas, conocer las carencias y necesidades del deporte femenino y el compromiso de continuar con esta línea de actuación. Además

esto debería servir como modelo e impulso para otros programas y/o proyectos debido a la buena acogida que ha tenido desde el año 2009.

Sagarzazu y Lallana (2012a) defienden que “aunque la sociedad es más consciente de que los estereotipos de género tradicionales no reflejan la realidad del siglo XXI (...), las deportistas siguen en una posición subordinada en el mundo del deporte, lo que perpetúa la idea de que el deporte es un dominio masculino” (p. 2048). Pero también defienden que los medios de comunicación son la mejor herramienta para propiciar el cambio. Estas autoras van a recoger y analizar las diez propuestas del COI para la igualdad de género, las cuales son:

- Apoyar el deporte femenino.
- Unirse a organizaciones de derechos de la mujer.
- Denunciar las desigualdades de género.
- Animar a otras chicas y mujeres.
- Presionar a favor de las políticas de igualdad de género.
- Hablar en contra de la homofobia.
- Denuncia de la discriminación.
- Considerar alternativas legales.
- Desafiar los mitos.
- Desarrollar estrategias en los medios.

En relación a estas estrategias y proyectos creo interesante hacer referencia a López Díez (2011) que en su libro, a parte de analizar la situación de la deportista en los medios, propone diferentes recomendaciones para que estos mejoren la información ofrecida desde el punto de vista de la perspectiva de género:

- Aumentar la presencia de la mujer en informativos y programas deportivos.
- No utilizar el cuerpo de las deportistas como reclamo.
- Evitar destacar relaciones familiares o personales cuando no tienen que ver con el contexto deportivo.
- Promover la libertad de elección de las niñas a cualquier disciplina.
- Incluir mujeres como especialistas y fuentes de información.

Esta publicación puede ser una herramienta muy útil para cualquier medio o programa que pretenda dar a la mujer el papel que se le corresponde. En consonancia, Leo et al. (2012) también establecen una serie de recomendaciones para aumentar la difusión de la práctica deportiva de la mujer:

- Aumentar la difusión y participación a través de diferentes canales de comunicación
- Los medios deberán centrar la atención en logros femeninos sin desviar la atención hacia los aspectos físicos de estas mujeres.
- Las cuestiones emotivas no solo tienen que mostrar imágenes femeninas, sino que también hay que mostrar esas imágenes tanto de logros como de fracaso en el género masculino.
- Los medios de comunicación deberían de informar sobre los deportes sin realizar comentarios frívolos, vanos, para no favorecer los roles tradicionales de género.
- Los comunicadores deberán evitar el lenguaje sexista en su transmisión de información para conseguir un mayor respeto por parte de la sociedad.

Otro recurso muy interesante del que los medios deberían hacerse eco es de las orientaciones para un uso no sexista del lenguaje que Alfaro, Bengoechea y Vázquez (2010) exponen en su libro, el cual contiene además un glosario de términos adecuados para mujeres y hombres en el deporte, que ayudaran a mantener un lenguaje deportivo mas adecuado desde la perspectiva de género.

Y, por otro lado, no hay que olvidar todas las instituciones, conferencias y organizaciones como la ONU, Consejo de Europa o Unión Europea, , que luchan por paliar el desigual tratamiento que reciben hombres y mujeres en los medios de comunicación. También en España, bajo el marco legal de referencia de la Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres (Ley 3/2007, de 22 de marzo), van despegando organizaciones e iniciativas como el *Encuentro Nacional de Mujeres Periodistas por la Igualdad*, el *Protocolo de actuación periodística y publicitaria sobre igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres*, el *Congreso Nacional de Televisión y políticas de igualdad* o la *Comisión Asesora de la Imagen de las Mujeres en la Publicidad y en los Medios de Comunicación del Instituto de la Mujer* (López Díez, 2008). Sería importante que se creasen este tipo de organizaciones de forma específica para el fomento de la igualdad del deporte en los medios y, además, “dentro de los consejos editoriales de las revistas científicas (...) para equilibrar el tipo de estudios que se difunden” (Villar y Villaverde, 2011, p. 69). Un buen ejemplo es la asociación americana AWSM (The association from women in sports media), que trabaja por los derechos de las periodistas deportivas tanto en su país como a nivel mundial, para así propiciar un cambio y conseguir plena igualdad tanto en los contenidos deportivos como en las redacciones y direcciones de los medios deportivos.

2.5. CONCLUSIONES

Después de haber realizado una revisión bibliográfica en búsqueda de artículos científicos que tratasen el tema de la mujer (periodista y deportista) en los medios de comunicación deportivos puedo llegar a las siguientes conclusiones:

- No existe un número elevado de artículos científicos que traten como objeto la presencia y la imagen de la mujer (deportista y periodista) en los medios de comunicación deportivos.

Este hecho va a influir negativamente en la mejora de la situación, ya que un aumento del interés sobre la presencia de la deportista y de la periodista en los medios de comunicación deportivos podría suponer una mayor toma de conciencia sobre el tema.

- La mayoría de los autores de los artículos científicos que tenían relación con estos temas son estudiosos del mundo del periodismo y la comunicación y no propiamente de nuestro campo de actividad física y deporte.

Es un error caer en la creencia de que la comunicación deportiva no es un área que nos incumba a los graduados en ciencias de la actividad física y el deporte, puesto que tal como se transmita la información deportiva en los medios de comunicación será la imagen que los demás verán de nosotros.

- La mayoría de los artículos de esta búsqueda bibliográfica han sido realizados y publicados por mujeres. Una evidencia más de que las mujeres mantienen una mayor preocupación por su situación en la sociedad.

Tras el análisis del contenido de los artículos resultantes de esta revisión se pueden establecer las siguientes conclusiones de la situación de la mujer deportista y periodista en los medios de comunicación deportivos:

- Las mujeres han ido cobrando relevancia en un mundo ‘de hombres’ alcanzando logros iguales de importantes que los de sus homónimos masculinos, pero este avance no se refleja en los medios de comunicación como debería.
- Prima la emisión e informaciones de los deportes masculinos, sobre todo en equipo, y se deja en un segundo plano el contenido femenino.
- Los Juegos Olímpicos son la única temporada en la que se realiza una buena cobertura del deporte femenino. Puede ser una herramienta útil para reflejar el papel real de la mujer en el deporte.
- Comúnmente, cuando se realizan informaciones de deporte femenino, se cae en la utilización de estereotipos sexistas utilizando a la mujer como un objeto, dándole más importancia a su físico que a su labor deportivo o incluso dejándola en segundo plano al hacer referencia a algún hombre relacionado con ella (‘novia de’).
- Se atribuye el escaso número de informaciones de deporte femenino a que son los hombres quienes consumen más prensa, radio y televisión deportiva y es a ellos a quienes van dirigidos las informaciones.
- Otra posible causa de la poca presencia de la mujer deportista en los medios de comunicación es la falta de periodistas deportivas, ya que las mujeres suelen escribir más sobre mujeres.
- Las periodistas deportivas han ido ganando posición en el mundo laboral pero siguen supeditadas a los hombres, tanto en el número de puestos, como en el salario y en cuanto al acceso a los puestos directivos.
- En ocasiones la periodista deportiva se ve como una simple cara bonita, que queda bien en la pantalla. Además, se le atribuye otro tipo de tratamiento de la información deportiva, con una redacción más suave y subjetiva, obviando los aspectos más técnicos del deporte.
- La escasa presencia de referentes deportivos femeninos va a influir negativamente en las niñas, jóvenes y mujeres en general, que no contarán con modelos a seguir en el mundo deportivo.
- Existe la necesidad de tomar medidas para que aumente la cobertura de las informaciones femeninas. Es importante la creación de organizaciones e instituciones y la implantación de medidas que fomenten los contenidos deportivos femeninos desde el punto de vista de la igualdad de género.

2.6. BIBLIOGRAFÍA

- Alcoba, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Alfaro, E., Bengoechea, M., & Vázquez, B. (2010). *Hablamos de deporte en femenino y en masculino*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Alonso, A. J. (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Angulo, M. (2007). Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación. *Consejo Superior de Deportes*.
- Arnaldo, R. (2012). El deporte en la historia y sus contactos con la comunicación. *Question*, 1(35), 73-84.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). *Estudio General de Medios (EGM)*. Recurso en línea: <http://www.aimc.es/>
- Bach, M., Altés, E., Gallego Ayala, J., Plujà, M. & Puig, M. (2000). *El sexo de la noticia*. Barcelona: Icaria.
- Barbero, M. A. (2016a). *Tratamiento informativo del deporte femenino español en los Juegos Olímpicos en el diario ABC (1924-2012)*. (Tesis doctoral inédita). Universidad Complutense de Madrid.
- Barbero, M. A. (2016b). El diario ABC y la deportista española en los JJ.OO. *Citius, Altius, Fortius*, 9(1), 37-69.
- Barrero, J. & Revilla, A. (2012). Fin de la discriminación del deporte femenino en los medios a través de la formación en cultura de igualdad del alumnado de comunicación con la creación del programa de radio “SDF: solo deporte femenino”. *I Congreso Internacional de Comunicación y Género* (pp. 1943-1967). Sevilla.
- Bishop, R. (2003). Missing in action: Feature coverage of women’s sports in Sports Illustrated. *Journal of Sport and Social Issues*, 27(2), 184-194.
- Bonaut-Iriarte, J. (2008). La influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública. *Comunicación y sociedad*, 21(1), 103-136.
- Calvo, E. & Gutiérrez, B. (2016). La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homólogo masculino. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1.230-1.242. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1143/63es.html>. DOI: 10.4185/RLCS-2016-1143
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2008). *Estudio sobre género y deporte en televisión*.
- Covarrubias, R. (2009). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco. *Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, (69).

