

AUTORES ORIGINALES DE LOS CAPÍTULOS

INTRODUCTION: EUROPEAN HANDBOOK FOR GENDER EQUALITY, EQUITY,
INCLUSION IN SPORT: A PERSPECTIVE THROUGH THE ERASMUS + WOMENUP
PROJECT: AN OVERVIEW

Shirin Amin

Manager. Champions Factory International, Dublin, Ireland

Orlando Mbah

Researcher. Champions Factory International, Dublin, Ireland

CHAPTER 1: THE SOCIAL, MEDICAL, AND PSYCHOLOGICAL IMPORTANCE OF PERFORMING
PHYSICAL ACTIVITY FOR MEN AND WOMEN OF ALL AGES

Verter Tursi

Manager. UISP Unione Italiana Sport per Tutti, Pisa, Italy

CHAPTER 2: GOVERNANCE IN SPORTS ORGANIZATIONS: A GENDER APPROACH

Antonino Pereira

Senior Lecturer. Polytechnic Institute of Viseu, Viseu, Portugal

Francisco Mendes

Senior Lecturer. Polytechnic Institute of Viseu, Viseu, Portugal

Abel Figueiredo

Senior Lecturer. Polytechnic Institute of Viseu, Viseu, Portugal

CHAPTER 3: SPORT LEGISLATION AND POSSIBLE GENDER DISCRIMINATION
IN EUROPEAN COUNTRIES

Alexandra Bekiari

Senior Lecturer. UTH University of Thessaly, Thessaly, Greece

CHAPTER 4: DUAL CAREER OF A SPORTSWOMAN: PROBLEMS AND SUCCESSES

Yeter Aytül Dağlı Ekmekçi

Senior Lecturer. Pamukkale University, Denizli, Türkiye

Özgür Mülazımoğlu Ballı

Senior Lecturer. Pamukkale University, Denizli, Türkiye

Yeliz İlgar Doğan

Senior Lecturer. Pamukkale University, Denizli, Türkiye

CHAPTER 5: GENDER DISCRIMINATION IN THE MEDIA

Shirin Amin

Manager. Champions Factory International, Dublin, Ireland

Orlando Mbah

Researcher. Champions Factory International, Dublin, Ireland

CHAPTER 6: EDUCATION, GENDER, AND SPORTS

Mario Albaladejo-Saura

Lecturer. UCAM, Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, Spain

Lourdes Meroño

Senior Lecturer. UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, Spain

Cristina Ponce-Ramírez

Researcher. UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, Spain

Francisco Esparza-Ros

Senior Lecturer. UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, Spain

Raquel Vaquero-Cristóbal

Senior Lecturer. Universidad de Murcia, Murcia, Spain

CHAPTER 7: INTERSECTIONALITY IN SPORTS: EXPLORING THE IMPACT OF RACE, ETHNICITY, SEXUALITY, AND OTHER SOCIAL IDENTITIES ON PARTICIPATION AND EXPERIENCES IN SPORTS

Eratw Papavasiliou

Senior Lecturer. UTH University of Thessaly, Thessaly, Greece

Anna Boumpouzioti

Senior Lecturer. UTH University of Thessaly, Thessaly, Greece

CHAPTER 8: PHYSICAL ACTIVITY AND MENTAL HEALTH: EXAMINING THE LINKS BETWEEN EXERCISE, PHYSICAL ACTIVITY, AND MENTAL HEALTH OUTCOMES SUCH AS STRESS, ANXIETY, AND DEPRESSION

Adrián Mateo-Orcajada

Researcher. UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, Spain

Noelia González-Gálvez

Senior Lecturer. UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, Spain

Lucía Abenza-Cano

Senior Lecturer. UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, Spain

Alejandro Leiva-Arcas

Senior Lecturer. UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, Spain

Raquel Vaquero-Cristóbal

Senior Lecturer. Universidad de Murcia, Murcia, Spain

EUROPEAN HANDBOOK FOR GENDER EQUALITY, EQUITY, INCLUSION IN SPORT: A PERSPECTIVE THROUGH THE ERASMUS + WOMENUP PROJECT: APPENDICES

Orlando Mbah

Researcher. Champions Factory International, Dublin, Ireland

Capítulo 5

DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

INTRODUCCIÓN

La discriminación de género en los medios de comunicación es un problema generalizado y polifacético, que se caracteriza por el tratamiento o la representación prejuiciosa de las personas en función de su género en diversas plataformas de medios de comunicación (Campbell et al., 2020). Esta práctica discriminatoria se manifiesta a través de estereotipos de género y prejuicios en el contenido de los medios de comunicación, perpetuando normas perjudiciales sobre los roles de género (Collins, 2011). Especialmente en los medios deportivos, estos estereotipos suelen adoptar la forma de una cobertura dispar entre atletas masculinos y femeninos (Fink, 2015), la objetivación de las atletas (Daniels y LaVoi, 2013) y la representación estereotipada de las entrenadoras (Trojan, 2013). Además, la representación desigual de género en los medios de comunicación y en los cargos de responsabilidad agrava aún más este problema, ya que los hombres siguen dominando los puestos influyentes en la industria de los medios de comunicación (Smith et al., 2020).

