



CÓMO TRATAR LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

INTRODUCCIÓN

En 2014-2015, agencias de publicidad, medios de comunicación y especialistas en género, desarrollamos un proceso colaborativo impulsado por Emakunde/Begira para la elaboración y adhesión del Código Deontológico y de Autorregulación para una publicidad y comunicación no sexistas en Euskadi además de varios Decálogos que lo operativizan. Estos documentos contienen aspectos y compromisos éticos dirigidos a **detectar y, en su caso, erradicar posibles usos sexistas en el ejercicio profesional de la publicidad y la comunicación** así como favorecer la igualdad de mujeres y hombres.

En 2016 iniciamos un proceso de consolidación e implantación del Código y es, en este contexto, donde creamos la **Red de entidades adheridas al Código Deontológico y de Autorregulación**. Sus funciones principales consisten en diagnosticar y facilitar la resolución conjunta de las distintas dificultades a través de herramientas prácticas de trabajo. En este marco, hemos generado diferentes materiales como la Guía para el tratamiento informativo de los procesos electorales, los *check-list* vinculados a los Decálogos o las Recomendaciones para un tratamiento no sexista de la publicidad dirigida al público infantil.

En la actualidad, en la Red nos centramos en trabajar durante todo este año 2018 sobre un tema concreto **-el tratamiento publicitario y mediático de los deportes-** y, como en anteriores ocasiones, se nos plantea la necesidad de consensuar y disponer de herramientas prácticas (manuales, guías, recomendaciones, etc.) para facilitarnos el cumplimiento del Código y la inclusión de la perspectiva de género en el trabajo diario de las y los profesionales de agencias y medios.

Hace tiempo detectamos la existencia de un **sistema vigente basado en estereotipos, lenguajes y roles de género que condiciona la igualdad de derechos de mujeres y hombres** en función de su sexo. En nuestro entorno, todas las personas somos etiquetadas y socializadas en este sistema por lo que acabamos reproduciendo los mensajes y reforzando las ideas que perpetúan situaciones injustas, las naturalizamos, las normalizamos.

Este sistema impregna también los **deportes** y los mensajes que se derivan de ese ámbito. Se presenta, por consiguiente, como un **área clave en la que debemos trabajar por su capacidad**

socializadora, difusión masiva de contenidos y reproducción de pautas de comportamiento que sostienen la desigualdad de mujeres y hombres y oculta su diversidad. Para hacernos una idea ahí van unos datos:

En los informativos generalistas uno de cada tres contenidos o son de deportes o están relacionados con los deportes. Las audiencias televisivas en nuestro entorno dedican casi tres horas a la semana a ver deportes. **Las mujeres solo protagonizan el 5% de las noticias deportivas** frente al 92% de los hombres cuando la realidad nos dice que, por ejemplo, en los JJ.OO. de Río 9 de las 17 medallas conseguidas por España lo fueron por mujeres o en los JJ.OO. de Londres fueron 11 de las 17.

Esta herramienta que estamos elaborando pretende ofrecer algunas **pautas genéricas sobre cómo abordar las informaciones deportivas desde una perspectiva de género en cualquier modalidad de periodística** -informativa, de opinión e interpretativa- o formato -noticia, breve, reportaje, entrevista, crónica, editorial,...-. Además está concebida para trabajar con los principales soportes profesionales -radio, televisión, prensa, digital...-, y se orienta tanto a medios generalistas como a deportivos.

Por otro lado, incorporaremos como referencia, cualquier contenido que tenga que ver con la actividad física y/o deportiva. Esto es, esta herramienta podría ser utilizada tanto para una información sobre una atleta que participa en unos Juegos Olímpicos, sobre un equipo local de natación o incluso para redactar una información sobre el fenómeno actual del *running*. Y nos permitirá a las y los profesionales conocer, a priori, los elementos clave a tener en consideración al elaborar una información sobre deportes desde una perspectiva de género.

Esta herramienta la estructuramos en 7 bloques temáticos -derivados de los Decálogos elaborados por la Red y Emakunde/Begira-. Cada uno de los bloques, incorpora unos objetivos y un *check-list* que permitirá, a quien tenga que elaborar los contenidos periodísticos, analizar la manera en la que plantear la información. Así, cuantas más casillas se marquen, más incorporada estará la perspectiva de género en las informaciones.

