

Mosaic olímpic

Recerca multidisciplinar i difusió dels estudis olímpics
CEO-UAB, 20 anys

Editors

Emilio Fernández Peña
Berta Cerezuela
Miquel Gómez Benosa
Chris Kennett
Miquel de Moragas Spà



Centre d'Estudis Olímpics
Universitat Autònoma de Barcelona



Ajuntament de Barcelona

Mosaic olímpic

Recerca multidisciplinar i difusió dels estudis olímpics
CEO-UAB, 20 anys

Editors

Emilio Fernández Peña, Berta Cerezuela, Miquel Gómez Benosa, Chris Kennett, Miquel de Moragas Spà.

Edició

Ajuntament de Barcelona
i Centre d'Estudis Olímpics
de la Universitat Autònoma de Barcelona

**Consell d'Edicions i Publicacions
de l'Ajuntament de Barcelona:**

Ignasi Cardelús, Enric Casas, Eduard Vicente, Jordi Martí, Màrius Rubert, Jordi Campillo, Glòria Figuerola, Víctor Gimeno, Joan A. Dalmau, Carme Gibert, José Pérez Freijo.

Traducció i correcció lingüística

Anna Baldirà, Steve Norris, Mercè Roselló, UAB Servei d'Idiomes Moderns

Diseny i maquetació

Míreia Rocher, Ramon G. Sedó,

Edició i impressió

Direcció d'Imatge i Serveis Editorials
www.bcn.cat/publicacions

© de l'edició: Ajuntament de Barcelona
i Centre d'Estudis Olímpics de la Universitat
Autònoma de Barcelona

© dels textos: els seus autors

ISBN de l'Ajuntament de Barcelona 978-84-9850-312-8

ISBN del Centre d'Estudis Olímpics 978-84-938759-0-9

Dipòsit legal: B.18575-2011

Abril 2011

Impressió amb paper ecològic

Agraïments

L'edició d'aquest llibre s'emmarca en la celebració dels 20 anys d'activitat del Centre d'Estudis Olímpics de la Universitat Autònoma de Barcelona, creat al juny del 1989. Volem expressar el nostre agraïment a totes les persones i les institucions que, d'una manera o altra, han col·laborat a fer realitat aquest projecte.

I, singularment, a l'Ajuntament de Barcelona, cofundador del CEO-UAB, que ha fet possible la impressió d'aquesta edició.

Els continguts d'aquest llibre no es poden reproduir, ni totalment ni parcialment, ni enregistrar, ni transmetre per un sistema de recuperació d'informació, en cap forma ni per cap mitjà, sigui fotomecànic, fotoquímic, electrònic, per fotocòpia o qualsevol altre, sense el consentiment previ per escrit dels editors.

Centre d'Estudis Olímpics (CEO-UAB)
Universitat Autònoma de Barcelona
Campus UAB – Edifici N, planta 1
E-08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)
Barcelona, Catalunya – Spain
Tel. +34 93 581 19 92
Fax: +34 93 581 21 39
ceoie@uab.cat
<http://ceo.uab.cat>

Mosaic olímpic

Recerca multidisciplinar i difusió dels estudis olímpics
CEO-UAB, 20 anys

Editors

Emilio Fernández Peña

Berta Cerezuela

Miquel Gómez Benosa

Chris Kennett

Miquel de Moragas Spà

Sumari

Presentació	9
Ana Ripoll	
Pròleg	11
Alejandro Blanco	
Introducció	13
Emilio Fernández Peña	
Les raons acadèmiques d'un centre d'estudis olímpics a la universitat	19
Miquel de Moragas	

Origen i evolució d'un Centre d'Estudis Olímpics

Els orígens del CEO-UAB, 1989-1994	31
Muriel Ladrón de Guevara	
La gestió de la informació i la documentació al servei d'un centre de recerca	39
Berta Cerezuela i Pilar Cid Leal	
El Moviment Olímpic i el món acadèmic	47
Núria Puig Brandes	
El CEO-UAB com a dinamitzador dels estudis olímpics	57
Testimonis d'experts internacionals que valoren el llegat del CEO-UAB:	
• Deanna Binder (Institute for Olympic Education at the University of Alberta)	58
• Susan Brownell (University of Missouri, St. Louis)	59
• Richard Cashman (University of Technology, Sydney)	60
• Laurence Chalip (University of Texas at Austin)	61
• Gabriel Colomé (Centre d'Estudis d'Opinió - Generalitat de Catalunya)	62
• Lamartine P. DaCosta (Universidade Gama Filho)	63