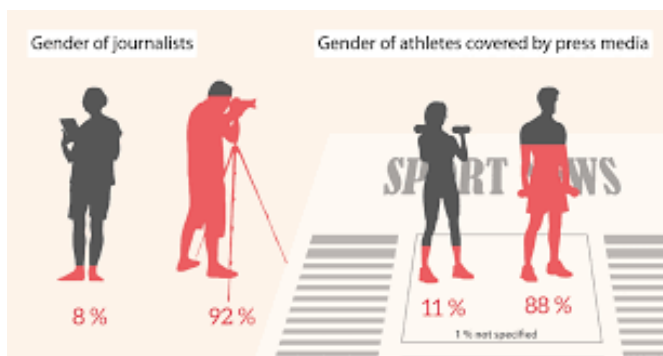


Figura 2 - Representación de la discriminación de género en los medios de comunicación.

Fuente: Parlamento Europeo-Unión Europea.

La cuestión de la discriminación de género en los medios de comunicación tiene profundas raíces históricas. En los primeros años de los medios de comunicación de masas, las mujeres eran retratadas predominantemente en papeles estereotipados ligados a la domesticidad y la maternidad, mientras que los hombres eran retratados como líderes y responsables en la toma de decisiones, incluso en los deportes, donde a menudo se les representaba como más hábiles y competentes (Gerbner et al., 1980). Estas representaciones reflejaban las normas sociales de la época, pero también servían para reforzarlas, creando un bucle de retroalimentación entre los medios de comunicación y las actitudes sociales (Tuchman, 1978). Con el tiempo, a medida que los roles de género han ido evolucionando y los movimientos por los derechos de la mujer han ido ganando terreno, las representaciones de los medios de comunicación también han experimentado cambios (Glascok, 2001). Sin embargo, la discriminación de género sigue siendo un problema importante, sobre todo en los medios de comunicación del ámbito deportivo.

Se han realizado numerosas investigaciones sobre la discriminación de género en los medios de comunicación. Investigadores como Tuchman (1978) y Collins (2011) han analizado ampliamente los estereotipos de género que prevalecen en los contenidos de los medios de comunicación. Investigaciones más recientes, como los estudios del Instituto Geena Davis sobre la disparidad de género en el cine y la televisión, han puesto de manifiesto la persistente infrarrepresentación y sexualización de las mujeres en los medios de comunicación. En los medios de comunicación deportivos, los estudios han puesto de relieve cómo los atletas masculinos reciben mucha más cobertura que las atletas femeninas, y éstas a menudo son representadas de forma estereotipada y sexualizada.

El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), la investigación más antigua del mundo centrada en el análisis del género en los medios de comunicación, sigue proporcionando valiosos datos sobre las disparidades de género en todos los medios, incluyendo el contexto deportivo.



Figura 3 - En la Universidad del Sur de California, los estudiantes-atletas de género masculino tienen más cobertura en los medios de comunicación que sus homólogos de género femenino.

Fuente: USC News - Universidad del Sur de California.

La discriminación de género en los medios de comunicación tiene importantes implicaciones sociales. Los medios de comunicación moldean las normas y actitudes sociales, y las representaciones discriminatorias pueden perpetuar estereotipos y prejuicios perjudiciales (Gerbner et al., 1980). Esto es evidente en los medios de comunicación deportivos, donde las representaciones influyen en las normas y expectativas sociales sobre los roles de género en el deporte, a menudo reforzando la noción de que el deporte presenta dominio masculino (Trolan, 2013). Además, la desigual representación de género en los cargos de responsabilidad en los medios de comunicación conduce a una falta de perspectivas diversas, lo que afecta a la calidad y la inclusividad del contenido emitido (Smith et al., 2020). La relevancia del tema se extiende más allá de la industria de los medios de comunicación, influyendo en las percepciones sociales de los roles de género y repercutiendo en la lucha más amplia por la igualdad de género (Hobbs, 2011).

Una tendencia actual es el creciente escrutinio de la representación de género en los medios digitales, en particular en las plataformas de redes sociales y en los videojuegos (Fox y Tang, 2017). Entre las cuestiones emergentes se incluyen la representación y el tratamiento de las personas no binarias y transgénero en los medios de comunicación (Hobbs, 2011). El movimiento #MeToo también ha desencadenado debates globales sobre el acoso sexual y la desigualdad de género en diversas industrias, incluidos los medios de comunicación (Jane, 2014).

En los medios deportivos, se están realizando esfuerzos para promover la igualdad de género, como aumentar la representación de las mujeres y promover retratos positivos de las atletas y entrenadoras (Fink, 2015). La inclusión de este tema en este manual está en consonancia con nuestro objetivo de promover una visión global del papel de los medios de comunicación en la sociedad (Hobbs, 2011). Examinar la discriminación de género en los medios de comunicación nos permite comprometernos de forma crítica con los medios que consumimos, comprender sus implicaciones sociales e impulsar prácticas mediáticas más equitativas e inclusivas (Geena Davis Institute on Gender in Media, s.f.).