- Creedon, P. (2014). Women, Social Media and Sport: Global Digital Communication Weaves a Web. *Television & New Media*, 15(8), 711-716. DOI: 10.1177/1527476414530476
- Cunningham, G.B., Sagas, M., Satore, M.L., Amsden, M.L. & Schellhase, A. (2004). Gender representation in the NCAA News: Is the glass half full or half empty? *Sex Roles: A Journal of Research*, 50(11), 861-870.
- Del Castillo, O. (2012). La equidad de género en Educación Física: influencia de los medios de comunicación. *Aula abierta* 40(1), 63-72.
- Díaz Noci, J. (2000). Los nacionalistas van al fútbol. Deporte, ideología y periodismo en los años 20 y 30. *Revista de estudios de comunicación*, 9(5), (2000): 357-394. Consulta: 28 de mayo de 2012. Disponible en: <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer09-13-diaz.pdf>
- Ferrero, C. (2016). Los 10 titulares más machistas de los Juegos Olímpicos de Río. *Smoda. El País*. Recurso en línea: <http://smoda.elpais.com/moda/actualidad/los-8-titulares-mas-machistas-de-los-juegos-olimpicos-de-rio/> [Consulta: 5 junio de 2017]
- Frideres, J. E., & Palao, J. M. (2006). Análisis de las noticias deportivas de dos periódicos digitales de España y Estados Unidos: ¿promoción de la actividad física y el deporte?. *Apunts. Educación física y deportes*, 3(85), 7-14.
- Gallego, B. (2009). La influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la alta competencia motriz de las alumnas. *Wanceulen E.F. Digital* (5), 1-14. Recuperado de: www.wanceulen.com
- Garaigordobil, M., & Aliri, J. (2011). Sexismo hostil y benevolente: relaciones con el autoconcepto, el racismo y la sensibilidad intercultural. *Revista de Psicodidáctica/Journal of Psychodidactics*, 16(2).
- García, J. N. (2009). Mujer y Deporte. Prejuicios y logros. *Revista de Transmisión del Conocimiento Educativo y de la Salud*, 1(1), 32-50.
- Gómez, J.M., Méndez, S. & García, N. (2011). La imagen de la mujer en la prensa deportiva del quiosco de Sevilla. En I. Vázquez (Ed.) *Investigación y Género. Logros y retos. III Congreso Universitario Nacional, "Investigación y género". Sevilla, 16 y 17 de junio de 2011.* (808-821). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Hanitzsch, T., & Hanusch, F. (2012). Does gender determine journalists' professional views? A reassessment based on cross-national evidence. *European Journal of Communication*, 27(3), 257-277.
- Hardin, M. & Shain, S. (2006). "Feeling Much Smaller than You Know You Are": The Fragmented Professional Identity of Female Sports Journalists. *Critical Studies in Media Communication*, 23(4), 322-338. DOI: 10.1080/07393180600933147
- Ibáñez, E. (2001). Información sobre deporte femenino: El gran olvido. *Apunts. Educación física y deportes*, 3(65), 111-113.
- Jakubowska, H. (2015). Are women still the 'other sex': gender and sport
- Januario, S. Da Conceição, A. & Ferreira, L. (2015). Mujeres, medios y deportes: copa mundial femenina de fútbol desde la perspectiva de los portales de Pernambuco. *Revista Eptic*, 18(1), 168-184.

- Latorre, P. Á., Redondo, M. A. G., Padilla, A. J. M., Jiménez, M. D. S., del Jesús, F. J. C., Gómez, D. M., ... & Nebrera, J. J. R. (2007). Mujer, deporte y medios de comunicación. *Lecturas: Educación física y deportes*, (106), 20.
- Leo, F.M., Amado, D. & Pulido, J. J. (2012). Diferenciación de género en función de la practica deportiva. Importancia de los medios de comunicación. *Congreso Internacional de Comunicación y Género* (pp. 2012-2021). Sevilla.
- López Albalá, E. (2016). Mujeres deportistas españolas: estereotipos de género en los medios de comunicación. *SOCIOLOGIADOS. Revista de Investigación Social*, 1(2). 87-110.
- López Díez, P. (2002). La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. *I Foro Nacional Mujer, violencia y medios de comunicación. Madrid: Instituto de la mujer e Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE.*
- López Díez, P. (2005). *Representación de género en los informativos de radio y televisión. Segundo Informe Representación de Género en los Informativos de Radio y Televisión–Instituto de la Mujer–Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, RTVE.*
- López Díez, P. (2008). Los medios y la representación de género: algunas propuestas para avanzar. *Feminismo/s*, 11, 95-108.
- López Díez, P. (2011). *Deporte y mujeres en los medios de comunicación: sugerencias y recomendaciones. Consejo Superior de Deportes.*
- Loscertales, F., & Núñez, T. (2009). La imagen de las mujeres en la era de la comunicación. *Revista científica de Información y Comunicación*, (6), 427-462.
- Malvar, L. (2005). *La radio deportiva en España (1927-2004)*. Pearson Educación, SA.
- Marín Montín, J. (2004). Valores educativos del deporte en el cine. *Comunicar: Científica de Comunicación y Educación*, (23), 109-113.
- Marín Montín, J. (2008). Educar en el deporte a través de la TV. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 16(31), 517-521.
- Mayoral, J. & Agudiez, P. (2012). La imagen de la mujer en la prensa deportiva digital: análisis de las portadas de marca.com y as.com. En J. C. Suárez Villegas (ed.), *La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI: I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, libro de actas. Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 29,30 y 31 de marzo de 2011.* (pp.154-170). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Messner, M. A., Duncan, M. C., & Jensen, K. (1993). Separating the men from the girls: The gendered language of televised sports. *Gender & Society*, 7(1), 121-137.
- Ortega, E., Valdivia-Moral, P. González, R. & González, J.L. (2015). Género en los comités editoriales y científicos de las revistas españolas de ciencias del deporte. *Apunts: Educacion Fisica y Deportes*, (120), 67-72.
- Packer, C. Geh, D. J., Goulden, O. W., Jordan, A. M., Withers, G. K., Wagstaff, A. J., ... & Webster, C. L. (2015). No lasting legacy: no change in reporting of women's sports in the British print media with the London 2012 Olympics and Paralympics. *Journal of Public Health*, 37(1), 50-56.

- Pfister, G. (2015) Sportswomen in the German popular press: a study carried out in the context of the 2011 Women's Football World Cup. *Soccer & Society*, 16(6), 639-656. DOI: 10.1080/14660970.2014.963314
- Rivero, D., Meso, K. & Peña, S. (2015). La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español/The feminisation of journalism studies: an analysis of the Spanish case. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 566-583.
- Roca, M. (2005). Uso y abuso de la estereotipia en los medios de comunicación. Propuestas para un consumo sostenible desde la perspectiva de género. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, (12), 5.
- Rodríguez, A. R., Piedra de la Cuadra, J., Ramírez, G. & Ries, F. (2012). Mujer y cine: un acercamiento al rol femenino en la cinematografía deportiva. *I Congreso Internacional de Comunicación y Género* (pp. 1396-1412). Sevilla.
- Rodríguez, C. (2014). Aproximación conceptual a la perspectiva de género en la educación física y el deporte. *ResearchGate*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/310770643_APROXIMACION_CONCEPTUAL_A_LA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_EN_LA_EDUCACION_FISICA_Y_EL_DEPORTE
- Rodríguez, D., Martínez, M. J., & Mateos, C. (2009). Identidad y estereotipos de la mujer en el deporte: una aproximación a la evolución histórica. *Revista de Investigación en Educación*, 2, 109-126.
- Rojas, 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).
- Román, A. (2016). Las mujeres en el periodismo deportivo. Profesionales de primer nivel. En Román, A. & Núñez, T. (Eds.), *Cine, deporte y género. De la comunicación social a la coeducación* (pp. 93-107). Barcelona: Octaedro.
- Sagarzazu, I. & Lallana, I. (2012a). Estrategias del Comité Olímpico Internacional para la igualdad de género en el deporte y la imagen mediática de las deportistas. *I Congreso Internacional de Comunicación y Género* (pp. 2048-2068). Sevilla.
- Sagarzazu, I. & Lallana, I. (2012b). La influencia de los estereotipos de género tradicionales en la participación deportiva de las mujeres y su reproducción en los medios de comunicación. *I Congreso Internacional de Comunicación y Género* (pp. 1943-1967). Sevilla.
- Sainz de Baranda, C. (2013a). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. (Tesis doctoral inédita). Universidad Carlos III de Madrid.
- Sainz de Baranda, C. (2013b). Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles. *Cuadernos de psicología del deporte*, 14(1), 91-102.
- Sainz de Baranda, C. (2014). El género de los protagonistas en la información deportiva (1979-2010): noticias y titulares. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 1225-1236.
- Sánchez-Labela, I. & Núñez, T. (2015). El deporte en la animación: una narrativa prejuiciosa. *Dossiers Feministas*, 20, 245-259.