• Conrado Durántez (Academia Olímpica Española).....	64
• Kang Shin-Pyo (Inje University).....	65
• Bruce Kidd (University of Toronto).....	66
• John MacAloon (University of Chicago).....	67
• Andy Miah (University of the West of Scotland).....	68
• Roy Panagiotopoulou (National and Kapodistrian University of Athens).....	69
• Hai Ren (Beijing University of Physical Education).....	70
• Nancy Rivenburgh (University of Washington).....	71
• Otto J. Shantz (University of Koblenz-Landau).....	72

Els Jocs Olímpics de 1992

Conversa de Juan Antonio Samaranch, Pasqual Maragall i Josep Miquel Abad, deu anys després dels Jocs de Barcelona	77
Miquel Botella i Miquel de Moragas	
L'ombra de Barcelona	87
Isidre Rigau	
Les cerimònies olímpiques de Barcelona'92: el gran bufet de les imatges mediàtiques	97
Núria Garcia	
L'Olimpíada Cultural de Barcelona el 1992. Llums i ombres. Lliçons per al futur	105
Miquel de Moragas	
Conèixer la Barcelona olímpica: preservació i accés a la memòria dels Jocs Olímpics de Barcelona'92 a través de les fonts documentals	117
Berta Cerezuela	
Barcelona'92 i l'estudi dels llegats dels Jocs Olímpics	125
Chris Kennett	

Temes clau de l'Olimpisme

Televisió i Jocs Olímpics: simbiosi, globalitat i construcció de sentit.....	137
Emilio Fernández Peña i Ibone Lallana del Rio	
Els nous mitjans i els Jocs: el Moviment Olímpic i el web social en la difusió de missatges.....	147
Emilio Fernández Peña	
La dimensió cultural dels Jocs Olímpics: les cerimònies i les Olimpíades culturals com a plataformes per a unes polítiques culturals sostenibles.....	157
Beatriz Garcia	
Els voluntaris com a variable d'èxit als Jocs Olímpics del segle XXI.....	169
Anna Belén Moreno Vílchez	
Olimpisme i els estudis de gènere.....	177
Natividad Ramajo i Ibone Lallana del Rio	
Barcelona'92 postolímpica: esport i multiculturalisme.....	185
Chris Kennett	
La dimensió educativa dels Jocs Olímpics	193
Berta Cerezuela	
L'estudi de l'urbanisme olímpic: balanç de recerca i perspectives de futur.....	203
Francesc Muñoz	
Anàlisi de l'impacte econòmic dels Jocs Olímpics.....	215
Ferran Brunet	

Olimpisme i els estudis de gènere

Natividad Ramajo

Professora titular del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I (UAB); Investigadora col·laboradora del CEO-UAB

Ibone Lallana del Rio

Responsable de comunicació i màrqueting de la Fundació Barcelona Olímpica); Investigadora col·laboradora del CEO-UAB

Els estudis de gènere vinculats als mitjans de comunicació formen part de la tradició en investigació de les principals universitats i centres del nostre entorn. La capacitat que tenen els mitjans de comunicació a l'hora d'influir en tots els estaments de la societat en fan un vehicle idoni per perpetuar rols, però també constitueixen una via immillorable per contribuir al canvi social. És dins l'actual context de globalització on resulta més necessari entendre les dinàmiques de les diferents indústries culturals vinculades a aquests estudis de gènere (*gender studies* i *women's studies*).

Aquest tipus d'estudis comença a adquirir impuls a partir de la dècada dels setanta, emparats per múltiples disciplines —l'antropologia, la sociologia i la psicologia—, fins a arribar al camp de la comunicació. El gènere com a categoria d'anàlisi ens remet a una noció de relació: relació de la dona amb el seu entorn, però també com a contraposició a l'home. Per tant, s'imposa la necessitat d'abordar el paper de les dones des d'una posició d'unió, no pas aïllades en un món sense cap tipus de vincles amb l'exterior. Aquest paper que les dones assumeixen al nou entorn social no es pot entendre en un món segregat dels homes. Tots dos són una part integrant del mateix sistema, de la mateixa realitat. Una realitat en la qual els mitjans de comunicació es converteixen en transmissors dels valors i els esquemes presents a la societat, però també en generadors de noves formes de relació. Per això són tan importants els estudis que vinculen la perspectiva de gènere amb els mitjans de comunicació.

