



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

LA INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO TRADICIONALES EN LA PARTICIPACIÓN DEPORTIVA DE LAS MUJERES Y SU REPRODUCCIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Sagarzazu Olaizola, Ixtasne

Becaria de investigación de la Dirección de Política Científica del País Vasco

Centro de Estudios Olímpicos (UAB)

Ixtasnesagarzazu.ceo@gmail.com

Lallana Del Rio, Ibone

Responsable de Comunicación de la Fundación Barcelona Olímpica

ilallana@fbolimpica.es

RESUMEN:

Los estereotipos de género tradicionales han influenciado la vida social de las mujeres y especialmente, han condicionado su participación deportiva basándose en argumentos arcaicos como la debilidad física o lo que se considera más adecuado al ideal tradicional femenino. El deporte no tiene género pero las definiciones de masculinidad y feminidad han sido impuestas socialmente en las actividades deportivas y los medios de comunicación deportivos han colaborado en su reproducción juzgando negativamente a las deportistas que no encajan dentro de este ideal, e incluso poniendo en duda su sexualidad.

Sin embargo, el binomio deporte-comunicación es un arma de doble filo, dado que el deporte es una práctica cultural que contribuye al mantenimiento de las desigualdades de género pero a su vez puede ser un mecanismo para desafiar esas mismas desigualdades; y los medios han reproducido durante años las desigualdades de género en el deporte pero son un gran potencial para poder cambiar estos valores tradicionales y promover nuevas imágenes a favor de la participación deportiva femenina.

PALABRAS CLAVE:

Deporte, estereotipos, género, reproducción, medios de comunicación



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

INTRODUCCIÓN

La sociedad espera que hombres y mujeres adopten y lleven a cabo roles específicos de género siguiendo estereotipos establecidos. En las sociedades occidentales, de los hombres se espera que sean fuertes, independientes y atléticos, mientras que de las mujeres se espera que sean calladas, obedientes y atractivas "cuidadoras". La sociedad exige el seguimiento del "orden de género" establecido.

El deporte y las actividades físicas son áreas específicas en las cuales se han evaluado y analizado los estereotipos de género tradicionales. Al comparar los estereotipos de género femeninos tradicionales con los de las mujeres del siglo XXI, está claro que las mujeres deportistas están comenzando a establecerse en el mundo del deporte. Su capacidad para desafiar las barreras sexistas y nociones negativas sobre la apariencia física de las mujeres, la capacidad atlética y la participación deportiva, se hace evidente a través de su mayor participación en el deporte. Sin embargo, también es cierto que los estereotipos femeninos tradicionales siguen predominando e influyendo (Wilde, 2007).

Tradicionalmente, se esperaba que las mujeres debían usar vestidos, cocinar y limpiar, criar a los hijos, mantener un cuerpo bello y delicado, y permanecer pasivas, morales y puras (Griffin, 1998; Sherrow, 1996; Woolum, 1998; Zimmerman y Reavill, 1998). Consideradas como el "sexo débil" - físicamente, mentalmente y emocionalmente- las mujeres han sido estereotipadas como femeninas. La feminidad, de acuerdo con Sherrow (1996), es lo que es femenino en apariencia y comportamiento (es decir, siendo atractiva, cuidadosamente preparada, y sumisas cuidadoras). Cuando se aplica el principio de la feminidad, las mujeres se ven forzadas a reproducir estos roles de género específicos que se llevan a cabo tanto por hombres y mujeres en la sociedad. Debido a estas expectativas de "la feminidad" las mujeres son disuadidas para evitar el levantamiento de pesas, el sudor, ser agresivas y participar y competir en actividades deportivas. La razón principal de esto es porque la sociedad espera que las mujeres sean "una dama", no demuestren características que se definen como masculinas. Sin embargo, cuando las mujeres "cruzan la línea" y muestran los llamados "rasgos varoniles", su identidad de género, su orientación sexual, sus valores y roles sociales son a menudo cuestionados (Griffin, 1998). Estigmas negativos son frecuentemente asociados a las mujeres deportistas y se utilizan como un mecanismo para controlar y limitar la participación de la mujer en el deporte.

El deporte y las actividades atléticas se han limitado tradicionalmente a los hombres y se han asociado con la masculinidad, y el "dominio masculino". En sus obras, Woolum (1998) y Sherrow (1996) trazan el patrón y ponen de relieve cómo el deporte, con el tiempo, ha desarrollado también para las mujeres. Señalan que desde hace siglos, el deporte, la competición, la fuerza y el espíritu deportivo de equipo se han considerado características apropiadas en el "dominio masculino". Como resultado, muchas niñas y mujeres han evitado participar en el deporte. Pero con los cambios revolucionarios, los estereotipos de género tradicionales para las mujeres comenzaron a transformarse. Las ideas de que "las mujeres no sudan", "las mujeres no corren" y



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

"las mujeres no se ensucian" comenzaron a ser desafiadas y cuestionadas en relación con el hecho de ser mujer y ser femenina.

Según Wilde (2007), uno de los factores que puede contribuir a esta tendencia de cambio hacia el aumento de deportistas y en una variedad más amplia de deportes, es la idea de que entre la generación X⁹⁴⁷ las fronteras entre los sexos parecen ser menos estrictas. Un segundo factor puede ser que la definición de feminidad se esté ampliando debido a desafío de mujeres al estereotipo de género "tradicional". Una definición más amplia permite una mayor capacidad para reclamar sus propias definiciones de "mujer" y "feminidad". Un tercer factor puede ser que la presencia de las mujeres en el deporte ayuda a romper muchos estereotipos orientados a los hombres y barreras prescritas, dando así a las niñas y a las mujeres el valor y la autoestima para participar en una amplia gama de deportes y actividades físicas.