- Schoch, L. (2013). 'Feminine' writing: the effect of gender on the work of women sports journalists in the Swiss daily press. *Media, Culture & Society*, 35(6), 708-723. DOI: 10.1177/0163443713491300
- Seguí, G. C. (2011). La mujer cubana en el ejercicio del periodismo deportivo. *Miguel Hernández Communication Journal*, (2), 1-12.
- Sentamans, T. (2012) Género, violencia simbólica y medios de comunicación. Crónicas dulces y masculinidad femenina en la prensa gráfica de la II República. *Servicio de publicaciones de la Universidad de Murcia*. 6, 231-247. Murcia: Universidad de Murcia.
- Sherry, E., Osborne, A. & Nicholson, M. (2016). Images of sports women: a review. *Sex Roles*, 74, 299-309.
- Sojo, B. L. & Coto, E. (2014). ¿Visibilización o invisibilización de la mujer en el deporte Costarricense?. *Lúdica pedagógica*, 20(2), 47-58.
- Soriano, J., Cantón, M. J., & Díez, M. (2011). La pseudofeminización de la profesión periodística en España. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 10(19).
- Spears, G., Seydegart, K., & Gallagher, M. (2000). Who makes the news. *Global media monitoring project*.
- Ufarte, M. J. (2007). Las mujeres en el seno de la profesión periodística: de la discriminación a la inserción. *Ámbitos: revista andaluza de comunicación*, (16), 409-421.
- Vega, L. & Ávalos M.A. (2016). La presencia de la mujer deportista en la televisión. *Feminismo/s*, 27, 165-175.
- Villar, C. L., & Villaverde, M. A. (2011). Análisis muestrales desde una perspectiva de género en revistas de investigación de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte españolas/Sample Analysis from a Gender Perspective in Spanish Physical Activity and Sports Science Research Journals. *Apunts. Educació Física i Esports*, (106), 62.

3. ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS

Como parte final de este Trabajo Fin de Grado se realizará una síntesis valorativa de las competencias del grado, teniendo en cuenta si estas han sido desarrolladas o no, cómo y en qué medida, puntuándolas de 1 a 5 en función de su adquisición. Las competencias son un total de 64 y están agrupadas en tres grupos:

- Competencias específicas = 36 (A)
- Competencias transversales = 20 (B)
- Competencias nucleares = 8 (C)

Además analizaré si estas competencias han sido necesarias para la realización de este trabajo y desarrolladas en él. Las competencias cuyo código sea señalado en color verde serán aquellas que son necesarias para la realización de mi Trabajo Fin de Grado.

Finalmente, teniendo en cuenta el tratamiento de las competencias, realizaré un análisis de las áreas de formación en las que se debería profundizar más para obtener una mejor formación profesional. Para realizar esta argumentación lo mejor posible no solo he tratado las competencias que he necesitado para la realización del TFG, si no todas ellas de manera general.

3.1. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Tabla 10: Análisis de las competencias específicas.

COMPETENCIAS	ADQUISICIÓN Y JUSTIFICACIÓN
<p>A1</p> <p>Comprender los beneficios del deporte como experiencia de ocio para ser capaz de incluir los indicadores fundamentales en la planificación y atender a los mismos en el desarrollo de la práctica de ocio, considerando el género, la edad y la discapacidad, y analizando con enfoque crítico las estrategias de discriminación positiva.</p>	<p>A nivel del grado, creo esta competencia la he adquirido con el desarrollo de la asignatura de Sociología de la Actividad Física y el Deporte, donde hemos tomado conciencia de la importancia del deporte ocio en nuestra sociedad y siempre se ha mantenido una perspectiva de género.</p> <p>Ha sido necesaria para la realización del TFG ya que esta revisión también se centra en el tema de género y de cómo influyen los medios en la práctica deportiva de ocio para las mujeres.</p> <p>Grado de adquisición: 5</p>
<p>A2</p> <p>Comprender los procesos históricos de las actividades físico-deportivas y su influencia en la sociedad contemporánea, estudiando el caso de España y Galicia, y la presencia diferenciada de los hombres y de las mujeres.</p>	<p>Se ha desarrollado en las asignaturas de Teoría e Historia de la Actividad Física y del Deporte, donde hemos profundizado en la evolución histórica del deporte tratando la diferenciación entre el caso de los hombres y las mujeres y en Sociología de la Actividad Física y el Deporte, donde hemos visto los cambios sociales que se han producido en el tiempo en cuanto a deporte y género.</p> <p>Es una competencia fundamental para mi TFG ya que se ha hecho una aproximación histórica en cuanto al tema que, además, gira en torno a la perspectiva de género y a las diferencias entre la presencia de los hombres y las mujeres en el mundo deportivo.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A3</p> <p>Conocer y analizar la cultura deportiva y proponer los cambios necesarios, en la propia y en la de las personas con las que trabaja, desde la</p>	<p>En la asignatura de Sociología de la Actividad Física y el Deporte hemos desarrollado mucho esta competencia al tratar temas de valores, ética y juego limpio, además de género. La asignatura de Actividad Física Adaptada también ha ayudado en la adquisición de esta competencia al ponernos en el punto de vista de los discapacitados a la hora de hacer deporte y las diferencias implica su situación.</p>

<p>ética y el juego limpio, las diferencias de género y la visibilidad de los discapacitados.</p>	<p>Creo que ha sido una competencia necesaria para este TFG ya que he analizado y conocido la cultura deportiva de la mujer y su transferencia en los medios de comunicación, para ver cual es la situación actual y buscar cuales serían las medidas necesarias para propiciar un cambio hacia la igualdad.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A4</p> <p>Conocer y comprender las bases que aporta la educación física a la formación de las personas.</p>	<p>Creo que la asignatura de Bases de la educación física y deportiva ha sido la que más me ha ayudado a conseguir esta competencia, ya que ha hecho que comprenda lo que es la educación física y los valores de esta para la sociedad. Además Pedagogía da actividad física y del deporte me ha acercado a como intervenir en una case siguiendo las estrategias pedagógicas más eficaces en nuestra área.</p> <p>En el caso de mi TFG creo que esta competencia es necesaria, puesto que es importante ser consciente de lo que la educación física y el deporte nos aporta, pero no ha sido la más recurrida.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A5</p> <p>Fomentar la convivencia, estimulando y poniendo en valor la capacidad de constancia, esfuerzo y disciplina de los participantes en las actividades de educación física y deportiva.</p>	<p>Pienso que esta competencia se ha visto de manera general y transversal en varias asignaturas en las que se nos ha querido transmitir el valor de la cooperación, pero no se ha incidido demasiado en inculcarnos como se deberían esos valores.</p> <p>En relación con mi TFG, los valores que se reflejan en la competencia son los que creo necesarios y que van a llevar a la mujer a tener el reconocimiento que se merece.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A6</p> <p>Diseñar y ordenar estrategias y espacios de aprendizaje que respondan a la diversidad social (sexo, género, edad, discapacidad, culturas...) y al respeto de los derechos que conforman los valores que aporta la educación física y deportiva a la formación integral de los ciudadanos.</p>	<p>Sin duda esta competencia la he adquirido gracias a las asignaturas de Proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y el deporte y Planificación del proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y el deporte, con las cuales he aprendido a aplicar diferentes estilos de enseñanza y se me ha inculcado la importancia de la atención a la diversidad.</p> <p>Creo que esta competencia no tiene mayor relación con el desarrollo de mi TFG ya que no se refiere directamente al contexto de intervención educativa.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A7</p> <p>Promover y evaluar la formación de hábitos de actividad física y deporte a lo</p>	<p>Creo que con las asignaturas de Actividad física saludable y calidad de vida I y II, y Actividad física y deporte adaptado he adquirido conciencia de la importancia de los hábitos saludables y diferenciado como deben ser en función de la etapa del ciclo vital y las características de cada individuo.</p>