En el cas concret del Centre d'Estudis Olímpics de la Universitat Autònoma de Barcelona (CEO-UAB), la inclinació per treballs que combinen el vessant de gènere amb el de mitjans de comunicació s'ha consolidat a l'última dècada. Així doncs, el CEO-UAB va iniciar una nova àrea de treball centrada en la temàtica de gènere i comunicació al sector esportiu, més explícitament als Jocs Olímpics. En aquest sentit, és raonable pensar que, en una societat en la qual el terme *paritat* s'ha convertit en una eina reguladora que pretén minimitzar les diferències (en el nostre cas concret, pel que fa al tractament i la presència de dones esportistes als diferents mitjans de comunicació), institucions com el CEO-UAB recollissin al començament d'aquesta dècada la inquietud esmentada i busquessin la manera de donar-hi resposta a través de diversos estudis.

En el context transnacional, al final de la dècada dels vuitanta l'*International Working Group on Women and Sport* (IWG) va començar una tasca d'identificació de les principals necessitats que sorgien al voltant de l'esport femení. La tasca d'aquest

grup de treball es va intensificar a partir de la Declaració de Brighton³³ el 1994, moment en què l'IWG posa les bases de les actuacions futures amb l'objectiu final d'eliminar el desequilibri entre les manifestacions esportives masculines i femenines.

Actualment, l'IWG continua duent a terme aquesta tasca de promoció i equiparació de l'esport femení amb el masculí. En aquest sentit, cal destacar que ja ha impulsat cinc conferències internacionals des del 1994 (la cinquena va tenir lloc al maig del 2010 a Sydney, Austràlia). Un exemple concret d'aquest treball és el de la nord-americana Anita Defrantz, que va ser des del 1997 fins al 2001 vicepresidenta del Comitè Internacional Olímpic (CIO) i una de les fundadores de l'*International Working Group on Women and Sport*. Aquesta esportista és actualment la presidenta de la Comissió Dona i Esport del CIO, on ha establert una línia seguida pels diferents comitès olímpics nacionals en què assenyala la necessitat que hi hagi un mínim del 25 % de representació femenina a totes les estructures.

Paral·lelament, les últimes dècades, a més de presenciar l'arrencada dels estudis de gènere vinculats als mitjans de comunicació, també han estat els anys de més presència esportiva a l'ecosistema comunicatiu. Podríem dir que l'esport canvia de terreny de joc, passa del camp als mitjans de comunicació, es converteix en un gran espectacle mediàtic. Són els anys de la transformació del sistema audiovisual, de l'aparició de la televisió privada, del sorgiment de nous canals i de l'increment dels drets de retransmissió. Més endavant, la globalització tecnològica, econòmica i cultural ha tingut com a conseqüència directa l'aparició d'una gran indústria audiovisual esportiva. Algunes investigacions que han treballat en aquesta línia a escala internacional són les de Real 1985; Kang, MacAloon i DaMata 1988; Whannel 1992 i, més recentment, Wenner 2000, Boyle i Haynes 2004, i Rowe 2004. En l'àmbit nacional cal destacar les aportacions de Moragas 1992, 1994 i 2001; Moragas et al. 1996, un dels investigadors pioners en l'estudi de les relacions entre els Jocs Olímpics, i l'esport en general, amb la cultura i els mitjans de comunicació. Pel que fa a les imbricacions més concretes de gènere i esport, al final dels anys setanta les teories feministes van començar a criticar durament el fet que en l'esport les diferències biològiques i físiques entre gèneres anaven molt lligades a les interpretacions socials i culturals dels diferents papers que corresponien a homes i dones (Bernstein 2002). L'esport es considerava una institució sexista i amb una clara orientació masculina que prioritzava el poder de l'home sobre la dona (Sabo i Jansen 1992). Es dona una dualitat, que és alhora contraposició, entre «esport masculí» i «esport femení» (Kane 1995). Des d'aquesta perspectiva, els «esports femenins» són dins un món esportiu hegemònicament masculí, del qual únicament se'ls permet formar part (Theberge 1997), la qual cosa converteix aquesta activitat, dins el marc global del que podríem considerar institucions socials, en l'element que més perpetua la superioritat masculina davant la femenina (Duncan i Hasbrook 1988).

