

# DECÁLOGO 2015

## PARA EL FOMENTO DE LA IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS

Los medios de comunicación, como principales agentes de transmisión de información, tienen la responsabilidad social de proyectar valores que promuevan la igualdad de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la sociedad, incluido el ámbito deportivo.

Existen numerosos documentos que han puesto de manifiesto la desigualdad existente en la presencia de mujeres periodistas deportivas, y en las noticias sobre mujeres deportistas en los medios de comunicación. Más allá de una desigualdad de carácter cuantitativo, desde una perspectiva cualitativa, las investigaciones<sup>1</sup> llevadas a cabo sobre esta materia también han subrayado la importancia de erradicar la proyección de imágenes estereotipadas y sexistas con relación a las deportistas y su actividad. Un estudio realizado por el Gobierno Vasco en 2013 sobre la **Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva** concluyó que la presencia de noticias sobre el deporte practicado por mujeres es claramente inferior a la de hombres; que el lenguaje utilizado invisibiliza a las mujeres; y que aún se proyectan estereotipos asociados con la femineidad.

<sup>1</sup>CAA (2008). Estudio sobre género y deporte en televisión. Consejo Audiovisual de Andalucía. Bruce, T., Hovden, J. y Markula, P. (Eds.) (2010). Sportswomen at the olympics. A global Content Analysis of Newspaper Coverage. Rotterdam: Sense Publishers. Women's Sport and Fitness Foundation UK (2011). The big deal? 2011: the case for commercial investment in women's sports.

La Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la igualdad de mujeres y hombres, Artículo 26, establece que:

**1.-** Ningún medio de comunicación social cuya actividad se encuentre sometida al ámbito competencial de la Comunidad Autónoma de Euskadi puede presentar a las personas como inferiores o superiores en dignidad humana en función de su sexo, ni como meros objetos sexuales. Tampoco se pueden difundir contenidos que justifiquen, banalicen o inciten a la violencia contra las mujeres.

**2.-** Los medios de comunicación social, en la elaboración de sus programaciones, han de hacer un uso no sexista del lenguaje y garantizar una participación activa de las mujeres y una presencia equilibrada y una imagen plural de ambos sexos, al margen de cánones de belleza y estereotipos sexistas sobre las funciones que desempeñan en los diferentes ámbitos de la vida y con especial incidencia en los contenidos dirigidos a la población infantil y juvenil. De la misma manera, han de garantizar la difusión de las actividades sociales y culturales promovidas o dirigidas a mujeres en condiciones de igualdad, así como aquellas que favorezcan su empoderamiento.

Por su parte, la Comisión Europea ha establecido un **programa de acción** para el impulso de la igualdad de mujeres y hombres en el ámbito deportivo para el periodo 2014-2020. Los medios de comunicación constituyen uno de los ejes de actuación, en el que establecen retos para erradicar los estereotipos de género en el deporte; para equilibrar la cobertura de eventos deportivos femeninos y masculinos; y para equilibrar la presencia de mujeres y hombres que trabajan en los diferentes departamentos de los medios de comunicación deportivos de Europa.

Los medios de comunicación pueden contribuir en el impulso de la igualdad de mujeres y hombres en el deporte siguiendo estas:

## RECOMENDACIONES<sup>2</sup>:

- 1 VISIBILIZAR Y VALORAR A LAS DEPORTISTAS.** Visibilizar y valorar los logros de las mujeres en el ámbito del deporte: deportistas, así como entrenadoras, árbitras, directivas y gestoras.
- 2 MÁS INFORMACIÓN.** Aumentar la información del deporte practicado por mujeres.
- 3 CUIDAR EL LENGUAJE.** Usar un lenguaje inclusivo y no sexista.
- 4 EL CUERPO NO ES LA NOTICIA.** No utilizar el cuerpo de las deportistas como reclamo informativo.
- 5 SIN ESTEREOTIPOS.** No asociar determinados estereotipos a mujeres o a hombres, por ejemplo: belleza y simpatía, o fuerza y valentía.
- 6 LOS DEPORTES NO TIENEN GÉNERO.** No etiquetar los deportes como masculinos o femeninos.
- 7 MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO.** Incluir mujeres como especialistas y como fuentes de información, así como las opiniones y testimonios de las mujeres.
- 8 FORMACIÓN EN GÉNERO.** Tomar conciencia de la necesidad de formación en perspectiva de género de los y las profesionales de la comunicación, tanto en la formación inicial como en la continua.
- 9 RESPONSABILIDAD Y RESPETO.** Informar sobre las desigualdades existentes en el este ámbito y mostrar respeto hacia las reivindicaciones de las mujeres por un ámbito deportivo más igualitario y más justo.

<sup>2</sup>Adaptado de: López Díez, P. (2011). Deporte y Mujeres en los Medios de Comunicación. Sugerencias y Recomendaciones. Madrid: Consejo Superior de Deportes. <http://www.pilarlopezdiez.eu/documents/CSD.LibroDeporteymujeres.pdf>