La sociedad ha sido "entrenada" para pensar el deporte en términos de "género". Los hombres motivados para participar en extenuantes, agresivos y competitivos deportes de equipo, mientras que las mujeres son generalmente dirigidas hacia las distintas actividades más estéticas, tales como la gimnasia, el patinaje artístico y la natación sincronizada (Schmalz y Kersetter, 2006). La división de los deportes como masculinos y femeninos alienta a las mujeres a aceptar los límites físicos que han sido impuestos (Birell, 1998). Por lo tanto, las mujeres pueden presentarse reacias a romper con los estereotipos de género tradicionales.

Algunos estudios demuestran que si bien la sociedad es más permisiva con los estereotipos de género en los deportes y las actividades físicas, los estereotipos de género tradicionales para las mujeres persisten. Las mujeres deportistas tienen una posición subordinada en el mundo del deporte, lo que perpetúa la idea de que el deporte sigue siendo más apropiado en el dominio masculino. Esta desigualdad de género en el deporte puede ser equiparado a la naturaleza patriarcal de la sociedad. Sin embargo, sigue siendo desafiado cada día por mujeres que son físicamente activas, están involucradas en el deporte en todos los niveles (deportista, entrenadora, oficial o voluntaria), y están dispuestas a enfrentarse a los estereotipos femeninos tradicionales.

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO RELACIONADOS CON EL TRATAMIENTO MEDIÁTICO DEL DEPORTE FEMENINO

Los estereotipos son un conjunto de creencias compartidas acerca de los atributos personales que los miembros de un grupo poseen (Morales y Moya, 1996). Los estereotipos más estudiados

⁹⁴⁷ Se considera generación X a las personas nacidas en las décadas 60's, 70's y principios de los 80's. Esta generación se vio afectada por el bombardeo del consumismo de los [años 1980](#) y principios de los [años 1990](#), la manipulación del sistema político, la llegada de [Internet](#), cambios históricos como la caída del muro de Berlín, el fin de la guerra fría, la aparición del SIDA entre muchos acontecimientos que crearon el perfil X [Wikipedia]



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

son los de género, orígenes étnicos, nacionales o regionales. En este estudio nos centramos especialmente en los estereotipos sexuales o de género, que son las creencias socialmente compartidas por personas de una sociedad que asignan ciertas cualidades diferenciadas a mujeres y hombres. Expresan opiniones de la gente acerca de lo hacen típicamente hombres y mujeres, sobre las funciones y sobre las particularidades físicas de unos y otros (López y Morales, 1995).

Es evidente que existen diferencias sexuales y atributos biológicos entre hombres y mujeres. La mayoría de las culturas han establecido una serie de listas y funciones diferentes para cada sexo y se han "naturalizado". Pero la cuestión sobre los estereotipos no sólo se basa en cómo los sexos son diferentes, sino en cómo la gente considera que son diferentes. El género es una construcción social basada en la dicotomía entre lo masculino y lo femenino, asociado a los diferentes grupos con rasgos característicos (Eckes, 1994). Actualmente, la relación tradicional entre el sexo, el género y la sexualidad se rompe con las nuevas tendencias.

El estereotipo dominante en las sociedades occidentales es el basado en la idea del hombre dominante y la mujer como sumisa (hombre activo-mujer pasiva, el hombre inteligente- mujer sensible, el hombre fuerte-mujer débil, etc.) Estas ideas se derivan de los estereotipos, los enfoques sociales, las obligaciones, las prohibiciones y los "tabú" es, etc. La idea común de que el "deporte masculiniza a las mujeres" es el más persistente de los estereotipos de género. Durante mucho tiempo, las mujeres que han demostrado una buena condición física han sido consideradas "masculinas", ya que la masculinidad se identifica con "musculatura" y la femineidad con la "fineza y fragilidad corporal".

Metheny (1965) fue uno de los primeros en la identificación de los estereotipos de género en el deporte. Según él, los deportes aceptables para las mujeres (natación, gimnasia, tenis, etc.) hacen hincapié en las cualidades estéticas y, a menudo son actividades individuales, en contraste con aquellos que hacen hincapié en la competencia directa y los deportes de equipo. Más tarde, Kane & Snyder (1989) confirmaron el estudio de Metheny y se identificaron los aspectos físicos como la característica central de los estereotipos de género en el deporte.

Es obvio que la práctica deportiva y el culto al cuerpo son aspectos muy relacionados en la sociedad actual. Se ha llegado a considerar el deporte como la religión del Siglo XXI, y es que no sólo se practica deporte por cuestiones de salud, sino también sociales y sobre todo de imagen promovidos por unos nuevos cánones físicos "*socialmente correctos*" que han llegado a crear modas y estereotipos, como el *metrosexual* o la *super-modelo* (Greenleaf, 2002; Krane et al., 2001; Snoeyenbos, 2002), que la sociedad acepta y promueve entre sus miembros (Lallana, 2006).