Des d'una perspectiva realista, la veritat és que les dones mostren el mateix interès que els homes per la pràctica esportiva. La diferència és que les esportistes tendeixen a buscar l'èxit en el domini i la millora personal, mentre que els homes necessiten la competició i els resultats positius davant els seus contraris com a objectiu en la realització personal (Antúnez 2001). També és cert que històricament l'esport ha estat menys important en la vida de les dones que no pas en la dels homes, però també és veritat que l'augment de la participació femenina en l'esport els últims anys ha originat el canvi més significatiu i notori de l'estructura esportiva del final del segle XX (Coakley 2003). Als inicis de l'esport modern, la pràctica esportiva femenina es limitava a unes poques activitats, considerades comunament com a femenines. En són exemples la natació i el tennis. El pas del temps i els canvis promoguts per un feminisme incipient, sobretot a partir de la Segona Guerra Mundial, van portar les dones a practicar altres activitats esportives que ja no tenien la consideració de femenines.

Aquesta implicació massiva de la dona en la vida esportiva encara no ha trobat plasmació al món audiovisual. Els mitjans exhibeixen una tendència a minimitzar la participació femenina en l'esport. Hi ha dades altament sorprenents sobre el tema.

33. La primera Conferència Internacional sobre la Dona i l'Esport va tenir lloc del 5 al 8 de maig de 1994 a Brighton, Regne Unit. La va organitzar el Consell Britànic de l'Esport amb el suport del Comitè Internacional Olímpic. Van aprovar la Declaració resultant 280 delegats procedents de 82 països i representants d'organitzacions governamentals i no governamentals, comitès olímpics nacionals, federacions esportives internacionals i nacionals, i també instituts d'educació i investigació. La Declaració de Brighton establia quines havien de ser les mesures orientades a incrementar la participació de la dona a tots els nivells, les funcions i els papers de l'àmbit esportiu.

Per exemple, 1992 va ser el primer any en què les retransmissions televisives d'esports amb presència de dones van superar les d'esports amb presència d'animals (Lopiano 2002). Els estudis en què es quantifica la presència de la pràctica esportiva femenina comparada amb la masculina són múltiples, però les dades són sempre molt semblants: difícilment se supera el 5 % (Lumpkin i Williams 1991; Tuggle 1997 i 2004; Bernstein 2002; Duncan et al. 2000 i 2005; Billings, Angelini i Eastman 2005; Markula 2009).

Un món a part el constitueixen els Jocs Olímpics, en què la normalització i l'equiparació de la presència de la dona esportista pel que fa a l'home s'ha convertit en una realitat els últims temps. És cert que als primers Jocs Olímpics moderns, celebrats a Atenes l'any 1896, es va vetar completament la participació de les dones. Tres dècades més tard, a Amsterdam '28, el contingent femení va arribar al 10 % del total i, finalment, als últims Jocs Olímpics de l'era moderna, Pequín 2008, aquesta xifra va augmentar fins al 42 % (IOC 2008). En aquest sentit, Billings (2008) va elaborar un estudi sobre la cobertura d'esdeveniments olímpics amb presència femenina a sis edicions diferents dels Jocs i va constatar que el 48,1 % del total eren retransmissions d'esport amb presència femenina, i el percentatge va ser fins i tot més gran als Jocs d'Atlanta '96 (promocionats per la cadena nord-americana NBC com els Jocs de les Dones). Però aquest autor també precisa alguns aspectes: en la cobertura durant els Jocs Olímpics sempre influeixen qüestions diverses, que van més enllà del terreny estrictament esportiu, ja sigui l'adscripció nacional, el grau de reconeixement mediàtic dels homes i les dones esportistes, o l'acceptació social de cada esdeveniment esportiu. Això podria explicar per què hi ha una diferència tan gran entre la cobertura d'esports femenins durant els Jocs i quan aquesta té lloc fora de l'àmbit olímpic. Complementant el que exposa Billings, Markula (2009) també assenyala l'efectivitat que sembla que han tingut les polítiques sobre igualtat de gènere impulsades pel Comitè Internacional Olímpic, ja que no tan sols ha augmentat quantitativament la participació de les dones en els Jocs, sinó també el nombre de modalitats esportives en què participen, la qual cosa ha afavorit una visibilitat més gran de la dona esportista.