La discriminación de género en los medios de comunicación conecta con cuestiones sociales más amplias como la igualdad de género y la representación y la diversidad. Se cruza con áreas como la Sociología, la Psicología y estudios de medios de comunicación, ya que las representaciones mediáticas pueden influir en las actitudes sociales, las autopercepciones individuales y las normas culturales en torno al género (Bem, 1981). El papel de los medios de comunicación en la construcción y difusión de las normas de género es también una preocupación central de los estudios culturales (Krippendorff, 2004). Desde una perspectiva psicológica, las imágenes y narrativas de los medios de comunicación sobre el género pueden influir en las actitudes, creencias y comportamientos individuales (Eisend, 2010).

La clave está relacionada con discursos más amplios sobre la representación y la diversidad. A medida que la sociedad es más diversa, la necesidad de que los medios de comunicación reflejen y respeten esta diversidad se vuelve cada vez más urgente (Ward, 2016). El tema de la discriminación de género en los medios de comunicación es relevante, no solo para los profesionales de los medios, sino para todos los consumidores de medios, educadores, responsables políticos, específicamente en la comunidad deportiva, y cualquier persona interesada en la igualdad

de género y la justicia social (World Association for Christian Communication, 2020). Al examinar críticamente la discriminación de género en los medios de comunicación, podemos entender mejor el papel de los medios en la perpetuación de las desigualdades de género y el poder para defender o cuestionar normas sociales (Fredrickson & Roberts, 1997). Esta reflexión puede, a su vez, cuestionar nuestros propios hábitos de consumo y plantearnos el seguimiento de medios de comunicación más inclusivos y equitativos (Hardin y Greer, 2009). Además, dada la omnipresencia y la influencia de los medios de comunicación en nuestras vidas, este tema tiene amplias implicaciones (Women's Media Center, n.d.).

ANTECEDENTES CIENTÍFICOS

La discriminación de género en los medios de comunicación, y específicamente en los medios deportivos, es una cuestión compleja que se cruza con numerosas disciplinas académicas, tales como, la Sociología, la Psicología y estudios sobre los medios de comunicación (Campbell et al., 2020). Estas disciplinas ofrecen varias teorías y conceptos que permiten comprender cómo las representaciones de género en los medios de comunicación afectan a la percepción y el comportamiento de la audiencia, contribuyendo así a la desigualdad de género en la sociedad, incluido el ámbito deportivo.

La ‘teoría de los roles de género’ de la Sociología explica cómo las normas sociales de comportamiento de género se reflejan y refuerzan en los medios de comunicación, lo que conduce a una representación desigual en el deporte (Collins, 2011). Al mismo tiempo, la ‘teoría de los esquemas de género’ de la Psicología y la ‘teoría cognitiva social’ exponen los procesos cognitivos que dan forma a las percepciones y comportamientos de la audiencia, sugiriendo que las categorizaciones basadas en el género y el aprendizaje observacional pueden llevar a interiorizar representaciones sesgadas en los medios de comunicación (Bem, 1981). Además, conceptos de los estudios sobre los medios de comunicación como ‘representación mediática’ y ‘efectos mediáticos’ subrayan el gran impacto del contenido de los medios de comunicación en la percepción de la sociedad, y la ‘teoría del cultivo’ destaca la posibilidad de que se distorsionen las realidades mediante la exposición prolongada a determinadas representaciones en los medios de comunicación (Krippendorff, 2004).

En el contexto de los medios de comunicación de carácter deportivo, estas teorías y conceptos proporcionan una comprensión holística de la

discriminación de género. Demuestran la interacción entre las normas sociales, los procesos cognitivos y la influencia de los medios de comunicación (Gluscock, 2001). La teoría de los esquemas de género, la teoría del cultivo y la teoría de la objetivación son fundamentales para comprender la discriminación de género en los medios de comunicación deportivos. Estas teorías explican cómo las representaciones que hacen los medios de comunicación de los atletas y entrenadores masculinos y femeninos pueden dar forma a las normas y expectativas sociales sobre los roles de género en el deporte (Fredrickson y Roberts, 1997). También ponen de relieve cómo estas representaciones pueden disuadir a niñas y mujeres de practicar deporte y limitar su interés por el mismo (LaVoi, 2016; Norman, 2010).

Al recurrir a estas teorías y conceptos de la Sociología, la Psicología e investigaciones sobre los medios de comunicación, podemos comprender mejor los mecanismos que subyacen a la discriminación de género en los medios deportivos. Esta comprensión nos permite analizar críticamente el contenido de los medios, cuestionar los estereotipos perjudiciales y abogar por una representación más inclusiva y equitativa del género en el deporte (Bruce, 2016). También contribuye al esfuerzo por promover la igualdad de género en el deporte y crear un entorno deportivo más inclusivo para todas las personas, independientemente de su género (Daniels y LaVoi, 2013).