BLOQUE 1

LA VISIBILIDAD DE LAS MUJERES Y DE LOS HOMBRES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Objetivos:

- Proporcionar una visibilidad e importancia iguales a mujeres y hombres.
- Destacar casos en los que mujeres u hombres cuestionan los roles de género.
- Mostrar a mujeres deportistas en toda su diversidad (procedencia, capacidad funcional, sexualidades diversas, creencias religiosas, nivel económico,...).
- Proporcionar un mismo tratamiento técnico a mujeres y hombres.

¿Cómo hacerlo?

1. El contenido de apertura o principal está protagonizado por mujeres o está repartido por igual entre hombres y mujeres.
2. Las noticias protagonizadas por mujeres ocupan las secciones más relevantes del medio de comunicación (portadas, páginas impares, categorías más visitadas en medios digitales, apertura de las noticias en televisión o radio).
3. Los géneros periodísticos que tratan los logros de las mujeres requieren del mismo espacio y relevancia especial que en el caso de los hombres (reportaje, noticia extensa, entrevista).
4. Las noticias protagonizadas por hombres que practican deportes no masculinizados ocupan las secciones más importantes o son presentados con una relevancia especial.
5. Los deportes que ocupan el mayor espacio informativo no son los asignados a los hombres.
6. El tratamiento técnico que se hace de mujeres y de hombres es igual. (primeros planos, picados o contrapicados, etc.).
7. El número de mujeres y hombres que tratan y firman las informaciones deportivas es el mismo.

BLOQUE 1

LA VISIBILIDAD DE LAS MUJERES Y DE LOS HOMBRES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Ejemplo: ¿cumple o no cumple?

En la versión digital de *El País* (4 de junio de 2018), en la sección deportes se abre con lo siguiente:



- Todas las noticias están protagonizadas por hombres desempeñando deportes masculinizados.
- Únicamente hay un contenido de opinión que hace referencia a una deportista: Serena Williams. Sin embargo, no es ella el centro del texto, sino que sirve para abordar una cuestión vinculada a su condición de mujer: la “Baja por maternidad”. El contenido se firma por un hombre (Toni Nadal).
- Todos los demás artículos también están firmados por hombres.

En el Teleberri-Kirolak del 7 de junio de 2018 la información y el reparto del espacio se hacen de la siguiente manera:



- El contenido principal está protagonizado por hombres, practicando deportes masculinizados.
- Esta información ocupa prácticamente todas las secciones.
- El tratamiento técnico que se hace de mujeres y hombres no es el mismo, ya que en la única ocasión en la que se habla de una mujer que practica deporte, las imágenes que se muestran son de hombres (aparecen Rafa Nada y Diego Schwartzman en lugar de Garbiñe Muguruza).

BLOQUE 2

LOS ROLES DE LAS MUJERES Y DE LOS HOMBRES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Objetivos:

- Evitar el uso de estereotipos sexistas.
- Recurrir tanto a mujeres como a hombres como fuentes informativas y expertas.
- Mostrar a mujeres como personas diversas, independientes y autónomas y no definir las en relación a la figura de un hombre (“mujer de”, “hija de”, ...)
- Contar con mujeres periodistas en puestos relevantes y decisivos en el proceso de elaboración de contenidos.
- Plasmar a mujeres y hombres desempeñando actividades físicas y deportes diferentes a las feminizadas y los masculinizados.

¿Cómo hacerlo?

1. Aparecen mujeres y hombres que participan y celebran logros en actividades físicas y deportes diferentes a las feminizadas y los masculinizados.
2. Las mujeres que hacen un tratamiento informativo sobre actividades físicas o deportes tienen un papel relevante en el programa o espacio en el que trabajan (no son sólo colaboradoras del programa o cuentan únicamente cuestiones anecdóticas, sino que llevan el peso de la información relevante).
3. Los rasgos y actitudes que se valoran en el o la deportista no fomentan ni refuerzan los estereotipos y roles establecidos (no se comentan cuestiones como la belleza, la delicadeza o la maternidad de la deportista, por ejemplo, pero sí se ponen en valor su esfuerzo y su tenacidad).
4. Las mujeres no aparecen en situación de dependencia respecto a una figura masculina.
5. Se hace uso de testimonios, voces expertas, representantes, deportistas y personas aficionadas de ambos sexos para la elaboración y presentación de los contenidos.
6. Las mujeres son el centro de interés de la noticia y así se les reconoce en la exposición del contenido.