En un estudio sobre la identificación de deportistas de élite con los estereotipos transmitidos por los medios, Lallana (2006) detecta que mientras que los estereotipos deportivos masculinos están claramente relacionados con las cualidades físicas, los estereotipos femeninos son más



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

“complicados” debido a que en determinadas modalidades deportivas la estética es un elemento de puntuación, llegándose incluso a valorar la belleza de la deportista. Y destaca también el hecho de que el origen del deporte sea un área exclusivamente masculina provoca que los valores y principios femeninos no formen parte de las bases del deporte, lo cual obliga en cierta manera a la deportista a adoptar los roles masculinos preexistentes – fuerte, vigoroso, potente, autosuficiente - totalmente opuestos a los estereotipos sociales femeninos. Como consecuencia de ello surgen prejuicios e, incluso, discriminación social.

Una clara muestra de dichas afirmaciones es que se consigue un mayor apoyo al deporte femenino en los deportes donde no existe modalidad masculina. Según el estudio de Lallana <<la centralización de becas femeninas en gimnasia y natación y la inexistencia de becas femeninas en deportes considerados más masculinos, como la halterofilia o la lucha, podría dar la impresión que en el fomento del deporte de alto nivel por parte de las instituciones competentes existe una tendencia a potenciar aquellos deportes o modalidades deportivas femeninas que se acercan al estereotipo social femenino tradicional>> (Lallana, 2006:55).

Y es que la falta de competencia masculina en los deportes que pertenecen a modalidades exclusivamente femeninas, como la natación sincronizada y la gimnasia rítmica, hace que el trato, la atención y el reconocimiento mediático hacia las deportistas sean mayores y mejores que en los deportes donde hay representación de ambos sexos. Se puede considerar que la falta de estereotipos preestablecidos masculinos ha hecho que estas modalidades hayan modelado el trato e imagen con los medios de comunicación a su gusto y bajo unos estereotipos exclusivamente femeninos (Koivula, 2001).

Los medios de comunicación son una característica esencial de la vida social moderna, y un medio para preservar, transmitir y crear información cultural importante. Así las representaciones en los medios de comunicación permiten reforzar las actitudes estereotipadas mediante las imágenes estereotipadas de género. De hecho, uno de los principios en los estudios de los medios de comunicación es que los miembros de la sociedad se ven a sí mismos determinados en gran medida por la representación de los medios de comunicación (Dier, 1993).

DESAFIANDO ESTEREOTIPOS A TRAVÉS DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS

Cuando analizamos la historia del deporte, observamos líneas positivas en pro de la igualdad de género por parte del Comité Olímpico Internacional. Y aunque podríamos afirmar que la mujer ha conquistado su derecho a la práctica en cualquier modalidad deportiva, esto no es suficiente, debido a que todavía queda por superar la barrera del reconocimiento social: la igualdad entre deportistas, el mérito atlético, la divulgación en los medios, etc. son aspectos del deporte femenino que tienen un lento desarrollo. Aunque la igualdad en el deporte no concluye con los porcentajes de representación en un mega-evento, los Juegos Olímpicos son el evento deportivo más equitativo en cuanto a género se refiere. Las pruebas deportivas son bastante ecuanimes



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

para ambos géneros y gracias al trabajo del Comité Olímpico Internacional por la igualdad en el deporte las excepciones son mínimas (Lallana, 2008).

Es cierto que los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna en 1896 no estaban abiertos a las mujeres. El Barón Pierre de Coubertin, quien revivió los Juegos, fue en gran medida un hombre de su tiempo. Pero desde entonces, la participación de las mujeres en el Movimiento Olímpico en todos los niveles ha cambiado considerablemente y representa los valores de nuestra sociedad moderna en todo el mundo. Los significativos avances obtenidos por las mujeres en el deporte en todos los niveles, en particular en los últimos 30 años, es el resultado de la colaboración de todo el Movimiento Olímpico y de las medidas innovadoras que el Comité Olímpico Internacional (COI), las Federaciones Internacionales (FIs), los Comités Olímpicos Nacionales (CONs) y los voluntarios de numerosos deportes han desarrollado para aumentar el número de mujeres que participan en los Juegos Olímpicos y para adquirir los conocimientos necesarios para posiciones de liderazgo y puestos administrativos.

La historia muestra que la participación de las mujeres en el Movimiento Olímpico se ha incrementado en los últimos años, desde su primera participación en los Juegos Olímpicos en 1900. Esta evolución ha tenido lugar dentro de un marco propicio social, política y culturalmente en el que los asuntos de la mujer comenzaron a ser abordado y llevados a la acción principal, y aparecieron las regulaciones para reconocer y defender los derechos de las mujeres en todos los niveles de la sociedad.

El trabajo de los grupos de derechos de las mujeres ha sido particularmente relevante para el avance de la mujer en el deporte. El acceso al deporte fue incluido en los documentos internacionales de las Naciones Unidas y otras instituciones aprobadas y promovidas en los años 1970 y 1980. Se ha reconocido el impacto positivo del deporte para la salud y como una herramienta para eliminar los estereotipos de género socialmente construidos. Este progreso se ha hecho también gracias a la firme determinación de las mujeres de varios países que han trabajado persistentemente para jugar un papel activo en el movimiento deportivo y su desarrollo (IWGWS).