Evolución histórica

La discriminación de género en los medios de comunicación deportivos ha implicado históricamente la infrarrepresentación y los estereotipos de las atletas y entrenadoras (Trolan, 2013). Las normas y expectativas sociales han influido en el panorama mediático, perpetuando las desigualdades de género y reforzando los roles de género tradicionales (Gerbner et al., 1980). A pesar de los esfuerzos por promover la igualdad de género, persisten las disparidades, y las mujeres deportistas reciben menos cobertura y reconocimiento que sus homólogos masculinos (Fink, 2015). A menudo se objetiviza a las atletas y sus logros deportivos se ven eclipsados por los debates sobre su aspecto (Eisend, 2010). Las entrenadoras también se enfrentan a retos únicos, ya que están infrarrepresentadas y sometidas a estereotipos negativos (Daniels y LaVoi, 2013). Abordar la discriminación de género en los medios de comunicación deportivos requiere desafiar los estereotipos, aumentar la representación de las mujeres, promover representaciones equitativas y fomentar la alfabetización mediática (Hardin y Greer, 2009; Hobbs, 2011). Al luchar

por la inclusión y la representación, podemos trabajar por un panorama mediático más justo que apoye la igualdad de género en el deporte y cuestiona normas de género perjudiciales en la sociedad.

Principios fundamentales

Los principios clave relacionados con la discriminación de género en los medios deportivos abarcan la socialización, la formación y el refuerzo de estereotipos, y el consumo de los medios de comunicación en la percepción y el comportamiento (Hardin y Greer, 2009; Fink, 2015). La socialización se refiere a cómo los individuos adquieren las normas y los valores sociales en relación con el género y el deporte, dando forma a sus creencias y comportamientos (Trolan, 2013). La formación y el refuerzo de estereotipos exploran cómo se establecen y mantienen los estereotipos sobre los atletas y entrenadores masculinos y femeninos, influyendo en las percepciones de sus capacidades y funciones (Daniels y LaVoi, 2013). El consumo de los medios de comunicación desempeña un papel fundamental en la formación de las actitudes de las personas hacia el género y el deporte, ya que las representaciones de los atletas y entrenadores en los medios pueden influir en las percepciones, creencias y comportamientos de los espectadores (Eisend, 2010). Entender estos principios permite comprender la compleja dinámica de la discriminación de género en los medios deportivos y pone de relieve el papel de la socialización, la formación de estereotipos y la influencia de los medios en la perpetuación o el cuestionamiento de los prejuicios de género en los medios deportivos.

Terminología básica y definiciones

El sexismo y la misoginia son formas generalizadas de discriminación de género que se observan en los medios de comunicación deportivos (Kian, 2019; Cooky et al., 2013). Las mujeres deportistas suelen recibir una cobertura sesgada, con menos atención y reconocimiento que sus homólogos masculinos (Cooky et al., 2013; Billings et al., 2015). La objetivación de las deportistas, centrada en su aspecto físico en lugar de en sus habilidades y logros, contribuye aún más a la desigualdad de género (Dworkin y Messner, 2018; Kane et al., 2013). La representación y la diversidad son aspectos cruciales para abordar la discriminación de género en los medios deportivos, ya que implican la representación justa y precisa de los atletas masculinos y femeninos y la inclusión de diversos géneros en la cobertura deportiva (Billings et al., 2015). Los estereotipos, por otro lado, refuerzan percepciones sesgadas y generalizadas de género en el

deporte, reforzando las prácticas discriminatorias (Kian, 2019; Messner et al., 1993). Reconocer y cuestionar estas formas de discriminación de género es esencial para promover la igualdad y la equidad en los medios deportivos (Kian, 2019).

Investigación y estudios de apoyo

La investigación en los medios de comunicación deportivos ha revelado sistemáticamente la presencia de sesgos y estereotipos de género (Cooky & Messner, 2018). La cobertura dispar entre atletas masculinos y femeninos, con los atletas masculinos recibiendo más atención, es un hecho común (Cooky & Messner, 2018). Además, a menudo se objetiviza a las atletas femeninas y su aspecto físico o su vida personal reciben más atención que sus habilidades atléticas (Kane & LaVoi, 2018). Estas representaciones sesgadas tienen un impacto significativo en la percepción pública y la participación en los deportes (Hargreaves & Anderson, 2014). Refuerzan la noción de que los deportes son un dominio masculino, desalentando a las mujeres y las niñas a practicar deportes y limitando su interés (Kian, 2019). Desafiar estos prejuicios y promover una representación equitativa de las mujeres deportistas es crucial para inspirar a más mujeres y niñas a participar en deportes y desafiar las normas de género tradicionales en los medios deportivos (Kian, 2019; Trolan, 2013).

Estado actual de conocimiento

La literatura actual reconoce la presencia persistente de la discriminación de género en los medios de comunicación deportivos y sus efectos perjudiciales sobre la igualdad de género en el deporte (Cooky & Messner, 2018). Se están realizando esfuerzos para abordar esta cuestión promoviendo la igualdad de género en la presencia de los medios de comunicación deportivos (Hargreaves, 2012; Trolan, 2013). Las estrategias incluyen aumentar la representación de las mujeres en los medios de comunicación deportivos, tanto en términos de presencia mediática como en cargos que impliquen la toma de decisiones (Billings et al., 2008; Kian, 2019), y fomentar representaciones positivas y empoderadoras de las atletas y entrenadoras (Kian, 2019; Messner et al., 2018). Al desafiar los prejuicios y estereotipos de género, el objetivo es crear un panorama mediático deportivo más inclusivo y equitativo que promueva la igualdad de género y brinde oportunidades a todos los atletas y entrenadores, independientemente de su género (Kian, 2019; Trolan, 2015).