BLOQUE 2

LOS ROLES DE LAS MUJERES Y DE LOS HOMBRES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Ejemplo: ¿cumple o no cumple?

Anastasia Bryzgalova es una *curler* rusa que ya en 2016 ganó el Campeonato del Mundo de Dobles Mixtos de Curling. Se hizo también con la medalla de bronce en los Juegos Olímpicos de Pyeongchang 2018. La Vanguardia trató la noticia de la siguiente manera:



- Pese a haber logrado la medalla de bronce, el diario decide ignorar su mérito y destacar su belleza.

Otra noticia relacionada con los Juegos Olímpicos, esta vez con los del 2016, es la de la medalla de oro que consiguió la atleta Carolina Marín. El diario As decidió presentar la noticia de la siguiente manera:



BLOQUE 2

LOS ROLES DE LAS MUJERES Y DE LOS HOMBRES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

- Se trata de un titular que pone el mérito de haber ganado una medalla de oro en el entrenador (identificado por su apellido) y no en la atleta (“Carolina”).
- El entrenador aparece como el hombre sereno, paciente y salvador gracias al cual la deportista ha llegado al triunfo. Ella es mostrada como una mujer incapaz de controlar su emocionalidad, propia de quien aún no ha madurado (“las rabietas”).

A continuación se presenta otro ejemplo de cómo a la misma Carolina Marín la entrevistan en RTVE, tras su victoria de cuartos de final del Campeonato de Europa celebrado en Huelva:



- Se le plantean preguntas que se ciñen exclusivamente a su desempeño deportivo y profesional y, en todo caso, preguntas que tienen que ver con la manera en la que influye en él la presencia del público en Huelva, “su casa”.
- No se formula ninguna pregunta sobre relaciones sentimentales, competencia irracional entre mujeres, su maternidad o su aspecto físico.

BLOQUE 3

EL CUERPO Y LA IMAGEN DE LAS MUJERES Y DE LOS HOMBRES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Objetivos:

- Impedir la representación de las mujeres como objetos decorativos, estéticos y sexuales como seres pasivos deseables y disponibles.
- Mostrar la diversidad de cuerpos sin juzgarlos ni menospreciarlos.
- Evitar alusiones al físico, al atractivo sexual o a la vestimenta de las mujeres.

¿Cómo hacerlo?

1. La imagen, el vídeo o el sonido (gemidos femeninos en un partido de tenis, por ejemplo) con el que se acompaña el hecho noticioso es coherente con el contenido que se presenta.
2. Los planos y posturas en las que aparecen las protagonistas de las imágenes son adecuadas y muestran el desempeño del deporte que practican (en el caso del vóley-playa, por ejemplo, las deportistas no aparecen en posturas que lleven a cosificarlas y sexualizarlas).
3. Los cuerpos y la manera en la que aparecen vestidos en las imágenes no se describen o califican con adjetivos peyorativos o que fomentan los estereotipos, roles y atributos físicos etiquetados a cada sexo.
4. Las características físicas de quienes protagonizan las imágenes son diversas (color de piel, peso, altura,...).
5. Los subtítulos o rótulos que relatan la imagen que acompaña la noticia son puramente descriptivos.

Ejemplo: ¿cumple o no cumple?

En los Juegos Olímpicos Río 2016, *Marca* titulaba lo siguiente para referirse a Teresa Almeida, portera de la selección angoleña de balonmano femenino que venció a Rumania:



- En lugar de destacar su jugada en el partido, el diario decide elaborar un titular que hable de su físico.
- Resaltar además que el titular de Twitter acaba con unos emoticonos de una hamburguesa y patatas fritas.

BLOQUE 3

EL CUERPO Y LA IMAGEN DE LAS MUJERES Y DE LOS HOMBRES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

También durante los Juegos Olímpicos Río 2016, el mismo diario, *Marca*, presentaba esta imagen de Mireia Belmonte:



- La imagen escogida para presentar la información no es acertada puesto que se hace un juego con las posturas de Mireia Belmonte y otro de los deportistas, dotándolo de un pretendido contenido sexual-jocoso.
- Debido a las críticas recibidas en internet, a día de hoy no es esa la fotografía que acompaña la noticia.

Tras el debate que se dio en MotoGP respecto a la figura de las azafatas y decidirse que no se iba a eliminar su presencia, el periódico As daba cobertura a este artículo el 2 de febrero de 2018:



- El artículo pretende ofrecer información sobre el Mundial de Moto GP, sin embargo, se resalta la presencia de las azafatas como un valor añadido.
- El subtítulo pone en las azafatas un motivo y una fuente de “gozo”: “una razón más para seguir gozando”.