Una altra manera d'acostar-se als estudis sobre gènere, esport i mitjans de comunicació és analitzar les retransmissions esportives des d'un punt de vista qualitatiu, verificant patrons utilitzats en imatges o textos pels narradors i els comentaristes. Voluntàriament o involuntàriament, d'aquesta manera es poden reforçar uns estereotips determinats, com ara el del domini físic i emocional de l'home sobre la dona (Kinnick 1998). Un altre exemple el constitueix el treball d'Eastman i Billings (1999), en el qual, després d'analitzar tres edicions dels Jocs Olímpics (Lillehammer '94 i Nagano '98 com a Jocs d'hivern, i Atlanta '96 com a Jocs d'estiu), es va arribar a la conclusió que els comentaristes estaven més pendents de discutir, d'una banda, sobre l'atractiu físic de les esportistes, i de l'altra, sobre la capacitat de força i resistència dels homes. També cal dir que hi ha més possibilitats que les dones rebin atenció mediàtica si participen en activitats esportives en què es pot destacar la seva gràcia, carisma o bellesa (Banet-Weiser 2002; Koivula 2001; Parsons i Betz 2001). En definitiva, ens referim a l'alta consideració que l'atribut de la bellesa femenina té en l'esport com a valor percebut pel públic a través de la influència dels mitjans a la societat (Bisell 2010). Seguint aquesta línia, un altre estudi de Billings (2003) sobre l'obert de tennis dels Estats Units del 1999 ha demostrat que, encara que les dones rebien el 59 % del temps de cobertura televisiva, la quantitat d'elogis i crítiques que se'ls va adreçar va ser inferior als dedicats als homes i, a més, les dones esportistes van tenir tres vegades més comentaris relacionats amb els seus atractius físics que els homes.

Com dèiem, es poden observar patrons comuns pel que fa a la cobertura de l'esport femení per part dels mitjans. Per exemple, un dels més usuals és el de la marca de gènere. En aquests casos, l'esdeveniment esportiu femení es converteix en una mena de versió del masculí, en què les dones estan subjectes a acceptar les regles creades per a l'esdeveniment «oficial», és a dir, el masculí (Theberge 1997). Un altre dels patrons més habituals és el de la infantilització de les dones esportistes, pel qual els comentaristes utilitzen sovint substantius com ara *noies* o *nenes* quan es refereixen a les actuacions de les esportistes (Messner et al. 1993). Finalment, l'últim dels patrons als quals volem fer referència és el de la sexualitat. Quan els mitjans retraten les dones esportistes com a objectes sexuals o els atribueixen papers que no són propis de l'esport (mare o esposa) contribueixen al sexisme social. Un exemple d'aquest últim patró el constitueixen dos estudis sobre la premsa nord-americana (Daddario 1992; Fink i Kensicki 2002) en què es van analitzar les revistes *Sports Illustrated* i *Sports Illustrated for Kids*. En tots dos casos, les fotografies de les dones esportistes que hi sortien mostraven majoritàriament esportistes que feien l'efecte de posar com a models i que, paradoxalment, no semblava que practiquessin cap esport.

Els estudis sobre gènere i comunicació impulsats pel CEO-UAB

Al començament d'aquest capítol ja assenyalàvem que el que cal destacar de la línia d'investigació que tractem aquí és la combinació de tres aspectes que per ells sols han originat, i sens dubte ho continuaran fent, una gran producció científica: els estudis sobre l'esport, sobre els mitjans de comunicació i sobre la variable de gènere. De la unió d'aquestes tres àrees sorgeixen tot un seguit d'investigacions promogudes pel CEO-UAB i cofinançades per diversos organismes públics catalans.

En aquest sentit, ens agradaria ressenyar dos treballs. El primer és *Identificació de les esportistes d'èlit amb els estereotips socials que transmeten els mitjans de comunicació* (Lallana i Kennett 2007). Va col·laborar en aquesta investigació el Centre d'Alt Rendiment de Sant Cugat, que va actuar a manera de laboratori experimental, ja que la major part dels subjectes enquestats feien servir les seves instal·lacions. Per dur a terme aquest projecte es va prendre com a referència el treball d'Antúnez (2001), que defensa que la relació de les dones amb la imatge del cos femení, d'una banda, i amb l'esport, de l'altra, també està determinada per estereotips preestablerts. Malgrat l'avanç de la dona en l'àmbit social, aquests estereotips encara són presents al segle XXI. Això crea una dependència de la identitat femenina i dels seus papers respecte d'aquest «veure's» com a dona. Segons Antúnez, les dones mostren el mateix interès pels esports que els homes. Allò que diferencia bàsicament tots dos gèneres és que les dones tendeixen a buscar l'èxit sobre la base del domini i la millora personal, mentre que els homes busquen el resultat davant el rival a través de la competició. Tot i així, fer una generalització entre el gènere masculí i el femení és un error. Cada individu s'ha de considerar com a únic, amb unes ambicions i uns valors determinats.