<p>largo del ciclo vital, considerando que la edad, el género o la discapacidad son variables que necesitan de la intervención consciente para favorecer la igualdad de oportunidades.</p>	<p>Esta competencia no ha sido necesaria en la realización de mi TFG pero se podría aplicar la última frase de la competencia al área de los medios de comunicación deportivos ya que es cierto que el género es una variable que necesita constante intervención para favorecer la igualdad.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A8</p> <p>Diseñar, desarrollar, y evaluar los procesos de enseñanza – aprendizaje, relativos a la actividad física y el deporte, con atención y tutorización según las características individuales y contextuales de las personas (género, edad, discapacidad, culturas, etc.).</p>	<p>Sin duda, en las asignaturas de Proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y el deporte y Planificación del proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y el deporte he adquirido completamente estas competencias, ya que hemos aprendido a trabajar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, conociendo diferentes estrategias y procesos, atendiendo a la individualización de los alumnos.</p> <p>Esta competencia no tiene transferencia a mi TFG ya que no se refiere al área educativa.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A9</p> <p>Elaborar propuestas curriculares para las distintas etapas en el marco institucional de un centro educativo, desarrollando los elementos de la programación didáctica del área de E. Física, con arreglo a la legislación vigente y al proyecto educativo de centro.</p>	<p>La asignatura de Planificación del proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y el deporte ha hecho que adquiriera totalmente esta competencia, al haber tenido que realizar una programación siguiendo la actual legislación, como lo tendría que hacer un profesor. Pienso que esta es la mejor manera para que los alumnos del grado aprendan lo que les espera en el mundo laboral.</p> <p>Esta competencia no tiene transferencia a mi TFG ya que no se refiere al área educativa.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A10</p> <p>Conocer los distintos niveles de la legislación educativa y aplicar los fundamentos básicos que promueve en cuanto a la Planificación y Programación Didáctica de la Educación Física en las etapas educativas.</p>	<p>Del mismo modo que en la competencia anterior, la realización de una programación en la asignatura de Planificación del proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y el deporte me ha hecho conocer la ley educativa actual y las de los últimos años, por lo que esta competencia ha sido plenamente adquirida.</p> <p>Esta competencia no tiene transferencia a mi TFG ya que no se refiere al área educativa.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>

<p>A11</p> <p>Poseer el conjunto de habilidades o competencias docentes que faciliten el proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula de educación física.</p>	<p>Creo que en la asignatura de Proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y el deporte, tras haber tenido que realizar sesiones mediante diferentes métodos y con diferentes objetivos, enfocadas a la asignatura de educación física que adquirido estas competencias docentes. Además las asignaturas deportivas en las que también trabajamos didáctica (Habilidades acuáticas y su didáctica, Habilidades de lucha y su didáctica, Habilidades gimnásticas y su didáctica, etc.) nos ayudan a adquirir esta competencia.</p> <p>Esta competencia no tiene transferencia a mi TFG ya que no se refiere al área educativa.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A12</p> <p>Evaluar y elaborar instrumentos de recogida de datos que atiendan a los aprendizajes del alumno, al proceso de enseñanza en sí y a la función del docente.</p>	<p>La asignatura de Tecnología en actividad física y deporte destaca en la consecución de esta competencia ya que hemos aprendido la utilización y creación de bases de datos para el almacenamiento de estos, siempre relacionados con el ámbito deportivo y educativo. Además, en la asignatura de Planificación del proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y el deporte se nos han enseñado diferentes métodos para la recogida de datos en las aulas en cuanto a la evaluación.</p> <p>Al tratarse de una revisión bibliográfica, no ha sido necesaria la adquisición de esta competencia en el TFG pues no he tenido que almacenar datos o resultados más propios de una investigación.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A13</p> <p>Identificar las principales tareas del profesor de educación física dentro y fuera del aula, resaltando las que hacen referencia a su labor tutorial, orientadora y departamental.</p>	<p>Las asignaturas de Planificación del proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y el deporte y Pedagogía de la actividad física y el deporte me han ayudado a que adquiriera esta competencia haciéndome ver cual es la labor del docente más allá de realizar sesiones.</p> <p>Esta competencia no tiene transferencia a mi TFG ya que no se refiere al área educativa.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A14</p> <p>Diseñar, planificar, evaluar técnico-científicamente y desarrollar programas de ejercicios orientados a la prevención, la reeducación, la recuperación y readaptación funcional en los diferentes</p>	<p>Creo que la asignatura en la que se a desarrollado en mayor medida esta competencia es en Actividad física saludable y calidad de vida II ya que si se ha hablado de diferentes programas de actividad física teniendo en cuenta edad, genero, etc. Pero que los contenidos, sobre todo prácticos, sobre esta competencia se han visto muy limitados y creo que es algo muy importante en nuestro grado que no se ve con suficiente profundidad.</p>

<p>ámbitos de intervención: educativo, deportivo y de calidad de vida, considerando, cuando fuese necesario las diferencias por edad, género, o discapacidad.</p>	<p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
<p>A15</p> <p>Conocer, saber seleccionar y saber aplicar las técnicas de modificación de conducta que puede utilizar el profesional de Educación Física y Deportes en los diferentes ámbitos de su competencia laboral.</p>	<p>Grado de adquisición: 2</p> <p>La asignatura de Psicología de la actividad física y el deporte ha sido la que me ha ayudado a adquirir esta competencia ya que he aprendido diferentes técnicas de modificación de conducta aplicadas al ámbito deportivo y a la educación física</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
<p>A16</p> <p>Diseñar, programar y desarrollar actividades esenciales de la motricidad humana: el juego, la danza y la expresión corporal, el ejercicio y las actividades en el medio natural, en el ámbito educativo, recreativo y de la actividad física y salud, promoviendo la igualdad de derechos y oportunidades y evitando la exclusión en función del género y la discapacidad.</p>	<p>Grado de adquisición: 3</p> <p>Expresión corporal y danza es una de las asignaturas que me ha ayudado a adquirir esta competencia, al haber realizado múltiples coreografías y danzas, además de la asignatura de Actividad física en el medio natural en las que hemos realizado varias salidas a lo largo del cuatrimestre, tanto fuera del horario de clases, como en diferentes clases, relacionando la actividad física con el medio natural.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
<p>A17</p> <p>Programar y desarrollar actividades físico-deportivas en el medio natural, en el contexto educativo y recreativo, favoreciendo la participación a la que todos tienen derecho y evitando la invisibilidad por razones de género o discapacidad.</p>	<p>Grado de adquisición: 4</p> <p>La asignatura de Actividad física en el medio natural ha hecho que adquiriera completamente esta competencia al realizar diferentes salidas y actividades en el medio natural, además de la realización de dos proyectos de organización de salidas en el medio natural.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
<p>A18</p> <p>Diseñar y aplicar métodos adecuados para el desarrollo</p>	<p>Grado de adquisición: 4</p> <p>En las asignaturas de Teoría y práctica del ejercicio y Actividad física saludable y calidad de vida II he desarrollado esta competencia al conocer diferentes baterías y métodos de evaluación en función de la etapa evolutiva del ser humano.</p>

<p>y la evaluación técnico-científica de las habilidades motrices básicas en las diferentes etapas evolutivas del ser humano, considerando el género.</p>	<p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
<p>A19</p>	<p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>Planificar, desarrollar, controlar y evaluar técnica y científicamente el proceso de entrenamiento deportivo en sus distintos niveles y en las diferentes etapas de la vida deportiva, de equipos con miras a la competición, teniendo en cuenta las diferencias biológicas entre hombres y mujeres y la influencia de la cultura de género en la actuación del entrenador y en los deportistas.</p>	<p>La asignatura de Teoría y práctica del entrenamiento deportivo ha sido la principal responsable de la adquisición de esta competencia, tras trabajar con diferentes métodos de entrenamiento y introducirse en cómo y cuándo trabajar qué capacidades.</p>
	<p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
	<p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A20</p>	<p>Esta competencia se ha desarrollado plenamente en la asignatura de Juegos y recreación deportiva, donde hemos realizado multitud de juegos y actividades en diferentes medios, con diferentes instrumentos, objetivos etc. Además gracias a esta asignatura contamos con un muy buen recurso para nuestro futuro tras la realización de un portafolios con todos los juegos y actividades realizadas a lo largo del cuatrimestre.</p>
<p>Diseñar, planificar y realizar funciones de animación para la utilización saludable del ocio.</p>	<p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
	<p>Grado de adquisición: 5</p>
<p>A21</p>	<p>Esta competencia ha sido adquirida mediante el curso de la asignatura de Actividad física en el medio natural, ya que hemos realizado diferentes actividades con condiciones climáticas adversas y con riesgo intrínseco.</p>
<p>Diseñar planificar y realizar actividades físicas y deportivas en lugares o espacios que implican un riesgo intrínseco: en el medio acuático, en la nieve u otros del medio natural o con animales.</p>	<p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
	<p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A22</p>	<p>La asignatura de Aprendizaje y control motor ha sido la encargada de desarrollar esta competencia, donde tratamos los contenidos básicos neurofisiológicos de nuestro cuerpo y movimiento.</p>
<p>Comprender los fundamentos neurofisiológicos y</p>	