BLOQUE 3

EL CUERPO Y LA IMAGEN DE LAS MUJERES Y DE LOS HOMBRES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

El Diario de Navarra hablaba el 6 de junio de 2018 sobre Maite Ruiz de Larramendi, jugadora de pelota:

MAITE RUIZ DE LARRAMENDI PELOTARI

“La preselección no me parece justa. Además, ya es momento de vivir. Lo dejo tranquila y feliz”

Maite Ruiz de Larramendi (Beasain, 11/09/1973 -pero de Eulate desde los tres años-) se retira de las competiciones internacionales con un palmarés envidiable

JON VIEDMA CARRERA / OSKAR MONTERO - Miércoles, 6 de Juni

Más sobre Pelota

- Sin descanso en Sanfermines
- La oportunidad de Pedro Ruiz



Maite Ruiz de Larramendi golpea la pelota ante su sobrina Olatz en un festival en fiestas de Aoiz. (Oskar Montero)

PAMPLONA- Tras más de media vida disputando Mur

Maite Ruiz de Larramendi golpea la pelota ante su sobrina Olatz en un festival en fiestas de Aoiz. (Oskar Montero)

- La imagen que se presenta es coherente con el contenido de la pieza periodística.
- La postura en la que aparece la protagonista del artículo muestra su actividad.
- Los cuerpos que aparecen no son motivo de comentario; no se describen ni valoran.
- El pie de foto se ciñe a la descripción sin adjetivos añadidos.

Objetivos:

- Realizar un uso no sexista, incluyente e integrador del lenguaje.
- Erradicar usos consolidados y aceptados como correctos en el lenguaje y buscar alternativas.
- Visibilizar mediante el uso del lenguaje aquello que existe pero que no se nombra.

¿Cómo hacerlo?

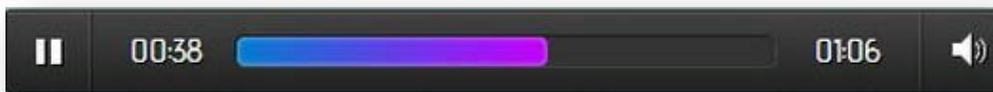
1. Se hace uso de la forma femenina en todos aquellos casos en los que es posible (la abogada del jugador).
2. Se utilizan nombres invariables en cuanto a género (denominados epicenos) para hacer referencia a una persona en concreto (la palabra “deportista” es un sustantivo que vale tanto para designar al género masculino, como al femenino; sucede lo mismo con “persona” o “agente”, por ejemplo).
3. Se utilizan las expresiones neutras o despersonalizadas para no tener que atribuir un género (“con la colaboración de” en lugar de “colaboradores”)
4. Aquellas ocasiones en las que es necesario pluralizar y no se puede plantear de manera neutra, se hace uso de las formas dobles (el femenino y el masculino: los y las entrenadoras).
5. Se cambian los pronombres para no utilizar el género masculino (“quienes asistan podrán tomar fotos” en lugar de “los asistentes podrán tomar fotos”)
6. El sujeto de la oración pasa de ser pasivo a ser activo para neutralizarlo (“debe...” en lugar de “el entrenador o la entrenadora está obligado a...”).
7. Se hace una designación paralela de hombres y mujeres, evitando así el uso asimétrico de nombres y apellidos.
8. Se utilizan adjetivos y nombres con igual valor semántico para hombres y mujeres (no es lo mismo decir “hombre público” que “mujer pública”).
9. Se evitan las presuposiciones que vienen de la asociación colectiva que se hace de la profesión o el deporte respecto al género (“las azafatas”, “el árbitro”) y que nos llevan a asignar un sexo (“las enfermeras”, “los médicos”).
10. En ningún caso se hace uso de los diminutivos para referirse a las mujeres deportistas.

BLOQUE 4

USO NO SEXISTA DEL LENGUAJE EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Ejemplo: ¿cumple o no cumple?

Radio Vitoria habla el 12 de marzo de 2018 con Ion Lapazaran, entrenador de Badoitz, equipo femenino de soka-tira por el bronce conseguido en China:



- El presentador no menciona al principio que se trata del Badoitz femenino.
- El entrenador habla por el equipo femenino en masculino y no es hasta el minuto 5 de la entrevista que queda en evidencia para la audiencia que se trata de mujeres.