Conexiones interdisciplinarias

El estudio de la discriminación de género en los medios de comunicación deportivos es un campo multidisciplinar (Billings et al., 2008; Hargreaves, 2012; Trolan, 2015). La Sociología contribuye a la comprensión de los roles de género en el deporte y los procesos de socialización que dan forma a estos roles (Billings et al., 2008; Hargreaves, 2012). La psicología examina el impacto de las representaciones mediáticas en las actitudes y creencias de los individuos sobre el deporte (Cooky et al., 2015; Kian, 2019), mientras que los estudios de comunicación exploran los efectos de los medios en las percepciones de género en el contexto del deporte (Trolan, 2015). Al basarse en estas disciplinas, los investigadores pueden obtener una comprensión integral de la compleja dinámica de la discriminación de género en los medios deportivos y desarrollar estrategias para promover la equidad de género y desafiar los estereotipos en la cobertura deportiva (Kian, 2019; Trolan, 2015).

Supuestos clave, modelos y técnicas experimentales

En el ámbito de la discriminación de género en los medios deportivos, los modelos y supuestos giran en torno al proceso de consumo de los medios y su impacto en las audiencias (Billings et al., 2008; Messner et al., 2018). La “teoría del cultivo”, por ejemplo, postula que la exposición prolongada a los medios puede moldear las percepciones de los espectadores sobre la realidad social, incluidas las normas de género en el deporte (Billings et al., 2008). Esta teoría sugiere que la representación consistente de estereotipos y sesgos de género en los medios deportivos puede influir en cómo los individuos perciben y entienden los roles de género dentro del contexto deportivo (Messner et al., 2018). Al reconocer la influencia del consumo de medios en las actitudes y creencias de la audiencia, los investigadores y profesionales pueden abordar mejor la discriminación de género y trabajar para promover representaciones más equitativas e inclusivas en los medios deportivos (Billings et al., 2008; Messner et al., 2018).

Los métodos de investigación utilizados en este campo incluyen el análisis de contenido para cuantificar la representación y el sesgo en el contenido de los medios deportivos, encuestas y experimentos para investigar el impacto de la exposición a los medios deportivos en las audiencias, y métodos cualitativos como entrevistas o focus group para captar experiencias y percepciones más matizadas del género en los me-

dios deportivos (Billings et al., 2008; Kian, 2019; Trolan, 2015). Estos métodos de investigación ayudan a arrojar luz sobre la prevalencia y los efectos de la discriminación de género en los medios deportivos, lo que permite una comprensión más profunda de su impacto y el desarrollo de intervenciones y estrategias específicas para el cambio.

INFORMACIÓN TÉCNICA

El estudio de la discriminación de género en los medios de comunicación deportivos utiliza diversas metodologías, como el análisis de contenido, los diseños de investigación experimental y de encuestas, y métodos cualitativos como entrevistas y grupos de discusión (Billings et al., 2008; Kian, 2019; Trolan, 2015). El análisis de contenido permite a los investigadores cuantificar la representación y los estereotipos de género en los medios de comunicación, proporcionando datos cuantitativos para el análisis. Los diseños experimentales establecen relaciones causales entre la exposición a los medios y las respuestas de la audiencia, mientras que las encuestas recopilan datos de autopercepción respecto a los medios. Los métodos cualitativos profundizan en las experiencias e interpretaciones individuales. Mediante el empleo de estos enfoques, los investigadores pueden obtener una comprensión global de la discriminación de género en los medios de comunicación deportivos, identificar patrones y desarrollar intervenciones para promover la inclusión y la equidad en las representaciones de los medios de comunicación deportivos.

Metodologías y procedimientos

1. **Análisis de contenido:** este método se utiliza comúnmente para analizar y cuantificar sistemáticamente el contenido de los medios de comunicación, como programas de televisión, anuncios o artículos de divulgación. Los investigadores pueden establecer esquemas de codificación para categorizar y cuantificar la representación de género, los estereotipos y otros factores relevantes (Krippendorff, 2018).
2. **Investigación experimental y encuestas:** los investigadores emplean diseños experimentales y aplicación de encuestas para examinar el impacto de la exposición a los medios en las actitudes, creencias y comportamientos de la audiencia. Los diseños experimentales pueden establecer relaciones causales, mientras

que las encuestas recopilan datos de percepción para comprender la relación entre la exposición a los medios y las creencias de los participantes (Ward, 2016).

3. **Métodos cualitativos:** las entrevistas, los grupos de discusión o los estudios etnográficos pueden proporcionar una visión en profundidad de las experiencias y percepciones de la audiencia. Estos métodos son especialmente útiles para comprender aspectos matizados y específicos del contexto del consumo de medios y la discriminación de género.

Análisis e interpretación de los datos

Las técnicas estadísticas, como el análisis de regresión, las pruebas de chi-cuadrado o las pruebas *t*, pueden utilizarse para analizar datos cuantitativos recogidos mediante análisis de contenido o encuestas. Los datos cualitativos procedentes de entrevistas o grupos de discusión pueden analizarse mediante análisis temático, teoría fundamentada o análisis del discurso.