Durante décadas, la investigación científica y el conocimiento han logrado disipar muchos mitos sobre la base de la morfología femenina y muchas ideas preconcebidas argumentando que el deporte era dañino para la salud de la mujer, la salud reproductiva en particular. Estudios sobre la salud subrayan los beneficios positivos de la actividad física y el deporte para las niñas y mujeres jóvenes para luchar contra las enfermedades tanto físicas como psicológicas. Además, los beneficios de la actividad física y el deporte han sido positivamente medido en términos de efectos psico-pedagógicos: a partir de la socialización para la construcción de la autoestima, las niñas y las mujeres que practican deporte se refuerzan y logran salir del papel tradicional de la sociedad. Aprender a ganar, a divertirse y a alcanzar el éxito a través del deporte se encuentran entre las mejores lecciones de la escuela de la vida. Las actitudes mentales se han vuelto más



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

receptivas a esta verdad y la educación física y el deporte más accesible a las jóvenes en las escuelas.

Sin embargo, los estereotipos de género han sido una característica integral del desarrollo del deporte, y también del olímpico. Siempre ha sido más fácil para las mujeres acceder a los eventos considerados como más deseables o adecuados para la biología femenina y las imágenes dominantes de la feminidad. Los argumentos basados en las nociones tradicionales de la capacidad femenina se han utilizado para limitar el número de eventos olímpicos de las mujeres en repetidas ocasiones. La razón para prohibir deportes "de riesgo" como el boxeo a las mujeres y no a los hombres es cultural, no biológico. La inclusión por primera vez de dos deportes exclusivamente femeninos (gimnasia rítmica y natación sincronizada) en los Juegos Olímpicos de 1984 pueden representar una victoria, pero es sólo la confirmación de las asociaciones basadas en el género (Hargreaves, 1994).

Aunque muchos mitos han cambiado, otros persisten. Y a pesar de que tanto hombres como mujeres consideran que el deporte es bueno para la salud y las niñas y las mujeres deben practicar más deporte de lo que practican, los estereotipos siguen influyendo en los deportes más apropiados para las mujeres. Wilde (2007) dice que los cambios de estereotipos en el deporte forman parte de otros cambios y movimientos sociales más amplios relacionados con la incorporación de la mujer en el trabajo, los movimientos feministas, la independencia de la mujer, etc.

Un estereotipo muy extendido sobre el deporte femenino es el que relaciona la homosexualidad femenina y la práctica del deporte. Eukeni Olabarrieta (1993) dice que los estereotipos sexuales y el deporte consideran que los deportes más apropiados para los hombres son los que demandan más agresividad, competitividad y contacto físico y los más adecuados para las mujeres son las que desarrollan la destreza, la flexibilidad y la armonía. Y Oglesby (1983) agrega que los estereotipos masculinos dominantes son el liderazgo, la tenacidad, la ambición, la originalidad, la resistencia, la independencia y la objetividad, características identificadas con el deporte de alto nivel, mientras que los estereotipos femeninos dominantes son: la obediencia, la maternidad, la subjetividad, la pasividad, la dependencia, la pasión o la emoción, incompatibles con la competición deportiva de élite.

El deporte de alta competición pone de manifiesto la agresividad, la dominación, el poder y los resultados, y ha aceptado la presencia femenina sin alterar su esencia y sin incluir las supuestas cualidades femeninas de carácter expresivo, lo cual provoca que las mujeres en su lucha para adquirir los mismos derechos en la práctica del deporte se muevan bajo los modelos masculinos (García Ferrando, 1990).

El interés y la implicación de las mujeres en el deporte son el resultado del proceso de socialización compleja. Esto implica una compleja dinámica entre los aspectos psicológicos, sociales y culturales de aprendizaje y desarrollo. Es lo que Pierre Bourdieu denomina como



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

"habitus", la incorporación de las actitudes, normas y valores de percepción, evaluación y práctica. Es en esta primera socialización del deporte donde los educadores deben reforzar y motivar a la co-educación en la igualdad y los valores de la Educación Olímpica. Los niños tienden a elegir los deportes que practican en la mayoría los hombres y se niegan a los deportes típicamente "femeninos" como el patinaje artístico, la gimnasia rítmica, etc. por temor a las bromas que puedan recibir. De esta manera, los estereotipos son continuamente reforzados (Puig, 1986; Vázquez, 1991). No es difícil asociar las influencias psicológicas y sociológicas sobre las niñas y las mujeres con su participación en el deporte directamente, y los comportamientos que la sociedad ha establecido como aceptables para las mujeres (Murray y Matheson, 1993).

TRATAMIENTO MEDIÁTICO DEL DEPORTE FEMENINO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Es difícil entender la vida social actual sin prestar atención a los medios de comunicación. Los medios de comunicación deportivos son construcciones sociales, lo cual significa que son creados, organizados y controlados por personas con sus propio mundo social, experiencias e ideologías. Los medios no reflejan la realidad sino que proporcionan representaciones de versiones de la realidad, basadas en las relaciones de poder sociales. Por lo tanto, a menudo las imágenes, mensajes y contenidos en los medios representan ideas e ideologías dominantes y promueven los intereses de aquellos con poder. Una posible excepción es Internet, un medio que ofrece un potencial revolucionario y en el cual capacita a las personas a crear su propio contenido mediático (Coakley, 2003).