BLOQUE 5

PERSPECTIVA DE GÉNERO Y ENFOQUE INCLUSIVO EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Objetivos:

- Detectar e identificar las desigualdades de género existentes entre mujeres y hombres.
- Relatar los hechos desde un enfoque que reconozca su diferente impacto para mujeres y hombres (beneficios y perjuicios).
- Generar contenidos que contribuyan a los cambios de valores a favor de la igualdad de mujeres y hombres.

¿Cómo hacerlo?

1. Se incorporan explicaciones o argumentos de género en la información (si el hecho noticioso que se cubre, por ejemplo, es sexista, es fundamental hacer entender a la audiencia que se trata de un hecho que promueve y mantiene la desigualdad de mujeres y hombres).
2. Se incorporan a la narración del hecho el conjunto de protagonistas que reflejan la realidad de la diversidad social (si se difunde el comentario machista y racista de un jugador de fútbol, por ejemplo, la noticia recogerá también las críticas que esas palabras han recibido).
3. Se promueven imágenes, contenidos y espacios que visibilizan a la mujer y rompen con los estereotipos y roles de género.

BLOQUE 5

PERSPECTIVA DE GÉNERO Y ENFOQUE INCLUSIVO EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Ejemplo: ¿cumple o no cumple?

En junio de 2016 el Athletic de mujeres ganaba la Liga de Fútbol. Se valoró la posible celebración del triunfo en la gabarra. Sin embargo, aquello no sucedió. Aquí hay dos ejemplos de titulares. A la izquierda, *Naiz*, a la derecha, *Marca*:



- En el caso de *NAIZ*: transmite las numerosas felicitaciones y el proceso de firmas de apoyo para sacar la gabarra, sin embargo no se evidencia que el derecho del equipo femenino a su reconocimiento debería ser el mismo que el del masculino.
- En el caso de *MARCA*: el titular nombra a quien ha tomado la decisión (el Athletic). Se refiere a las jugadoras como “las chicas”, en lugar de “jugadoras” o “equipo de mujeres”.

El futbolista Mehdi Benatia hizo unas declaraciones respecto a un penalti que comparó con sufrir una violación. *Marca* lo publicó así:

The screenshot shows a news article from Marca.com. At the top, it says "Champions League" and "Benatia: 'El penalti fue como sufrir una violación'". The main headline is "Benatia: 'El penalti fue como sufrir una violación'". Below the headline, there is a sub-headline: "Champions League • 'Jamás puedes pitar un penalti así en el minuto 93', afirmó el central". The article is dated "12/04/2018 | 21:59 CEST". There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and Email. A red button with "493" and "Comentar" is visible. Below the headline, there is a small advertisement for "ANTÍDOTO CONTRA LA OBESIDAD" with a picture of a hand holding a green leaf. To the right of the advertisement is a large photograph of a soccer game in progress, showing players in yellow and white uniforms on the field.

- En la frase Mehdi Benatia pone al mismo nivel la vejación y la vulneración de derechos humanos –especialmente en el caso de niñas y mujeres- con una circunstancia del juego en un partido de fútbol.

BLOQUE 6

LA DIVERSIDAD Y LAS DISCRIMINACIONES MÚLTIPLES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Objetivos:

- Fomentar modelos atendiendo a las diversas variables sociales: sexualidades, culturas, razas, etnias, status social...
- Visibilizar y tratar como iguales a las personas en toda su diversidad.
- Representar a grupos sociales discriminados, haciendo especial hincapié en aquellos casos en los que la interseccionalidad esté presente (por ejemplo: mujer, negra, deportista y lesbiana; mujer, deportista y en silla de ruedas).

¿Cómo hacerlo?

1. Previo a la generación de contenidos, se hace una reflexión sobre la cobertura y el espacio que se le van a dar en el medio a los hechos noticiosos protagonizados por personas, sexualidades, culturas y estatus diversos y no hegemónicas.
2. La información se presenta sin reproducir estereotipos o prejuicios respecto a personas que pertenecen a estatus sociales bajos, son racializadas o viven identidades sexo-afectivas diversas.

BLOQUE 6

LA DIVERSIDAD Y LAS DISCRIMINACIONES MÚLTIPLES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Ejemplo: ¿cumple o no cumple?