<p>neuropsicológicos subyacentes al control del movimiento y, en su caso, las diferencias por género. Ser capaz de realizar la aplicación avanzada del control motor en la actividad física y el deporte.</p>	<p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
<p>A23</p> <p>Evaluar técnica y científicamente la condición física y prescribir ejercicios físicos en los ámbitos de la salud, el deporte escolar, la recreación y el rendimiento deportivo, considerando las diferencias biológicas por edad y género.</p>	<p>Principalmente, esta competencia se ha desarrollado en la asignatura de Actividad física saludable y calidad de vida II donde nos han enseñando diferentes programas y baterías de evaluación de la condición física teniendo en cuenta la maduración biológica y diferencias de los sujetos.</p>
<p>A24</p> <p>Diseñar, planificar, evaluar técnica y científicamente y administrar programas de actividad física adaptada a personas y diferentes grupos de población con discapacidad, o que requieran atención especial.</p>	<p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
<p>A25</p> <p>Identificar y comprender los requisitos psicomotores y sociomotores de las habilidades deportivas, ejecutando básicamente las habilidades motrices específicas de un conjunto de deportes, considerando las diferencias por género.</p>	<p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A26</p> <p>Identificar y aplicar las peculiaridades didácticas de cada especialidad deportiva en la intención pedagógica de los diferentes ámbitos de intervención.</p>	<p>La asignatura en la que he desarrollado en mayor medida esta competencia ha sido en Actividad física y deporte adaptado ya que hemos tratado diferentes metodologías de intervención y programas para personas con deficiencias.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A25</p> <p>Identificar y comprender los requisitos psicomotores y sociomotores de las habilidades deportivas, ejecutando básicamente las habilidades motrices específicas de un conjunto de deportes, considerando las diferencias por género.</p>	<p>Creo las diferentes asignaturas que hemos tenido en el Grado de habilidades deportivas e iniciación a deportes han ayudado a la adquisición de esta competencia.</p>
<p>A26</p> <p>Identificar y aplicar las peculiaridades didácticas de cada especialidad deportiva en la intención pedagógica de los diferentes ámbitos de intervención.</p>	<p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
<p>A26</p> <p>Identificar y aplicar las peculiaridades didácticas de cada especialidad deportiva en la intención pedagógica de los diferentes ámbitos de intervención.</p>	<p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A26</p> <p>Identificar y aplicar las peculiaridades didácticas de cada especialidad deportiva en la intención pedagógica de los diferentes ámbitos de intervención.</p>	<p>Creo las diferentes asignaturas que hemos tenido en el Grado de habilidades deportivas e iniciación a deportes han ayudado a la adquisición de esta competencia.</p>
<p>A26</p> <p>Identificar y aplicar las peculiaridades didácticas de cada especialidad deportiva en la intención pedagógica de los diferentes ámbitos de intervención.</p>	<p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>
<p>A26</p> <p>Identificar y aplicar las peculiaridades didácticas de cada especialidad deportiva en la intención pedagógica de los diferentes ámbitos de intervención.</p>	<p>Grado de adquisición: 4</p>

<p>A27</p> <p>Aplicar los principios cinesiológicos, fisiológicos, biomecánicos, comportamentales y sociales en los contextos educativo, recreativo, de la actividad física y salud y del entrenamiento deportivo, reconociendo las diferencias biológicas entre hombres y mujeres y la influencia de la cultura de género en los hábitos de vida de los participantes.</p>	<p>Desde mi punto de vista, las asignaturas de Anatomía y cinesiología del movimiento humano y Fisiología del ejercicio I y II me han ayudado a adquirir esta competencia en gran medida, aunque creo que hace falta una mayor aplicación y puesta en práctica de los contenidos teóricos.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A28</p> <p>Realizar e interpretar pruebas de valoración funcional en los ámbitos de la actividad física saludables y del rendimiento deportivo.</p>	<p>Las asignaturas que han tenido más relevancia a la hora de adquirir esta competencia son Actividad Física Saludable y Calidad de Vida II, Fisiología II y Teoría y práctica del ejercicio, donde hemos estudiado diferentes pruebas de valoración.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A29</p> <p>Identificar los riesgos para la salud que se derivan de la práctica de actividad física insuficiente e inadecuada en cualquier colectivo o grupo social.</p>	<p>En la asignatura de Actividad física saludable y calidad de vida II dimos contenidos que nos han ayudado a adquirir esta competencia, en relación con el sedentarismo y la alimentación.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A30</p> <p>Aplicar técnicas y protocolos que le permitan asistir como primer interviniente en caso de accidente o situación de emergencia, aplicando, si fuese necesario, los primeros auxilios.</p>	<p>En las asignaturas de Juegos y recreación deportiva, Fisiología I y Actividad física en el medio natural hemos tratado contenidos relacionados con los primeros auxilios y rescate.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p> <p>Grado de adquisición: 2</p>
<p>A31</p> <p>Realizar el análisis funcional de la conducta en los contextos deportivos, educativos o de ejercicio físico para la salud, como paso</p>	<p>La adquisición de esta competencia ha sido en mayor medida gracias a la asignatura de Psicología de la actividad física y el deporte, donde hemos conocido diferentes procesos de conducta aplicados al contexto deportivo.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p>

<p>previo a la intervención psicológica.</p>	<p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A32</p> <p>Dirigir y gestionar servicios, actividades, organizaciones, centros, instalaciones, programas y proyectos de actividad física y deportiva desde los principios de igualdad de oportunidades, supervisando y evaluando la calidad, las garantías de seguridad y salud de los usuarios, así como su satisfacción y los resultados sociales y económicos.</p>	<p>Esta competencia ha sido adquirida en mayor medida con la asignatura de Dirección y gestión deportiva en la que hemos aprendido los diferentes pasos a seguir para organizar eventos deportivos. Además también de tomar contacto tras la asignatura de Estructura y organización deportiva.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A33</p> <p>Seleccionar y saber utilizar el material y equipamiento deportivo adecuado para cada tipo de actividad físico-deportiva en el contexto educativo, deportivo, recreativo y de la actividad física y salud.</p>	<p>Esta competencia ha sido adquirida en el transcurso del Grado al cursar diferentes asignaturas de iniciación a deportes y a habilidades deportivas, donde se ha dado vital importancia al uso correcto del material en cada actividad de manera específica. De manera mas general en la asignatura de Dirección y gestión deportiva se ha dado mucha importancia a este factor en la realización de cualquier evento deportivo.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>A34</p> <p>Realizar actos facultativos de elaboración de informes técnicos y peritajes, asesorar e inspeccionar sobre actividad deportiva, instalaciones y programas deportivos.</p>	<p>La asignatura que ha colaborado en la adquisición de esta competencia ha sido la de Dirección y gestión deportiva, ya que ha tratado todos los temas relacionados con la elaboración de proyectos, gestión de actividades e instalaciones.</p> <p>Debido a la temática de mi TFG esta competencia no ha sido necesaria para su realización.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>A35</p> <p>Conocer y saber aplicar el método científico en los diferentes ámbitos de la actividad física y el deporte, así como saber diseñar y ejecutar las técnicas de investigación precisas, y la elección y aplicación de los estadísticos adecuados.</p>	<p>Esta competencia ha sido adquirida en gran medida gracias a la asignatura de Metodología de investigación de la actividad física y deporte, ya que gracias ha ella hemos entendido diferentes paradigmas de investigación, las aplicaciones del método científico, ser capaces de realizar búsquedas bibliográficas, definir objetivos, etc.</p> <p>Esta competencia es muy necesaria para la realización del TFG ya que es preciso plantear los objetivos de la revisión y realizar correctamente la búsqueda bibliográfica además de conocer qué tipos de artículos nos vamos a poder encontrar y saber distinguirlos.</p>

<p>A36</p> <p>Conocer y saber aplicar las nuevas tecnologías de la información y la imagen, tanto en las ciencias de la actividad física y del deporte, como en el ejercicio profesional.</p>	Grado de adquisición: 4
	<p>En la asignatura de Tecnología de la actividad física y el deporte hemos adquirido plenamente esta competencia después de trabajar con bases de datos y otros programas relacionados con el deporte pero también aplicables a otros ámbitos. Es cierto también que en otras asignaturas como Biomecánica del movimiento humano, Teoría y práctica del entrenamiento deportivo o Habilidades de lucha y su didáctica hemos tenido contacto con tecnologías y programas informáticos para la realización de ciertos trabajos académicos.</p>
	<p>Para la realización del TFG es fundamental la adquisición de esta competencia ya que es necesario ayudar de las nuevas tecnologías para realizar el trabajo y un buen manejo de éstas facilitará el proceso y mejorará el resultado.</p>
	Grado de adquisición: 4