Los deportes y los medios se han desarrollado dependiendo el uno del otro y ambos se han convertido en partes muy importantes de muchas sociedades. Podrían sobrevivir por separado, pero no serían lo mismo. Tal como destaca Coakley, sin los medios, los deportes comerciales no tendrían la difusión que tienen y habría menos énfasis en los deportes de competición, aunque no debería afectar a la participación activa en el deporte. Sin la difusión del deporte a través de los medios, se le daría menos prioridad a organizar competiciones deportivas. Los medios también podrían sobrevivir sin el deporte, pero serían diferentes, sobre todo la prensa y la televisión. Sin deportes, se reduciría el número de diarios, y la programación televisiva sería diferente los fines de semana y durante las vacaciones, y menos provechosa para las compañías de televisión. La historia muestra que esta fuerte relación simbiótica entre el deporte y los medios se ha desarrollado en un contexto cultural donde existe una prioridad en los beneficios comerciales y en la creación de eventos mediáticos atractivos (Coakley, 2003).

La cobertura deportiva en los medios electrónicos representa audiencias, y la influencia que estos medios pueden tener en cada uno de nosotros depende de la manera en la que vivamos el deporte en nuestra vida cotidiana. Si tenemos una relación directa con el deporte, la influencia de los medios a la hora de construir el imaginario es menor que si no tenemos relación con el



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

deporte y son los medios los que nos crean nuestra realidad deportiva. Las investigaciones sugieren que las ideologías dominantes relacionadas con el éxito, el género, las etnias, el nacionalismo, la competición, el individualismo, el trabajo en equipo, la violencia, y el consumo son perpetuados a través de las imágenes y comentarios contenidos en las coberturas mediáticas deportivas (Coakley, 2003).

El poder e influencia de los medios de comunicación en la sociedad es notable hasta el punto que clubes deportivos - sobre todo de fútbol - realizan fichajes mediáticos en pro de la mercadotecnia, y son los principales encargados de divulgar las tendencias sociales (Lallana, 2008). Por eso Eastman & Billings (2001), tomando como referente las retransmisiones de los Juegos Olímpicos, concluyen que la principal causa de la falta de cobertura televisiva femenina es el desconocimiento. Es decir, la sociedad no la reclama porque es desconocedora del deporte femenino.

Los medios de comunicación marcan la diferencia de género también en los Juegos Olímpicos, pero no tanto en el volumen como en el tratamiento o selección de deportes para cubrir sus espacios mediáticos. La capacidad de los medios, sobre todo de la televisión, para exaltar a los deportistas y convertirlos en héroes y heroínas y generar dioses mediáticos nos hace reflexionar sobre los criterios que rigen esta selección y la diferenciación, si existe, entre géneros (Lallana, 2008).

Según los resultados del estudio de Lallana (2006) para los deportistas sus cuerpos, su estado físico, son elementos admirados socialmente. En el caso masculino, el estereotipo deportivo es un deportista alto, de complexión delgada pero fuerte y fibrado – un ejemplo de estereotipo deportivo masculino sería Rafael Nadal.

El estereotipo femenino más usual de la deportista es el de objeto sexual de deseo, de manera que aquellas deportistas más bellas y atractivas salen continuamente en los medios y consiguen mejores patrocinios aunque a veces no hayan ganado ni un solo gran premio como destaca López Díez (2011). Pero esto no importa, los medios destacarán cualquier aspecto deportivo o extra profesional, incluso profesional para retener la audiencia masculina especialmente, aunque la actuación profesional sea mala, como puede ser el caso de la tenista Anna Kournikova. Este ejemplo utiliza también Lallana (2008) para destacar que los cuerpos de María Sharapova o Anna Kurnikova, tenistas delgadas y admiradas por su belleza, maravillan a la sociedad. Por una parte se les mostrará como iconos sexuales, aunque por otra no dejarán de recordarle sus limitaciones para ganar un gran premio (López Díez, 2011).

Además, el hecho de que los medios sexualicen a los deportistas roban legitimidad a las mujeres deportistas y preserva la hegemonía masculina (Sabo, Curry Jansen y Craig, 1992). Por el contrario, las deportistas que cuyos cuerpos no encajan con este ideal de belleza, como Amélie Mauresmo o Venus Williams, excelentes tenistas que se aproximan más a estereotipos físicos más masculinos, reciben un tratamiento discriminatorio en los medios cuando se destacan sus



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

características físicas reproduciendo los estereotipos tradicionales, y más en el momento en que la propia Amélie Mauresmo declaró abiertamente su homosexualidad, como ya hicieron Martina Navratilova o Conchita Martínez en su día. Y relacionado también con el estereotipo de las deportistas como objeto sexual que apuntaba López Díez (2011) con la selección de fotos e imágenes los medios deportivos y las televisiones tienen el poder de elegir si se representan posiciones tradicionales y obsoletas o desafían los estereotipos patriarcales de género.

Diferentes estudios demuestran que el deporte femenino está infrarepresentado en los medios de comunicación (Sabo et al. 1992; Duncan et al. 1994; Birrell y Theberge, 1994). Los medios de comunicación con su contribución a la formación de los estereotipos deportivos provocan que los muchachos jóvenes se identifiquen mucho más con estos modelos sociales que las chicas jóvenes (Álvarez, 1992). Esta menor cobertura de los medios de comunicación no sólo influye en la creación de un conjunto de modelos que demuestren que la participación en el deporte es aceptable para las mujeres y que su éxito será reconocido, sino también en el tratamiento de la información que los medios de comunicación hacen del deporte femenino, la devaluación de sus logros y el interés de la gente. Los medios se escudan en que no existe demanda de emisión de deporte femenino, pero es un arma de doble filo, porque si los medios no emiten deporte femenino es difícil que el público lo vea y por lo tanto no existe la audiencia. Nieves Ucendo lo explica así: <<las mujeres que hacen deporte parecen invisibles. No están para los medios. No aparecen. No venden. Y si no vendes, no existes. Sólo en tiempo de Olimpiadas es posible seguir el deporte femenino en los medios de comunicación generales, o bien cuando una mujer gana una competición de altísimo nivel>> (Ucendo, 2001).