La tenista Serena Williams comenta en BBC News las dificultades que una mujer negra tiene en el ámbito laboral en los EEUU.



- La información presenta a una mujer negra, deportista de elite que ha triunfado a nivel mundial.

LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Objetivos:

- Entender que la violencia contra las mujeres tiene un origen sistémico, es una violencia que las mujeres sufren por el hecho de ser mujeres.
- Respetar la intimidad y dignidad de las víctimas y su entorno, sobre todo de hijas e hijos menores.
- Obviar opiniones, detalles o imágenes innecesarias e incluso morbosas.
- Erradicar expresiones, opiniones o imágenes que justifican la violencia contra las mujeres.
- Tratar todas las manifestaciones de violencia (simbólica, verbal, psicológica o física) de manera adecuada y teniendo en cuenta los puntos anteriores.

¿Cómo hacerlo?

1. En el caso de violencia contra las mujeres (simbólica, física o psicológica) -en el ámbito deportivo- que se cubre no se cuestiona ni se culpabiliza a quien la sufre
2. La presentación del hecho noticioso pone el peso en el agresor (y su acción violenta) y no en la víctima.
3. Se descartan las imágenes que representen a las mujeres como víctimas o personas voluntariamente sumisas y que aparecen como justificación de la violencia recibida.
4. Se narra la información de manera que posibilite la detección de la violencia y el rechazo de la acción en la audiencia.
5. El lenguaje que se utiliza en el medio para referirse a las mujeres no es peyorativo, despectivo o condescendiente.
6. Las imágenes que se difunden en el medio no son denigrantes para la mujer ni su entorno por lo que representan (mujeres cosificadas, mujeres victimizadas o mujeres representadas como responsables de los cuidados cuando no es el foco real del hecho noticioso).
7. Se denuncia y se rechaza cualquier agresión, de todo tipo, que la periodista o reportera del medio sufre en el ejercicio de su trabajo.

BLOQUE 7

LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

8. Se presenta el hecho acompañado de estadísticas y se difunden los medios de prevención y ayuda a las víctimas.
9. Se recogen opiniones de expertas y de mujeres – y su entorno- que han logrado superado su situación como víctimas y rehacer sus vidas.

Ejemplos: ¿cumplen o no cumplen?

En enero de 2016 la afición del Espanyol de Cornellá sacaba en el estadio de fútbol una pancarta que rezaba: “Shakira es de todos”. Este es el tratamiento que *eldiario.es* hizo del suceso:

The screenshot shows a news article on the website *eldiario.es*. The main headline is "Pancarta machista en el fútbol: 'Shakira es de todos'". Below the headline, there is a sub-header "microMACHISMOS" and a photograph of a large crowd at a stadium holding a banner that reads "SHAKIRA ES DE TODOS". The article text includes the following points:

- La afición del Espanyol despliega una pancarta en Cornellá con este mensaje dirigido al jugador Gerard Piqué
- ¿Les parece a los seguidores del equipo catalán que las mujeres son objetos que los hombres pueden poseer?

The article also features a search bar, a "Tweets" section, and a "Buscador" section.

- Se cubre el hecho responsabilizando a la afición del Espanyol.
- Contextualiza el mensaje de la pancarta diciendo que se trata de un mensaje machista.
- Se plantea una pregunta a modo de subtítulo que invita a la audiencia a reflexionar y a detectar en el suceso el machismo y lo inadmisibles de la situación.

LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

Rubén Castro, futbolista del Betis, fue acusado de maltrato y agresión sexual. Tras un partido contra el Valladolid, esto es lo que sucedió:

eldiario.es

Síguenos: [Facebook] [Twitter] [LinkedIn] [Boletines]

MENÚ FOCOS Pedro Sánchez Moción de censura Violencia machista

OPINIÓN Y BLOGS

PEQUEÑOS Y GRANDES MACHISMOS COTIDIANOS

micro **MACHISMOS**

Es un presunto maltratador, pero mete goles

Una crónica del partido del Betis del pasado domingo en *La Razón* defiende a Rubén Castro y bromea con el supuesto maltrato que cometió el futbolista contra su exnovia

Micromachismos Seguir a @Micromachismos

49 comentarios

10/03/2015 - 21:58h

LA RAZÓN • Lunes, 9 de marzo de 2015

61

Fútbol / Liga Adelante

Rubén Castro, desde el punto de penalti, bate a Javi Varas en el segundo de los tres goles que le hizo en la mañana de ayer al Real Valladolid