3.2. COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Tabla 11: Análisis de las competencias transversales.

COMPETENCIAS	ADQUISICIÓN Y JUSTIFICACIÓN
<p>B1</p> <p>Conocer y poseer la metodología y estrategia necesaria para el aprendizaje en las ciencias de la actividad física y del deporte.</p>	<p>Pienso que esta competencia se ha ido adquiriendo con el paso de los cursos en el grado, ya que cada una de las asignaturas aporta algo para crecer como profesionales en el mundo de la actividad física y el deporte, aunque aun nos queda mucho camino por recorrer, ya que desde mi punto de vista hay muchas áreas que pasamos muy por encima y para realmente profundizar y saber más de estas tenemos que recurrir a formación externa.</p> <p>El establecimiento de la estrategia de realización de la búsqueda bibliográfica de este TFG y la metodología utilizada en este es un reflejo de aplicación de esta competencia.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>B2</p> <p>Resolver problemas de forma eficaz y eficiente en el ámbito de las ciencias de la actividad física y del deporte.</p>	<p>Del mismo modo que en la competencia anterior, pienso que esta aptitud se ha ido adquiriendo en todas las asignaturas de una manera o otra a la hora de realizar trabajos, tareas, prácticas, etc. de una manera u otra.</p> <p>La realización de la búsqueda bibliográfica de mi TFG ha supuesto el encontrar un problema que está presente en la sociedad actual y he tratado de buscar soluciones para saber como podría mejorar y</p>

	resolverse.
	Grado de adquisición: 3
B3 Trabajar en los diferentes contextos de la actividad física y el deporte, de forma autónoma y con iniciativa, aplicando el pensamiento crítico, lógico y creativo.	<p>Pienso que esta competencia la he adquirido a lo largo del grado mediante el trabajo realizado en las asignaturas, realizando sobre todo las prácticas donde era necesario realizar trabajo individual o grupal para aplicar lo dado en las clases teóricas. Si es cierto que hay asignaturas en las que se motivaba más la participación o la reflexión sobre las prácticas que en otras y pienso que lo ideal sería aplicar todas esos contenidos prácticos a como van a ser después en el mundo laboral.</p> <p>La comunicación deportiva es un área deportiva que no hemos tratado demasiado a lo largo del grado, por tanto, para buscar información a cerca de esto para mi TFG lo he hecho de forma autónoma intentando aplicar el pensamiento crítico para obtener los resultados.</p>
	Grado de adquisición: 4
B4 Trabajar de forma colaboradora, desarrollando habilidades, de liderazgo, relación interpersonal y trabajo en equipo.	<p>Esta es una competencia que he adquirido en alto grado ya que en muchas de las asignaturas que hemos cursado ha sido obligatorio la realización de trabajos y proyectos en grupo, lo que nos ha hecho mejorar la cooperación y hacer cómodo y eficaz el trabajar en equipo.</p> <p>Esta competencia no se va a dar en el TFG ya que se trata de un trabajo individual.</p>
	Grado de adquisición: 5
B5 Comportarse con ética y responsabilidad social como ciudadano	<p>Es cierto que hemos trabajado esta competencia en las asignaturas, puesto que los profesores nos han querido transmitir valores adecuados para comportarnos éticamente siguiendo la ideología deportiva, pero pienso que esta competencia viene más fomentada por otros ámbitos, como el familiar y la educación que nos viene dados desde pequeños.</p> <p>Aunque no sea una competencia totalmente aplicable al TFG es importante decir que la preocupación por la situación de la mujer en el deporte y en los medios supondrá fomentar la responsabilidad social</p>
	Grado de adquisición: 3
B6 Dinamizar grupos en los diferentes ámbitos del ejercicio profesional.	<p>Creo que esta competencia se ha adquirido más en unas asignaturas que otras, pero, de manera general la hemos cumplido al tener que realizar sesiones teniendo como alumnos o practicantes a nuestros compañeros como si se tratase de una situación profesional, cosa que creo muy importante para nuestro futuro ingreso en el mundo laboral.</p>

	Esta competencia no va a ser necesaria para la realización del TFG ya que no se relaciona con la temática de éste.
	Grado de adquisición: 4
B7 Gestionar la información.	Es una competencia que se ha adquirido completamente en todas las asignaturas del Grado de una forma u otra, tanto a la hora de realizar sesiones, como trabajos teóricos, búsquedas bibliográficas o simplemente con configurar la información de cada asignatura.
	Esta competencia claramente es necesaria y adquirida mediante el TFG ya que es con su realización manejamos gran cantidad de información que debemos saber organizar, revisar y tratar.
	Grado de adquisición: 4
B8 Desarrollar hábitos de excelencia y calidad en los diferentes ámbitos del ejercicio profesional.	Creo que esta competencia no ha sido desarrollada en gran medida a lo largo del grado ya que se necesita más tiempo y contenidos para desarrollar totalmente hábitos de excelencia y sobre todo contenidos prácticos para ganar calidad en el ejercicio profesional.
	Pienso que el TFG no se relaciona con esta competencia ya que no se realiza un ejercicio profesional.
	Grado de adquisición: 2
B9 Comprender la literatura científica del ámbito de la actividad física y el deporte en lengua inglesa y en otras lenguas de presencia significativa en el ámbito científico.	La consecución de esta competencia se hace necesaria ya que una gran parte de los artículos científicos relacionados con el ámbito de la actividad física y el deporte están en inglés y es necesaria su revisión para la realización de trabajos, comprender materia de asignaturas, etc. Pero no se fomenta directamente el uso de una lengua extranjera desde ninguna de las asignaturas, esta competencia la adquirimos desde fuera del grado o en un segundo plano.
	Esta competencia es necesaria para la realización del TFG debido a que, como acabo de comentar, muchos de los recursos bibliográficos están escritos en lengua extranjera.
	Grado de adquisición: 3
B10 Saber aplicar las tecnologías de la información y comunicación (TIC) al ámbito de las Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.	Al igual que la competencia A36, esta ha sido adquirida a lo largo del desarrollo de las asignaturas debido a que ha sido necesaria la utilización de diversas herramientas tecnológicas de la información y la comunicación de nuestro ámbito para el desarrollo de las asignaturas, ya sea por la realización de trabajos o la búsqueda de contenidos teóricos.

	<p>Con la realización del TFG se adquiere en un alto nivel esta competencia ya que es realizado íntegramente utilizando tecnologías de la información y comunicación.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>B11</p> <p>Desarrollar competencias para la adaptación a nuevas situaciones y resolución de problemas, y para el aprendizaje autónomo.</p>	<p>Creo que he desarrollado completamente esta competencia debido a que cuando se me presentaba alguna inquietud o problema o duda a cerca de alguna asignatura o algún tema en concreto he sabido resolverlo, ya sea buscando información por mi cuenta o realizando alguna tutoría.</p> <p>Para el TFG es totalmente necesaria esta competencia ya que, aunque siempre nos podemos apoyar en el tutor, es un trabajo realizado de manera totalmente autónoma y tenemos que afrontar los problemas que se nos presenten a lo largo de la realización del trabajo de manera individual y siguiendo nuestro criterio.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>B12</p> <p>Conocer los principios éticos necesarios para el correcto ejercicio profesional y actuar de acuerdo con ellos.</p>	<p>Pienso que esta competencia es muy individual ya que va a venir dada por la personalidad y valores de cada uno y desde el grado no se llega a los principios y valores individualmente aunque si se quiera establecer un ideal de cómo debe ser el profesional de las ciencias del deporte. Creo que esta competencia se va a reflejar en mayor medida en el Practicum ya que se reflejará como actúa cada uno en el medio profesional donde realice las prácticas.</p> <p>Pienso que no es una competencia directamente relacionada con el TFG ya que viene mas enfocada al contexto profesional.</p> <p>Grado de adquisición: 2</p>
<p>B13</p> <p>Conocer y aplicar metodologías de investigación que faciliten el análisis, la reflexión y cambio de su práctica profesional, posibilitando su formación permanente.</p>	<p>Pienso que desde todas las asignaturas se nos ha inculcado lo importante que es la investigación en nuestro campo y las puertas que aun quedan abiertas, ya sea por la referencia a investigaciones existentes como por el impulso a realizarlas, en cierto modo, en alguno de los trabajos de las asignaturas.</p> <p>Teniendo en cuenta que la revisión bibliográfica que he realizado hace patente la necesidad de seguir preocupándose por la situación de la mujer en los medios deportivos esta competencia debería aplicarse en gran medida en el mundo deportivo.</p> <p>Grado de adquisición: 3.</p>
<p>B14</p> <p>Comprender y aplicar la legislación vigente relativa al</p>	<p>Esta competencia se ha adquirido en muchas de las asignaturas del grado, al tratar las legislaciones que se correspondían a cada materia, como son Estructura y organización deportiva, Programación del proceso enseñanza/aprendizaje en act</p>