El COI debe seguir siendo inflexible para la ejecución de los valores del "Movimiento Olímpico", donde se destacan no sólo la lucha contra el dopaje, sino también contra la discriminación hacia un país o una persona por motivos raciales, religiosos, políticos, sexuales u otro, dado que es incompatible con los intereses olímpicos. En la última Carta Olímpica, el COI otorga la posibilidad de variantes en cuanto a la vestimenta de las deportistas para permitir la vestimenta adecuada para que las deportistas musulmanas pudieran participar (AFP, 2004).

El COI no puede negarse a la participación a un país por no incluir a las mujeres dentro de sus filas, lo cual supondría una discriminación y sería ir en contra de los valores propios de la COI, pero se puede utilizar esta participación olímpica como moneda de cambio para la promoción del deporte femenino y la educación física a nivel escolar en países de mayoría musulmana. Generar desde la infancia una idea de "deporte para todos" puede ser el primer paso para un futuro del deporte femenino en estos países.

Aunque el COI establece las reglas para la vestimenta deportiva aceptada para que las deportistas musulmanas puedan participar (AFP, 2004) en Sydney 2000, nueve países no tuvieron representación femenina en sus delegaciones. En Atenas, seis países compitieron con hombres solamente. Los países musulmanes que, por razones culturales o religiosas limitan el derecho de la mujer para competir en los Juegos Olímpicos fueron expuestos en el Comité



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Atlanta-Sydney-Atenas. Dicho Comité se basa en el principio fundamental de la Carta Olímpica para la no discriminación y exige la exclusión de las delegaciones que excluyan toda presencia femenina en su participación en los Juegos Olímpicos.

La discriminación que sigue siendo evidente hoy en día no es exclusiva de las mujeres, ya que existen deportes que discriminan a los hombres por su condición, es el caso de la natación sincronizada. Según la Federación Mundial de Natación Sincronizada los hombres serán capaces de participar en eventos deportivos clasificados como no oficiales, mientras que en los actos oficiales sólo podrán participar las mujeres. No deberían existir discriminaciones de género en el deporte. La persona debe tener en sus manos la oportunidad de elegir el deporte que le gusta y el COI deben tratar de facilitar la práctica de deportes olímpicos (Lallana, 2005).

Pero el deporte en sí mismo no discrimina a hombres o mujeres, sino que discrimina entre los que entrenan y los que no, entre los que juegan limpio y los que utilizan sustancias prohibidas, y entre aquellos que creen que el deporte y sus valores son un la filosofía de la vida y los que ven el deporte como una forma de resolverse la vida. El género no debería ser un impedimento para la práctica deportiva, todo el mundo debe elegir el deporte que desea practicar. El impedimento a un niño que quiere competir en natación sincronizada o una mujer que quiere hacer boxeo son las barreras que el COI poco a poco debe eliminar, como lo ha hecho con el salto con pértiga o la lucha.

Hemos destacado la idea de que las mujeres se incorporan al deporte bajo unos criterios preestablecidos por el hombre, lo cual actúa de lastre para que se extienda a todos los demás ámbitos. Los medios de comunicación en especial la televisión, durante los Juegos Olímpicos generan dioses mediáticos. Lallana (2006) afirma que público identifica mejor a un deportista o un equipo que a un evento en general. En todas las Olimpiadas surgen deportistas que acaban siendo idolatrados en el mundo. Normalmente estos deportistas siempre han sido hombres, y para que los medios comenzaran a "mediatizar" a los deportistas, estos han tenido que hacer verdaderas proezas o records.

En Montreal 1976, Nadia Comaneci, fue la primera gimnasta, hombre o mujer, en obtener la nota perfecta de 10 puntos. En Los Ángeles 1984, la marroquí Nawal El Moutawakil fue la primera campeona (400m vallas) individual africana y musulmana. Nawal no fue bien recibida en su país llegando a sufrir ella y su familia agresiones por parte de los más acérrimos de la cultura musulmana (PL.2004). Lo mismo ocurriría en Barcelona 1992 con la argelina Hassiba Boulmerka campeona de los 1500m (y campeona del mundo en la misma distancia en 1991 y 1995).

Sydney 2000 nos dejó dos mujeres, dos grandes fenómenos mediáticos. Cathy Freeman, fue la imagen australiana, el referente nacional, encargada de encender el pebetero olímpico y vencedora de los 400m lisos. Aunque este no fue el motivo principal que la llevaron a ocupar las portadas y ser uno de los mayores reclamos de los programas, sino el hecho de que fuera aborigen. Fue una de las pocas nativas que había en las filas del equipo australiano (CIO, 2000).



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

La otra gran estrella femenina fue Marion Jones, con cinco medallas en una misma edición de unos Juegos, proporcionó múltiples imágenes que se distribuyeron por todo el mundo. “La reina de la velocidad en Sydney”, como se le consideró, tuvo relevancia en la mayoría de los medios de comunicación mundiales.