En aquest treball s'observen dues fases. La primera va consistir en el desenvolupament d'un instrument quantitatiu d'anàlisi basat en una enquesta a més de 150 esportistes d'èlit del Centre d'Alt Rendiment de Sant Cugat a través de la qual es pretenien establir uns perfils bàsics. La segona part del projecte partia dels resultats obtinguts prèviament i, gràcies a entrevistes personals en profunditat a esportistes (diferents modalitats esportives i sexes), es comparaven els resultats obtinguts a l'enquesta amb la percepció personal de cada individu. Dels resultats obtinguts, el més destacat fa referència al concepte general que els esportistes (tant els homes com les dones) creuen que reflecteixen a la societat. Així, l'esportista, independentment del gènere i de la modalitat esportiva que practiqui, considera que l'etiqueta d'esportista d'èlit actua com una mena d'estatus diferenciador dins d'aquesta societat.

El segon dels estudis impulsats pel CEO-UAB que volem destacar aquí és *La presència de l'esport femení a la televisió pública catalana: TV3 y C33 com a cas d'estudi l'any 2008* (Ramajo et al. 2009). Aquest treball pretenia donar resposta a una sèrie d'interrogants sobre el tractament (quantitatiu i qualitatiu) que la televisió pública catalana feia de l'esport femení. Per aquest motiu es va analitzar la cobertura que tant TV3 com C33 feien de la pràctica esportiva femenina, en comparació amb la pràctica esportiva masculina. Les dades obtingudes han estat altament decebedores: tan sols el 2,6 % del temps dedicat a l'esport a la televisió autonòmica catalana estava protagonitzat per dones. En total, van ser 2,3 hores d'emissió d'esport femení a tota la mostra analitzada, que constava de 672 hores. A més, una altra dada que corroborava aquesta invisibilitat de l'esport femení tenia a veure amb el moment d'emissió de la pràctica esportiva femenina. En aquest sentit, cal indicar que en el cas de la cadena autonòmica catalana (TV3), coincidint amb el tram considerat com a *prime time*, és a dir, el de màxima audiència, la presència de continguts esportius femenins no hi té cabuda (únicament el 0,4 % del total). La franja de la matinada és on es concentren la major part de les manifestacions esportives femenines (19,8 %), seguida del matí i el migdia. Finalment, els programes de caràcter informatiu no centren l'atenció en l'esport femení (0,5 % del total de la mostra analitzada). Per tant, interessa no tan sols quantificar la presència de les manifestacions esportives a la televisió, sinó també valorar com és aquesta presència, en quin moment del dia té lloc i quin tractament informatiu rep.

És cert que, a la llum del que s'acaba d'exposar, es podria vincular la presència més gran d'esports protagonitzats per homes a la televisió pública catalana (i, per extensió, a tots els mitjans de comunicació) amb el fet que són aquests esports els que desperten un interès i un consum mediàtic més grans. No es tracta d'establir un debat sobre la presència més gran o més petita d'esports minoritaris als mitjans. El que interessa és saber de quina manera poden coexistir aquestes dues formes de concebre

l'esport en televisió: d'una banda, esports majoritaris pel que fa al consum (que coincideixen amb una visió masculina de la seva representació), i, de l'altra, l'espai que ha de tenir la pràctica esportiva femenina als mitjans. A tall d'exemple, de les tres modalitats esportives majoritàries a TV3 (futbol, motor i bàsquet), que sumen més del 85 % del total del temps esportiu de la cadena, la presència de les dones s'hi veu reduïda a un imperceptible 0,11 %. Aquesta dada corrobora una dinàmica que demostra que la pràctica esportiva femenina s'enfronta a una dura batalla si pretén arribar a tenir preeminència tant quantitativa com qualitativa a les graelles de programació de la televisió.

Al llarg d'aquest capítol hem introduït el valor de l'anàlisi qualitativa a fi d'entendre la relació de l'esport femení amb el mitjà televisiu. En aquesta línia, a l'estudi sobre la presència esportiva femenina a la televisió pública catalana s'observa que les dones esportistes que hi figuren com a protagonistes de la informació ho fan en representació d'esports minoritaris. Això implica situar la dona esportista en un nivell inferior al de l'home. Sembla com si els uns formessin part del món esportiu amb majúscules i les altres formessin part del món esportiu amb minúscules. La realitat ens demostra que encara es mantenen papers molt diferenciats a l'hora de referir-nos a homes i dones.