Estudios de caso o ejemplos

En un estudio realizado por el Instituto Geena Davis sobre Género en los Medios de Comunicación, los investigadores utilizaron el análisis de contenido para examinar la representación de género en las películas más taquilleras. El estudio reveló importantes disparidades de género: los personajes masculinos superaban a los femeninos en una proporción de casi dos a uno. Además, los personajes femeninos tenían más probabilidades de ser sexualizados que los masculinos, lo que reforzaba los estereotipos de género y la objetivización. Esta investigación no sólo expone las representaciones discriminatorias, sino que también pone de relieve el potencial de dichas representaciones para dar forma a las percepciones sociales de los roles de género (Smith et al., 2020).

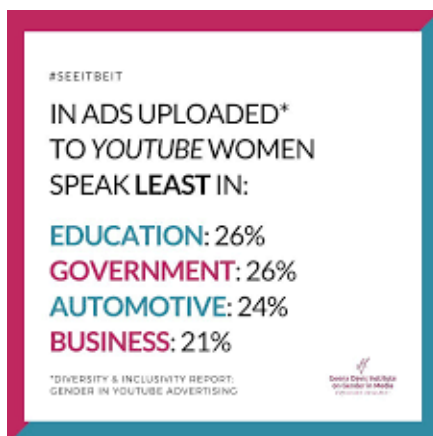


Figura 4 - Discriminación de género en los medios de comunicación.

Fuente: Instituto Geena Davis sobre Género en los Medios de Comunicación.

Terminología y definiciones

- *Análisis de contenido*: método de investigación utilizado para identificar y cuantificar patrones en el contenido de los medios de comunicación.
- *Esquema de codificación*: conjunto de directrices para categorizar elementos en un análisis de contenido.
- *Fiabilidad entre codificadores*: medida del acuerdo entre varios codificadores en un análisis de contenido, que garantiza la aplicación coherente del esquema de codificación.
- *Prueba Chi-cuadrado*: prueba estadística utilizada para determinar si existe una asociación significativa entre dos variables categóricas.
- *Análisis de regresión*: método estadístico utilizado para examinar la relación entre una variable dependiente y una o más variables independientes.
- *Análisis temático*: método cualitativo utilizado para identificar, analizar e informar sobre patrones (temas) presentes en los datos.
- *Alfabetización mediática*: la capacidad de acceder, analizar, evaluar y crear medios de comunicación en una variedad de formas.

Referencias a investigaciones y estudios

La investigación del Instituto Geena Davis y los informes anuales del Centro de Medios de Comunicación de Mujeres han contribuido significativamente a nuestra comprensión de la discriminación de género en los medios de comunicación. Estos estudios, entre otros, han documentado la prevalencia de prejuicios y estereotipos de género, así como la infrarrepresentación y marginación de las mujeres y las personas con diversidad de género en los medios de comunicación (Smith et al., 2020; Women's Media Center, 2021).

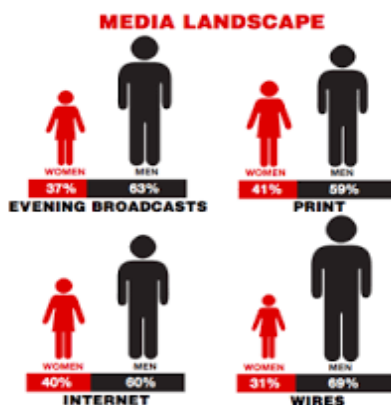


Figura 5 - Disparidad entre hombres y mujeres en los medios de comunicación

Fuente: Instituto Geena Davis sobre Género en los Medios de Comunicación.

Entre las nuevas tendencias destacan la creciente atención a la representación de personas no binarias y transexuales, el uso de métodos informáticos para el análisis de contenidos a gran escala y el desarrollo de intervenciones de alfabetización mediática que incorporen el pensamiento crítico sobre los estereotipos de género.

Limitaciones y referencias cruzadas

Entre los principales retos se encuentran la naturaleza subjetiva del análisis de contenidos, las dificultades para establecer relaciones causales entre el consumo de medios y las actitudes de la audiencia, y las complejidades para cambiar prejuicios y estereotipos de género profundamente arraigados en la industria de los medios. Esta información técnica enlaza con las secciones anteriores sobre la definición y los antecedentes científicos de la discriminación de género en los medios de comunicación, y sienta las bases para la siguiente sección sobre orientación pedagógica.

ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

El tema de la discriminación de género en los medios de comunicación puede enseñarse eficazmente utilizando diversos métodos. Estos pueden incluir conferencias para proporcionar conocimientos básicos, debates interactivos para explorar diferentes perspectivas y estudios de caso para examinar casos reales de discriminación de género. Los talleres de alfabetización mediática pueden ser valiosos para enseñar a los estudiantes a analizar críticamente el contenido de los medios y comprender sus implicaciones sociales (Hobbs, 2011).

Al abordar la discriminación de género en los medios de comunicación deportivos, los educadores pueden emplear diversos métodos didácticos para mejorar la comprensión de los estudiantes. Las conferencias pueden proporcionar conocimientos básicos sobre la prevalencia y las manifestaciones de los estereotipos de género en los medios de comunicación deportivos. Los debates interactivos pueden animar a los estudiantes a explorar diferentes perspectivas y analizar críticamente las representaciones de los atletas masculinos y femeninos en los medios de comunicación. Los estudios de caso pueden utilizarse para examinar ejemplos reales de discriminación de género en los medios de comunicación deportivos y estimular el debate. Los talleres de alfabetización mediática son valiosos para enseñar a los estudiantes a analizar críticamente el contenido de los medios deportivos y comprender sus implicaciones sociales (Hobbs, 2011).