<p>marco de las actividades físicas y deportivas en los distintos ámbitos: educación, deporte, gestión, ocio y salud.</p>	<p>Esta competencia no ha sido estrictamente necesaria para la realización del TFG.</p> <p>Grado de adquisición: 4.</p>
<p>B15</p> <p>Comprender y saber utilizar las importantes posibilidades que la educación física y el deporte tienen para generar hábitos sociales y valores democráticos (coeducación de géneros, respeto a la diversidad social y cultural, cooperación, competición respetuosa, compromiso con el entorno...).</p>	<p>Pienso que tras realizar las materias de este grado se adquiere completamente esta competencia ya que los profesores siempre han intentado inculcarnos la importancia de la asignatura de la educación física y de la realización de deportes para la sociedad y todos los valores positivos que estos pueden ofrecer y cómo superar las barreras o diferencias que pueden existir.</p> <p>Esta competencia se adquiere también con el TFG ya que el deporte y los medios de comunicación son dos factores muy importantes que pueden impulsar enormemente la igualdad de género.</p> <p>Grado de adquisición: 5</p>
<p>B16</p> <p>Dominar habilidades de comunicación verbal y no verbal necesarias en el contexto de la actividad física y el deporte.</p>	<p>La exposición de trabajos, realización de sesiones, ponencias, etc. en las diferentes asignaturas han contribuido a desarrollar altamente esta competencia.</p> <p>Es una competencia muy importante en la realización del TFG ya que es necesario un lenguaje formal y una buena comunicación verbal para éste.</p> <p>Grado de adquisición: 4</p>
<p>B17</p> <p>Promover y evaluar actividades de ampliación curricular, referentes a la creación de hábitos autónomos de actividad física y deporte.</p>	<p>Desde mi punto de vista creo que he adquirido esta competencia al mantener preocupación por ciertos temas nombrados en las clases pero que no se han tratado en profundidad, pero creo que es una competencia que viene determinada en mayor medida por el alumno y no por el impulso desde todas las asignaturas.</p> <p>La elección del tema de mi TFG es un claro ejemplo de la adquisición de esta competencia ya que no es un tema que haya tratado en profundidad, pero mi interés por el deporte, los medios de comunicación y la mujer me ha llevado a hacer una reflexión de este tema y querer conocer más a cerca de su situación.</p> <p>Grado de adquisición:3</p>
<p>B18</p> <p>Comprometerse e involucrarse socialmente con su profesión y en concreto, con la situación actual de la actividad física y el deporte en la educación formal; con la gestión del centro educativo; con sus compañeros (trabajo</p>	<p>Creo que esta competencia debería ser mas inculcada por parte del profesorado del grado, ya que es cierto que es algo muy intrínseco, pero ciertas actitudes de profesores pueden hacer que nos desanimemos o dejemos de interesarnos en ciertas materias y no se nos inculquen ese interés a nosotros porque no lo vemos en ellos.</p> <p>Creo que el TFG es un buen medio para adquirir esta competencia si realmente lo hacemos con un tema que nos guste a cada alumno porque supone un</p>

cooperativo) y con aquellos a los que educa.	compromiso con el conocimiento de una situación relacionada con nuestra profesión.
B19 Ejercer la profesión con responsabilidad, respeto y compromiso.	Grado de adquisición: 3 Vuelvo a pensar en cierto modo lo mismo que he expresado en la competencia anterior, creo que la adquisición de esta es muy individual y la adquiriremos en mayor medida en las practicas realizadas en el ultimo curso del grado, donde se verá como ejerceremos nuestra labor profesional. Pienso que esta competencia no se relaciona en gran medida con el TFG, ya que se aplica más al contexto profesional.
B20 Conocer, reflexionar y adquirir hábitos y destrezas para el aprendizaje autónomo y el trabajo en equipo a partir de las prácticas externas en alguno de los principales ámbitos de integración laboral, en relación a las competencias adquiridas en el grado que se verán reflejadas en el trabajo fin de grado.	Grado de adquisición: 4 Con la realización de mis prácticas en el periódico deportivo DXT Deporte Campeón he adquirido completamente esta competencia ya que creo que me he implicado mucho en el desarrollo de mi labor allí, preocupándome por aprender lo máximo posible tanto en mis horas de prácticas como de manera autónoma en mi casa y he puesto todo mi interés en cada tarea nueva que me encomendaban. La experiencia de mis prácticas ha sido lo que ha motivado en gran medida a la elección de la temática de mi TFG, por lo que creo que he desarrollado totalmente esta competencia. Grado de adquisición: 5

3.3. COMPETENCIAS NUCLEARES

Tabla 12: Análisis de las competencias nucleares.

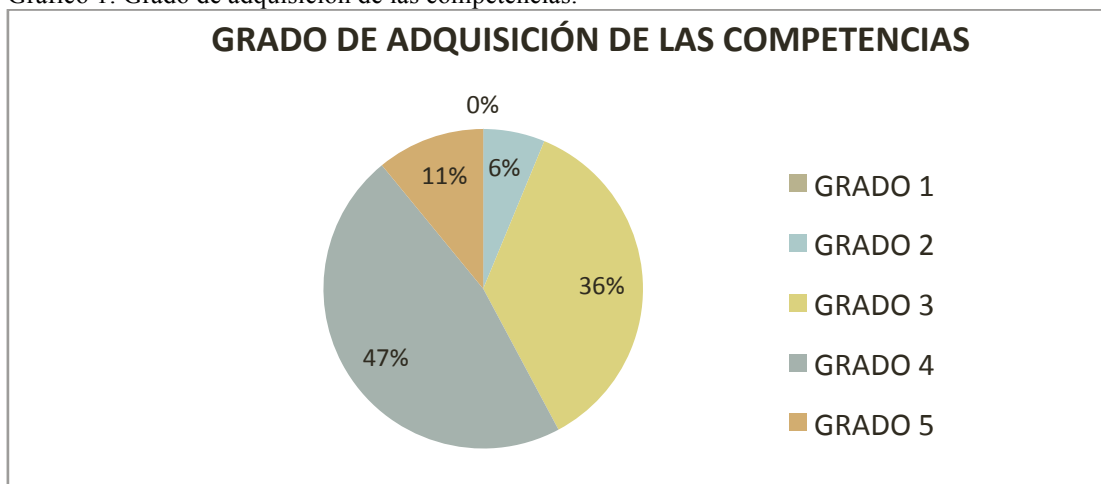
COMPETENCIAS	ADQUISICIÓN Y JUSTIFICACIÓN
C1 Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.	Pienso que el grado nos ha ayudado a desarrollar esta competencia, ya que es necesario expresarse de manera correcta y es cierto que hemos trabajado tanto con material en castellano como en gallego. Expresarse correctamente es una competencia fundamental para poder realizar el TFG de una manera adecuada y formal. Grado de adquisición: 5
C2 Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma	Hemos desarrollado esta competencia puesto que mucho del material utilizado a lo largo de estos estudios está escrita en lengua extranjera. Del mismo modo, muchos de los artículos encontrados al realizar la búsqueda bibliográfica del

<p>extranjero.</p>	<p>TFG son publicados en lenguas extranjeras.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>C3</p> <p>Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.</p>	<p>Pienso que hemos desarrollado completamente esta competencia en estos cuatro años ya que hemos estado constantemente utilizando y recurriendo a las TICs para la el estudio, trabajo, recogida de información, etc necesaria para las asignaturas.</p> <p>Es imprescindible desarrollar esta competencia en la realización del TFG puesto que las TICs son el medio con el que realizamos esta labor.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>C4</p> <p>Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.</p>	<p>Desde las asignaturas del grado hemos desarrollado esta competencia a la par de la mayoría de los contenidos con una transmisión implícita del compromiso por el bien común.</p> <p>En mi opinión la realización de mi TFG me ha hecho abrir los ojos ante la realidad a la que se ve sometida la mujer y la importancia de buscar una solución para que el deporte y la comunicación difundan valores de igualdad de género sin discriminaciones sexistas para favorecer el desarrollo de la sociedad.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>C5</p> <p>Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.</p>	<p>Gracias a ciertas asignaturas como sobre todo Dirección y gestión deportiva, Estructura y organización deportiva y Creación y dirección de empresas deportivas hemos adquirido esta competencia.</p> <p>Pienso que esta competencia no es la que más se ha desarrollado a la hora de realizar el TFG.</p> <p>Grado de adquisición: 3</p>
<p>C6</p> <p>Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.</p>	<p>Durante el transcurso de estos estudios hemos tenido que realizar múltiples trabajos usando la tecnología y realizando búsquedas de información que nos han llevado a analizar y valorar cuales conocimientos van a ser válidos y útiles o no.</p> <p>Esta competencia es muy importante y se ha desarrollado plenamente con la realización del TFG ya que para llegar a las conclusiones de éste es necesario hacer una valoración de todo lo que hemos encontrado.</p> <p>Grado de adquisición: 4.</p>
<p>C7</p> <p>Asumir como profesional y</p>	<p>Desde las asignaturas y también desde sus profesores se nos ha inculcado la importancia de la formación continua, desarrollando así esta competencia. También creo que esta competencia depende mucho</p>

<p>ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.</p>	<p>de uno mismo y del interés en seguir aprendiendo de cada uno. Por mi parte, pienso seguir formándome todo el tiempo que pueda.</p>
<p>C8</p> <p>Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.</p>	<p>Creo que esta competencia se puede transferir completamente al TFG puesto que puedo decir que he aprendido mucho gracias a la realización de éste y creo muy importante estar en continua formación para conocer tanto lo que pasa actualmente en la sociedad, como lo que se ha desarrollado. Es muy importante para nuestra formación y para la vida en general.</p>
	<p>Grado de adquisición: 5</p>
	<p>Está claro que sin el desarrollo de la investigación y tecnología no sería posible seguir avanzando en el campo de la actividad física y del deporte y que es gracias a ello porque actualmente nuestro grado cada vez es más valorado y popular. Por tanto, hemos desarrollado esta competencia a lo largo de todos los cursos.</p>
	<p>Al tratar de buscar evidencias científicas de la presencia de la mujer en los medios de comunicación he valorado mucho la importancia de realizar investigaciones, no solo en cuanto al género y los medios de comunicación, pues es lo que nos va a poder enseñar la situación de muchos fenómenos y lo que nos ayudará a mejorar como sociedad en todos los ámbitos.</p>
	<p>Grado de adquisición: 4</p>