Los Juegos Olímpicos de Atenas también partían con sus propios ídolos, *dioses y diosas a los que idolatrar*. A parte del corredor griego Kenteris o el nadador estadounidense Michael Phelps, cuyo objetivo era batir el record de Mark Spitz. Atenas también contaba con sus heroínas, la griega Tanou y la inglesa Paula Radcliffe, que partía con el objetivo de poner su nombre al record olímpico de la maratón femenina. Pero tras el fracaso de las expectativas de estas dos grandes atletas los medios de comunicación no tardaron en sustituirlas convirtiendo en ídolo local a la ganadora griega de los 400m vallas Fani Halkia y heroína olímpica a la británica Kelly Holmes tras su victoria en 800m y 1500m. Beijing nos dejó a Usain Bolt y Michael Phelps con sus ocho medallas de oro. Lo cual deja más que claro que los medios de comunicación necesitan héroes y heroínas, y si no las hay, las crea.

El COI no puede cambiar una cultura con el deporte, pero el deporte puede ser el instrumento que sirva para la integración y la participación de la mujer musulmana en una sociedad igualitaria. Este es el caso de Irak, Palestina y Bahrein que en Atenas 2004, incluyó a mujeres por primera vez en su historia en sus filas. El sentimiento de patriotismo hace que el deporte sea algo efectivo para evitar los aspectos discriminatorios en otros entornos sociales. A pesar de que Marion Jones es una mujer negra o Kathy Freeman es de origen aborigen, ambas fueron los estandartes norteamericana y australiana en Sydney. Y otro ejemplo a destacar es el caso de Eric Moussambani, de Guinea Ecuatorial, nadador de los 100m libres que se convirtió en un ejemplo de “superación Olímpica”.

El poder de los medios de comunicación en la sociedad es evidente, y el poder de los comentaristas para atribuir algunos términos, adjetivos, que influyen en la sociedad y que pasan al dominio público como “El Dream-Team” (del Barça), “El relámpago Bolt” “El tiburón Phelps” o “La reina de la velocidad” (Marion Jones). Estos son claros ejemplos de apelativos que se han puesto a deportistas, y que son rápidamente adoptados por la sociedad para su uso generalizado. Según Wilde, la televisión debería ser más consciente de su influencia social al utilizar ciertos términos y adjetivos (Lallana, 2005).

CONCLUSIONES

El deporte no tiene género intrínsecamente. Las definiciones de masculinidad y feminidad han sido impuestas socialmente en las actividades deportivas. Para los hombres el deporte se considera importante en el desarrollo de la identidad masculina, pero para las mujeres puede existir una incompatibilidad entre la feminidad y la participación deportiva. El deporte es por lo tanto, una práctica cultural que contribuye al mantenimiento de las desigualdades de género. Sin



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

embargo, la experiencia en el deporte también constituye un potencial para transformar las relaciones de género. Por ejemplo, utilizando la concepción del deporte como una práctica social, acentuando la importancia de la actividad física que se expresa y da sentido a la experiencia de las mujeres. Los estereotipos de género en el deporte también afectan a los hombres, ya que la mayoría de los deportes se consideran más adecuados para los hombres que para las mujeres, y algunas actividades físicas que existen también son considerados más característicos de las mujeres.

Con la práctica mediática de priorizar la belleza se refuerza el significado del máximo valor que la sociedad patriarcal concede a las mujeres en general y por ende a las deportistas. Su cuerpo (López Díez, 2011). Es por ello que quienes continúan reduciendo la importancia de la práctica deportiva al hecho meramente estético eligen ponerse de parte de la tradición y de la consideración de las mujeres como seres inferiores.

Mientras que los estereotipos tradicionales y/o la socialización diferencial de los roles de género existan, seguirá habiendo diferencias de comportamiento en el contexto del deporte. Si queremos modificar el comportamiento deportivo de las mujeres, lo importante será actuar en el entorno inmediato (familia, escuela, etc.) Si queremos modificar las actitudes a un nivel más global y sobre todo proporcionar modelos femeninos en el deporte abarcando un número mayor de población, existe la herramienta única para ello que son los medios de comunicación. Es importante tener esto en cuenta cuando se trata de diseñar programas efectivos. Y es necesario continuar investigando también sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en el rendimiento deportivo de los y las deportistas.

BIBLIOGRAFÍA

AFP, (2004): "Mujeres en los Juegos Olímpicos", Mujeres hoy. Colombia:
<http://www.mujereshoy.com/imprimir/imprimir.php?id=2285> [Consultado:8/03/09]

Alvarez, G.(1992): "*Situación de las niñas y las jóvenes en el deporte de base*", Instituto de la Mujer: El ejercicio físico y la práctica deportiva de las mujeres. Serie Debate, 12. (25-29)

Bernstein, A. (2002). "Is it time for a victory lap? Changes in the media coverage of women in sport", *International Review for the Sociology of Sport*, N°37 (Sep.-Dic.) (415-428)

Birrell, S. & Theberge, N. (1994): "Ideological control of women in sport", en Costa, M. & Guthrie, S.R. (ed): *Women and Sport. Interdisciplinary Perspectives*. Human Kinetics, Champaign (USA). (341-360)

CIO. (2000): *The Sydney 2000, Olympic Games, Web CIO*.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

http://www.multimediaolympic.org/pdf/en_report_249.pdf [Consultado:20/12/2004].

Coakley, J. (2003): Sport in society. Issues and controversies. McGraw Hill. Colorado.