Objetivos de aprendizaje

Los objetivos de aprendizaje para la enseñanza sobre la discriminación de género en los medios de comunicación deportivos pueden incluir:

1. Comprender el concepto de discriminación de género y sus manifestaciones específicas en los medios de comunicación deportivos.
2. Identificar y analizar ejemplos de prejuicios y estereotipos de género en la cobertura de los medios de comunicación deportivos.
3. Comprender el impacto de la representación mediática en la percepción pública y la participación en el deporte.
4. Aplicar la alfabetización mediática para evaluar críticamente y cuestionar los prejuicios y estereotipos de género en los medios de comunicación deportivos.

Recursos educativos

Algunos recursos valiosos para la enseñanza de este contenido son:

1. "Gender in Media: The Myths & Facts" del Instituto Geena Davis sobre Género en los Medios de Comunicación. Este recurso ofrece una visión general de las estadísticas clave sobre la representación de género en los medios de comunicación.
2. "Miss Representation" y "The Mask You Live In" son documentales que exploran cómo los estereotipos de género en los medios de comunicación afectan a las mujeres y a los hombres, respectivamente.
3. Documentales o películas que exploran la discriminación de género en los medios deportivos, como "Playing Unfair: The Media Image of the Female Athlete" o "The Mask You Live In" (centrado en los deportistas masculinos).
4. Bibliografía académica y libros de texto pertinentes que aborden la discriminación de género y la representación mediática en el deporte, como "Gender and Sport: A Reader" editado por Sheila Scraton y Anne Flintoff.
5. "Media Literacy and Culture" (Campbell, Martin, & Fabos, 2020) es un libro de texto completo que incluye secciones sobre género y medios de comunicación.

Materiales adicionales

El acceso a una serie de contenidos de medios deportivos, como retransmisiones deportivas, artículos de divulgación y plataformas de medios sociales, es esencial para las actividades de análisis. Los recursos de alfabetización mediática específicos para los medios de comunicación deportivos, como las directrices para evaluar críticamente la cobertura deportiva, también pueden ser beneficiosos. Asimismo, el análisis crítico de diversos contenidos mediáticos (películas, programas de televisión, videojuegos y plataformas de medios sociales) será crucial para las actividades de análisis. Los recursos de alfabetización mediática, como el "Media Literacy Educator Certification" de KQED, también pueden ser valiosos.

Estudios de caso o ejemplos

Mediante estudios de caso reales, los formadores pueden explorar casos concretos de prejuicios y estereotipos de género en la cobertura de

los medios de comunicación deportivos. Estos estudios de caso pueden centrarse en temas como la cobertura dispar entre atletas masculinos y femeninos, la objetivación de las atletas o las representaciones negativas de las entrenadoras. Mediante el análisis y el debate, el alumnado puede comprender mejor las repercusiones de la discriminación de género en los medios de comunicación deportivos. Por ejemplo, pueden extraerse estudios de caso reales de las investigaciones de organizaciones como el Instituto Geena Davis sobre Género en los Medios de Comunicación o el Women's Media Center. Estos estudios ofrecen ejemplos reales de discriminación de género en los medios de comunicación.

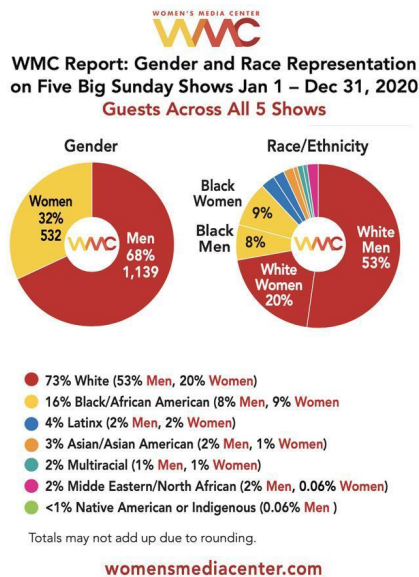


Figura 6 - Representación y disparidad de género y raza en la televisión

Fuente: Women Media Center

Valoración y evaluación

Para evaluar la comprensión de los alumnos, los educadores pueden emplear diversos métodos de evaluación. Entre ellos pueden figurar trabajos escritos, presentaciones o debates en los que los estudiantes analicen y critiquen la cobertura de los medios de comunicación deportivos en busca de prejuicios y estereotipos de género. Las evaluaciones basadas en el rendimiento, como la creación de contenidos alternativos en los medios de comunicación deportivos que cuestionen la discriminación de género, pueden ofrecer oportunidades para la creatividad y la aplicación de los conocimientos. Además, se puede evaluar la comprensión de los

alumnos mediante trabajos escritos, presentaciones y debates en los que analicen el contenido de los medios de comunicación en función de la representación de género. Para una evaluación más exhaustiva, considere un proyecto en el que los alumnos creen su propio contenido mediático que aborde los temas de discriminación de género que han estudiado.