Conclusions

La relació difícil entre gènere, esport i mitjans de comunicació és un escenari que no podem obviar com a investigadors. Malgrat els avanços a la recerca de la paritat i els intents impulsats des de l'acadèmia per posar de manifest aquests desequilibris, la veritat és que actualment, tret d'algunes ocasions (ja hem manifestat que els Jocs Olímpics constitueixen un període atípic de normalitat), els mitjans continuen tractant d'una manera desigual els homes i les dones esportistes. Aquestes diferències, que són quantitatives, però també qualitatives, porten a difondre la imatge entre el gran públic de l'esportista invisible, quan la realitat és que a l'esport base la pràctica femenina és equiparable a la masculina.

Proposar un decàleg de solucions que minimitzin aquestes diferències no és l'objecte d'aquest capítol, però sí reflexionar sobre el que pot significar. I per fer-ho, la tradició en els estudis de gènere, esport i mitjans esdevé una eina útil. Hem comprovat que al llarg dels últims anys la situació de la dona esportista als mitjans ha estat gairebé ignorada. Tot sembla indicar que a curt termini aquest context no millorarà. Inevitablement, i malgrat les quotes imposades per organismes i institucions internacionals i l'impuls que s'ha donat a l'esport femení, el negoci que suposa per als mitjans l'espectacle esportiu continua tenint cara i cos masculins.

La història ens demostra que aquest és un sostre difícil de superar, però perpetuar aquesta situació seria anar en contra de les dinàmiques socials actuals. La qüestió és decidir quins límits es poden marcar, és a dir, en quin moment el tractament que els mitjans poden donar a l'esport femení es considera correcte i en quin punt passa a ser insuficient tant des de l'òptica de la qualitat com de la quantitat.

Referències bibliogràfiques

- Antúnez, Marta. 2001. "Reflexiones acerca de lo que la mujer representa para el deporte y el verdadero significado del deporte para la mujer". *Lecturas, educación física y deportes, revista digit@l* 7(2). <http://www.efdeportes.com/efd42/mujer.htm>.
- Banet-Weiser, Sarah. 2002. "We Got Next: Negotiating Race and Gender in Professional Basketball". *A Paradoxes of Youth and Support*, eds. M. Gatz, M.A. Messner i S.J. Ball-Rokeach, 93-102. Albany: SUNY Press.
- Bernstein, Alina. 2002. "Is It Time for a Victory Lap?: Changes in the Media Coverage of Women in Sport". *International Review for the Sociology of Sport* 37(3-4): 415-428.
- Billings, Andrew C. 2003. "Dueling Genders: Announcer Bias in the 1999 U.S. Open Tennis Tournament". *A Case Studies in Sports Communication*, eds. R.S. Brown i D.O. Roarke, 51-62. Westport: Praeger.
- Billings, Andrew C. 2008. "Clocking Gender Differences: Televised Olympic Clock Time in the 1996-2006 Summer and Winter Olympics". *Television New Media* 9(5): 429-441.
- Billings, Andrew C., J.R. Angelini i S.T. Eastman. 2005. "Diverging Discourses: Gender Differences in Televised Golf Announcing". *Mass Communication & Society* 8(2): 155-171.
- Bisell, Kim L. 2010. "Exploring the Influence of Mediated Beauty: Competitive Female Athletes' Perceptions of Ideal Beauty in Athletes and other Women". *A Examining Identity in Sports Media*, eds. H.L. Hundley i A.C. Billings. Los Angeles: SAGE.
- Boyle, Raymond, i Richard Haynes. 2004. *Football in the New Media Age*. London: Routledge.
- Coakley, Jay. 2003. *Sport in Society: Issues and Controversies*. Boston: McGraw Hill.
- Daddario, Gina. 1992. "Swimming Against the Tide: *Sports Illustrated* Imagery of Female Athletes". *Women Studies in Communication* 15(1): 49-64.
- Duncan, M.C., i C. Hasbrook. 1988. "Denial of Power in Televised Women's Sports". *Sociology of Sport Journal* 5: 1-21.
- Duncan, M.C., et al. 2000. *Gender in Televised Sports: 1989, 1993 and 1999*. Los Angeles: Amateur Athletic Foundation of Los Angeles.
- Duncan, M.C., et al. 2005. *Gender in Televised Sports: News and Highlights Shows, 1989-2004*. Los Angeles: Amateur Athletic Foundation of Los Angeles.
- Eastman, Susan Tyler, i Andrew C. Billings. 1999. "Gender Parity in the Olympics: Hying Women Athletes, Favoring Men Athletes". *Journal of Sport and Social Issues* 23(2): 140-170.
- Fink, J.S., i L.J. Kensicki. 2002. "An Imperceptible Difference: Visual and Textual Constructions of Femininity in *Sports Illustrated* and *Sports Illustrated for Women*". *Mass Communication & Society* 5: 317-340.
- International Working Group on Women and Sport (IWG). <http://www.iwg-gti.org>.
- International Olympic Committee, IOC. 2008. *Record Women's Participation*. Lausanne: IOC.
- Kane, Mary Jo. 1995. "Resistance/Transformation of the Oppositional Binary: Exposing Sport as a Continuum". *Journal of Sport and Social Issues* 19(2): 191-218.