REAL BETIS	VALLADOLID
4	0

RUBÉN MALTRATA AL VALLADOLID

El delantero estrella se reencuentra con el gol por partido triple y permite al Betis apurarse al liderazgo compartido

de Javi Chica, que no ha perdido a corchetas del Pisuerga esa contumacia vana de inferior lamentables mitines que adquirió en Heliópolis. Yo lo sé, segunda mano de un catalán, consecuencia lógica de su bajísimo nivel deportivo. Lo desprecia la grada, entre atónitos recordatorios a su limitada inteligencia futbolística (tal vez el tipo sea Einstein pero sobre el césped se comporta como un disco embudo) y yo tuvo otra experiencia que involucra en gestos de desprecio a la afición que tuvo la santa paciencia de soportarlo sin cambiarle mayores molestias. Nunca unos gritos de «¡voto-voto!» estuvieron más justificadas.

Qué más da. El caso es que contra él no movió al Betis a galcer y él lo aprovechó. Rubén Castro para redondear su matinal de ensueño con un gol de penalti y un tercero en el que mostró su fuerza más oportuna. Volvió a poner la máquina en marcha el centro en una segunda mitad magistral en la que además de los tres goles, generó los locales varias ocasiones claras, singularmente en la persona de un Jorge Molina, recuperado, hasta los días de mayor esplendor. Testa rancia Pepe Mel no la respeta, su equipo cubra frente a los rivales de arriba y no se someta a que empieze hoy para comprar la dinámica, pues dentro de dos días hay un duelo de máximo compromiso en Las Palmas. La terna de duelo Lola, malde que para a Rubén Castro, pensando lo que se pero según entienda del sacro que se vimbaba.

reverdugo de Valladolid en el día de la patadoja vivida ayer en el Benito Villamarín. Como hombre de «Lola» en la camiseta. Sumadre, que no hay más que una y a todas las demás se las encuentre en la calle.

Todavía no se ha alcanzado la fase de las publicaciones disparadas, cuando para sobrevivir en Segunda vale más un corazón a prueba de infartos que un Mesó sobre el campo, pero ya se empezaron a percibir las tensiones primaverales que concurren a esta categoría en una montaña rusa de emociones. Ello depositó una primera parte fría tirando a equitativa, en la que ninguno de los defensas o centrocampistas alternados por ambos equipos se atrevió a perder la posición. Todos antihéroicos en su parcela y rezando para que los hombres de arriba, comandos en tierra hostil, consiguieran contrarrestar de contención con alguna dia-

blura o aprovecharan de un despiste ajeno.

Lo intentó primero Jonathan Pereira con un disparo seco, tras recoger un pase tinerter de Heráido Pérez, que se fue a morir en lateral de la red. Y lo logró Jorge Molina, que intercepta su mejor fútbol bajo la compenativa batuta de Mel, al ponerle imposible a Javi Varas un balón interior de Rubén Castro. Será en largo el portero visitante y el desape de Molinero fue a los pies del cauro, que metió un balón con bote y mala intención a la espalda de la defensa, donde sabía que corría en ventaja su socio. El remate del capitán, creche lo del Betis, una ventaja parcial a la que quizás no se había hecho del todo acreedor por que desahoga-tempo esta intermedicia.

Cambio de forma radical el escenario tras el descanso, sobre todo porque marcó enseguida el Betis, el segundo, el centésimo

- El diario *La Razón* aprovechó el suceso para titular “Rubén Maltrata al Valladolid” pretendiendo ironizar y menospreciando así la denuncia interpuesta contra el jugador por violencia contra las mujeres.
- *eldiario.es* generó una pieza para criticar el artículo de *La Razón*. Pese a que este gesto resulta enormemente positivo, el titular estaba descontextualizado, lo que podía provocar que la persona que leyese únicamente el título pensara que se estaba defendiendo al jugador.

BLOQUE 7

LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LAS INFORMACIONES DEPORTIVAS.

El 12 de marzo la Ser publicaba en su página web esta noticia:



- Se trata de un caso de violencia contra una reportera que el medio recoge y difunde.
- En el titular se dice que se trata de una “respuesta machista” que se acompaña del nombre y la imagen del agresor, sin citar el de la profesional que la recibe.
- A modo de subtítulo, aparece la respuesta entrecomillada, de modo que la persona lectora pueda entender el motivo de tildar como “machista” la frase.