3.4. GRADO DE ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Gráfico 1: Grado de adquisición de las competencias.



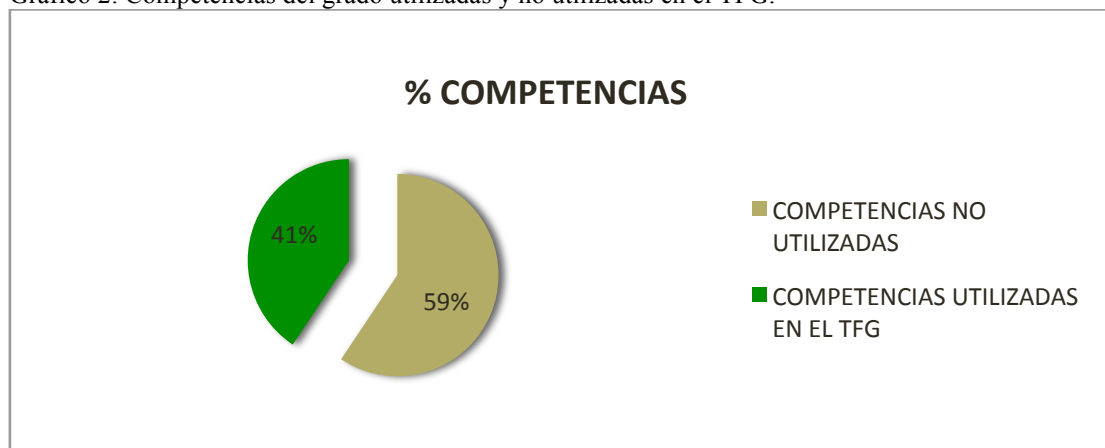
3.5. COMPETENCIAS DEL GRADO UTILIZADAS EN EL TFG

Figura 6: Competencias del grado utilizadas para el TFG.

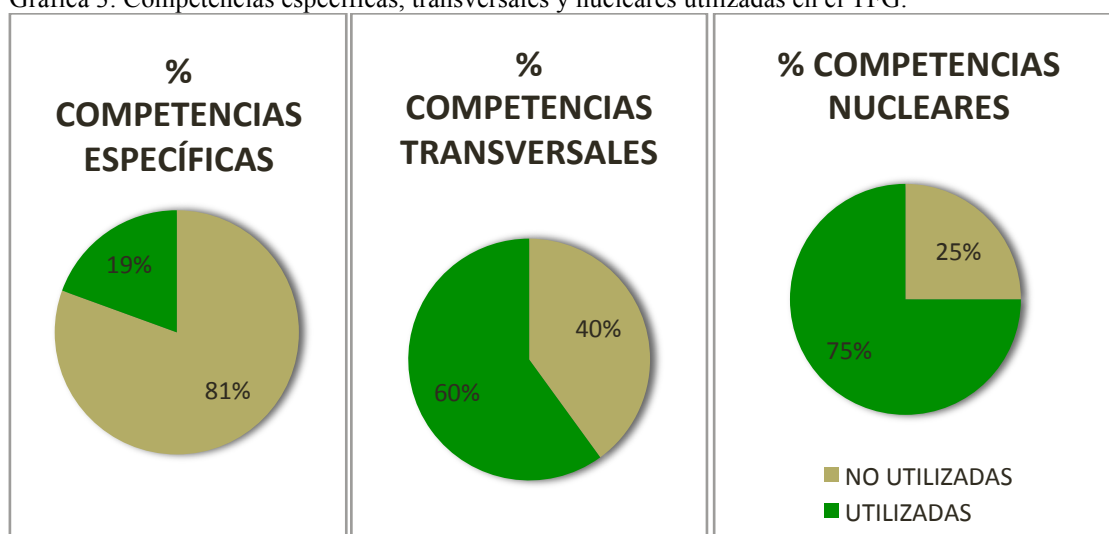
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	COMPETENCIAS TRANSVERSALES	COMPETENCIAS NUCLEARES
A1	B1	C1
A2	B2	C2
A3	B3	C3
A4	B4	C4
A5	B5	C5
A6	B6	C6
A7	B7	C7
A8	B8	C8
A9	B9	
A10	B10	
A11	B11	
A12	B12	
A13	B13	
A14	B14	
A15	B15	
A16	B16	
A17	B17	
A18	B18	
A19	B19	
A20	B20	
A21		
A22		
A23		
A24		
A25		
A26		
A27		
A28		
A29		
A30		
A31		
A32		
A33		
A34		
A35		
A36		

Se han utilizado un total de 7 competencias específicas (A), 12 competencias transversales (B) y 7 competencias nucleares (C).

Gráfico 2: Competencias del grado utilizadas y no utilizadas en el TFG.



Gráfica 3: Competencias específicas, transversales y nucleares utilizadas en el TFG.



3.5. ANÁLISIS DE LAS ÁREAS FORMATIVAS

Desde mi punto de vista creo que prácticamente el total de las competencias propuestas para este grado se cumplen con el curso de las asignaturas. Pero, como muchos profesores han manifestado a lo largo de estos cuatro años, nuestros estudios se ven limitados en cuanto a tiempo y a contenidos y no se acaba por profundizar demasiado en alguna de ellas. Por ejemplo, en cuanto a las competencias referidas a lenguas extranjeras es cierto que en muchas de las asignaturas se hace necesario la lectura de artículos científicos en otros idiomas que no sean gallego y castellano, pero desde ninguna asignatura del grado se impulsa un conocimiento específico de vocabulario de actividad física y deporte y si nos queremos formar en más profundidad en otro idioma tendremos que hacerlo en escuelas de idiomas o academias. En mi caso, cuento con el grado intermedio del examen del Trinity College London y pienso seguir avanzando en mis estudios de lengua inglesa.

Por otro lado, cabe destacar también los contenidos relacionados con el entrenamiento, puesto que a pesar de que la asignatura de Teoría y Práctica del Entrenamiento Deportivo es muy completa y muy útil, llegamos a ella sin ciertos conocimientos de

base que tendríamos que haber dado en cursos anteriores. En muchas ocasiones al profesor le llamaba la atención el desconocimiento de los alumnos de ciertas técnicas de algunos ejercicios, y pienso que esto se debería haber tratado en más profundidad en el grado, puesto que no todos partimos de los mismos conocimientos, por ejemplo en cuanto a fuerza o resistencia, si no venimos de disciplinas deportivas asociadas a ello o si no hemos realizado algún tipo de curso complementario. Independientemente de que los alumnos quieran dedicarse al mundo del entrenamiento o no, considero muy relevante salir con un grado importante de conocimientos en este tema, pero será necesario realizar cursos de entrenamiento personal. Además, en relación a esto, también creo que los contenidos de asignaturas como Anatomía y Cinesiología del Movimiento Humano o Biomecánica del Movimiento Humano deberían ser más aplicadas a las prácticas deportivas e incidir más en los efectos del movimiento en las articulaciones y músculos. Por otro lado, en alguna de las competencias se hace referencia a la readaptación funcional y creo que es un área que se encuentra en expansión y de la que en el grado tratamos en mayor parte de forma teórica y con poca aplicación, por lo que sería un buen complemento realizar cursos de readaptación de lesiones deportivas.

El ámbito de la gestión deportiva es actualmente muy relevante para nuestra formación por su transferencia al mundo laboral. A pesar de tener asignaturas muy competentes en cuanto a esta área veo muy importante una formación más completa en cuanto a organización de eventos, empresas deportivas, comunicación y publicidad deportiva, etc. Concretamente, y en relación con el TFG creo que la comunicación deportiva es esencial para un profesional de la actividad física y el deporte ya que a veces parece que es algo que se escapa de nuestra profesión, pero es realmente desde los medios de comunicación y publicidad como se va a ir formando nuestra imagen para hacia los demás, y en función de esto así será como nos reciban. En mi caso debido a mi interés sobre este tema y dado el alto grado de satisfacción obtenido en mis prácticas en 'Deporte Campeón', me gustaría realizar un máster en Periodismo Deportivo, introduciéndome así mucho más en este ámbito.

En cuanto a las competencias que tienen que ver con la tecnología si es cierto que se han desarrollado en cierta medida, pero pienso que no estaría de más un acercamiento mayor en cuanto a otros programas de uso deportivo, pues en nuestra era los programas y aplicaciones informáticas se van innovando continuamente y cada vez son más completos y puede que sean muy útiles en nuestro contexto.

Por último, es conveniente no olvidarse de que a pesar de tener un grado de adquisición muy elevado en cuanto a las competencias relacionadas con la docencia será necesario realizar el máster de Formación del Profesorado para poder ejercer como profesor en Educación Física, estudio que también me interesa cursar.