- Kang, Shin Pyo, John MacAloon i R. DaMata, eds. 1988. *The Olympics and East/West and South/North Cultural Exchange: the Papers of the First International Conference on the Olympics and East/West and South/North Cultural Exchange in the World System*. Hanyang: Hanyang University, Institute for Ethnological Studies.
- Kinnick, Katherine N. 1998. "Gender Bias in Newspaper Profiles of 1996 Olympic Athletes: A Content Analysis of Five Major Dailies". *Women's Studies in Communication* 21(2): 212-237.
- Koivula, Nathalie. 2001. "Perceives Characteristics of Sports Categorized as Gender-Neutral, Feminine, and Masculine". *Journal of Sport Behavior* 24: 377-394.
- Lallana del Rio, Ibone, i Chris Kennett. 2007. *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) = Identificació de les esportistes d'elit amb els estereotips socials que transmeten els mitjans de comunicació: un cas d'estudi al Centre d'Alt Rendiment de Sant Cugat (2005-2006)*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Lopiano, Donna. 2002. "Modern History of Women in Sports: Twenty-Five Years of Title IX". *Clinical Sports Medicine* 19: 163-73, VII.
- Lumpkin, A., i L. Williams. 1991. "An Analysis of *Sport Illustrated* Feature Articles, 1954-1987". *Sociology of Sport Journal* 8: 16-32.
- Markula, Pirkko, ed. 2009. *Olympic Women and the Media: International Perspectives*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Messner, Michael A., et al. 1993. "Separating the Men from the Girls: the Gendered Language of Televised Sports". *Gender and Society* 7(1): 121-137.
- Moragas, Miquel de. 1992. *Los Juegos de la comunicación: las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos*. Madrid: Fundesco.
- Moragas, Miquel de. 1994. "Deporte y medios de comunicación: sinergias crecientes". *Telos* 38: 58-62.
- Moragas, Miquel de. 2001. *Estudio Estadio: deporte, Olimpismo y comunicación en la era digital: principales resultados de la investigación "Las nuevas sinergias entre televisión y deporte"*. Bellaterra: Centre d'Estudis Olímpics de la UAB.
- Moragas, Miquel de., et al. 1996. *Patrocinio, comunicación y deporte I. La comercialización del deporte en una sociedad mediática*. Madrid: Ministerio de Educación y Cultura, Consejo Superior de Deportes.
- Parsons, Elisabeth M., i Nancy E. Betz. 2001. "The Relationship of Participation in Sports and Physical Activity to Body Objectification, Instrumentality, Locus of Control Among Young Women". *Psychology of Women Quarterly* 25: 2.
- Ramajo, Natividad, et al. 2009. *La presència de l'esport femení en la televisió pública catalana: TV3 i C33 com a cas d'estudi l'any 2008*. Barcelona: Institut Català de les Dones.
- Real, Michael. 1985. *Global Ritual: Olympics, Media Coverage and International Understanding*. San Diego: San Diego University.
- Rowe, David. 2004. *Sport, Culture and Media: the Unruly Trinity*. Maidenhead: Open Press University.
- Sabo, Don, i C.S. Jansen. 1992. "Images of Men in Sport Media: the Social Reproduction of Gender Order". *A Men, Masculinity, and the Media*, ed. S. Craig. London: Sage.

Theberge, Nancy. 1997. "It's Part of the Game: Physicality and the Production of Gender in Women's Hockey". *Gender & Society* 11(1): 69-87.

Tuggle, C.A. 1997. "Differences in Television Sports Reporting of Men's and Women's Athletics: ESPN SportsCenter and CNN Sports Tonight". *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 41(1): 14-24.

Tuggle, C.A. 2004. "ESPN's SportsCenter and Coverage of Women's Athletics: 'It's a Boys' Club'". *Mass Communication and Society* 7 (2): 237-248.

Wenner, Lawrence A., ed. 2000. *MediaSport*. London: Routledge.

Whannel, Garry. 1992. *Fields in Vision: Television Sport and Cultural Transformation*. London: Routledge.