Duncan, M.C. et al. (1994): "Gender stereotyping in televised sports", en Birrell, S. & Cole, C. (ed): Women, Sport and Culture. Human Kinetics, Champaign (USA) (249-272)

Eastman, S.T., & Billings, A.C. (2001): "Sportscasting and sports reporting. The power of gender bias". Journal of Sport & Social Issues, 24 (2, May), (192-213).

Eckes, T. (1994): "Features of men, features of women: assessing stereotypic beliefs about gender subtypes". British Journal of Social Psychology, 33, (107-123).

García Ferrando, M. (1990): *Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica*. Alianza Deporte, Madrid.

Greenleaf, C. (2002): "Athletic body image: Exploratory interviews with former competitive female athlete". WSPAJ (Women in Sport and Physical Activity Journal), 11(1, Spring), (63-88)

Griffin, P. (1998): Strong Women, Deep Closets: Lesbians and Homophobia in Sport. Human Kinetics: Windsor, Ontario.

Hargreaves, J. (1994): Sporting Females. Critical issues in the history and sociology of women's sports. London, Routledge.

International Working Group on Women and Sport (the IWG) [Consultado:25/02/09]

<http://www.iwg-qtj.org/>

Kane, M.J.& Snyder,E.E.(1989):Sport typing: The social "containment" of women. *Arena Review*, 13, (77-96)

Koivula, N.(2001):Ratings of gender appropriateness of sport participation: effects of gender-based schematic processing. *Sex Roles*, 33(7/8),(543-557)

Krane, W., Waldron, J., Michalenok, J., & Stiles-Shipley, J. (2001): Body image concerns in female exercisers and athletes: A feminist cultural studies perspective. WSPAJ (Women in Sport and Physical Activity Journal), 10(1, spring),(17-55)

Lallana, I. (2005): La mujer y los Juegos Olímpicos: análisis a través de los medios de comunicación. Retos para Beijing 2008. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics-UAB.
http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp104_spa.pdf [Consultado: 25/02/09]



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Lallana, I. (2006): "Identificación de las deportistas de élite con los estereotipos sociales que transmiten los medios de comunicación: un caso de estudio en el Centro de Alto Rendimiento de Sant Cugat (2005-2006)". Centro de Estudios Olímpicos-UAB.

Lallana, I. (2008): "La atleta mediática de los Juegos Olímpicos". En Gambau, V. et al. (comp). Comunicación y Deporte, IX Congreso AEISAD 2006. Investigación Social y Deporte nº8. Madrid. (67-76)

López Díaz, P. (2011): Deporte y Mujeres en los Medios de Comunicación. Sugerencias y Recomendaciones. Consejo Superior de Deportes. <http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/myd/web-guia-mmcc-vp.pdf> [Consultado: 05/12/11]

López-Sáez, M. & Morales, J.F. (1995): Estereotipos de género e identidad de género. En Sanchez, J.C. y Ullan, A.M. (comp): Procesos psicologicos basicos y grupales. Salamanca, Eudema.(387-400)

Metheny, E. (1965): Symbolic form of movement: the feminine image in sport. Metheny, E. (ed): Connotations of Movement in Sport and Dance. Dubuque, Iowa, Brow Co. (43-56)

Morales, J.F. & Moya, M.C. (1996): Tratado de psicología social: procesos basicos. Volumen I. Madrid, Sintesis Psicología. (17-49)

Murray, M. & Matheson, H.(1993): Competition, perceived barriers to success. Cohen, G.L. (ed): *Women in Sport. Issues and Controversies*. Newbury Park (USA), Sage.

Olabarrieta, E. (1993): Deporte y salud. Bilbao, Eroski.

Oglesby, C.A. (1983): Le sport et la femme. Du mythe a la realite. Paris, Vigot.

PL. (2004): La mujer en la historia olímpica. Opciones, Semanario Financiero, Comercial y Turístico de Cuba. Cuba : Opciones Digital, <http://www.opciones.cubaweb.cu/deportivas3.asp> [Consultado: 22/11/04]

Puig, N. (1986): "El deporte y los estereotipos femeninos". Revista Occidente, 62-63 (7-8), (71-84)

Sabo, D.F. et al. (1992): Images of men in sport media. The social reproduction of gender order. Craig, S. (ed): Men, masculinity and the media. Newbury Park (USA), Sage.

Schmalz, D. y Kerstetter, D. (2006): "Girlie girls and manly men: Children's stigma consciousness of gender in sports and physical activities". Journal of Leisure Research, 38 (4), (536-557).



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Sherrow, V. (1996): *Encyclopedia of Women and Sports*. ABC-CLIO, Inc.: California.

Snoeyenbos, A. (2002): Freeing the female body: Inspirational icons. *WSPAJ*, 11(2), 202.

Ucendo, N. (2001). *La mujer deportista en los medios*. Distrito Olímpico 2001.

Vázquez, B. (1991): "La niña y el deporte: la motivación para el deporte y los valores de la niña". *Infancia y Sociedad*, 10, (79-92).

Wilde, K. (2007): *Women in Sport: Gender Stereotypes in the past and Present*.
<http://www.athabascau.ca/wmst/papers/Wilde.pdf> [Consultado:15/03/09]

Woolum, J. (1998): *Outstanding Women Athletes: Who They Are and How They Influenced Sports in America*. (2nd Ed.). The Oryx Press: Phoenix.

Zimmerman, J. & Reavill, G. (1998): *Raising Our Athletic Daughters: How Sports Can Build Self-Esteem and Save Girls' Lives*. Doubleday: New York.