Ejercicios o actividades

Considerar ejercicios como debates en grupo, en los que los estudiantes analicen la representación de género en contenidos mediáticos seleccionados. Las actividades prácticas pueden incluir la creación de contenidos para los medios de comunicación que cuestionen los estereotipos de género. Los estudiantes pueden participar en debates de grupo en los que analicen y comparen la cobertura de los medios de comunicación deportivos de los atletas masculinos y femeninos, identificando los casos de prejuicios y estereotipos. Las actividades prácticas podrían incluir la creación de contenidos alternativos en los medios de comunicación deportivos, como la redacción de artículos o la producción de vídeos que promuevan la igualdad de género y cuestionen los estereotipos en los medios de comunicación deportivos.

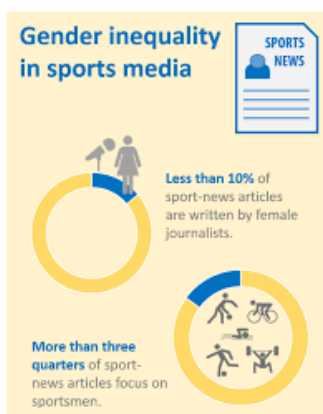


Figura 7 - Diferencia de género en la cobertura mediática del deporte

Fuente: Consejo de Europa - Unión Europea.

Herramientas y tecnologías interactivas

Las plataformas en línea como Padlet o los foros de discusión pueden facilitar debates interactivos y compartir ejemplos de medios deportivos. Los estudiantes pueden utilizar herramientas multimedia como software de edición de video o aplicaciones de diseño gráfico para crear su propio contenido de medios deportivos que desafíe la discriminación

de género y promueva la equidad de género en los deportes. Más aún, plataformas como Kahoot o Quizlet se pueden utilizar para crear cuestionarios interactivos sobre la temática a tratar. Otra opción es utilizar foros en línea o plataformas de redes sociales para facilitar las discusiones y compartir ejemplos de medios. Se pueden utilizar herramientas como Canva o Adobe Spark para crear contenido multimedia que desafíe los estereotipos de género.

CONCLUSIONES

En conclusión, el análisis de la discriminación de género en los medios deportivos revela la naturaleza generalizada de los estereotipos de género, que se manifiestan de varias maneras (Billings et al., 2008; Kian, 2019; Trolan, 2015). La cobertura dispar entre atletas masculinos y femeninos, donde los atletas masculinos reciben más atención y representaciones que enfatizan sus habilidades y destrezas, perpetúa la noción de los deportes como un dominio masculino (Billings et al., 2008; Kian, 2019). Por el contrario, las atletas a menudo enfrentan la objetivización, donde su apariencia física y su vida personal tienen prioridad sobre sus habilidades atléticas (Billings et al., 2008; Trolan, 2015).

Además, las entrenadoras están frecuentemente infrarrepresentadas en los medios deportivos y, cuando son retratadas, a menudo están sujetas a estereotipos negativos que cuestionan su competencia y capacidad de liderazgo (Trolan, 2015). Estos estereotipos crean barreras para las entrenadoras, limitando sus oportunidades de avance laboral y perpetuando la subrepresentación de las mujeres en esta profesión.

El impacto de la representación de los medios en la percepción pública y la participación en los deportes es significativo. Las representaciones de los medios dan forma a las normas y expectativas sociales, y el refuerzo de los roles de género tradicionales en los medios deportivos puede disuadir a las mujeres y las niñas de participar en deportes y limitar su interés (Billings et al., 2008; Kian, 2019). Por el contrario, una representación positiva y equitativa de las atletas puede desafiar las normas de género, inspirar la participación y contribuir a entornos deportivos más inclusivos y diversos (Billings et al., 2008; Kian, 2019).

Promover la equidad de género en la cobertura de los medios deportivos requiere un enfoque multifacético. Aumentar la representación de las mujeres en los medios deportivos, tanto en términos de cobertura como en funciones de responsabilidad y toma de decisiones, es crucial para fomentar una mayor visibilidad y perspectivas diversas (Billings et

al., 2008). Además, promover representaciones positivas que resalten las habilidades y destrezas de las atletas y entrenadoras, en lugar de centrarse en su apariencia o vida personal, puede ayudar a desafiar los estereotipos y remodelar las percepciones públicas (Kian, 2019).

Los programas de alfabetización mediática desempeñan un papel vital a la hora de abordar la discriminación de género en los medios deportivos. Al dotar a los consumidores de las habilidades para analizar críticamente el contenido de los medios, desafiar los prejuicios de género y reconocer los estereotipos, las personas pueden convertirse en consumidores de medios más informados y objetivos (Kian, 2019; Trolan, 2015). Estos programas empoderan a las personas para interactuar activamente con los medios, cuestionar las normas sociales y contribuir a desmantelar la discriminación de género en los medios deportivos.

En conclusión, el análisis de la discriminación de género en los medios deportivos enfatiza la importancia de crear un panorama mediático más equitativo e inclusivo (Billings et al., 2008). Al desafiar los estereotipos de género, aumentar la representación, promover representaciones positivas y fomentar la alfabetización mediática, podemos trabajar por una sociedad donde los medios deportivos reflejen la diversidad y los talentos de los atletas, independientemente de su género, y contribuyan a la igualdad de género en el ámbito deportivo.