

“EL SEXISME EN LA INFORMACIÓ ESPORTIVA: DE LA UNIVERSITAT A LES REDACCIONS”

*Adscripció temàtica a la línia de recerca preferent:
Igualtat i diversitat en l'àmbit professional dels mitjans de comunicació audiovisual*

Equip investigador:

Dra. Pilar Medina-Bravo
Dra. Mònica Figueras-Maz
Sra. Eva Gómez-Colell

**Departament de Comunicació
Universitat Pompeu Fabra**

Juliol 2017

<u>Índex de continguts</u>	<u>Pàg.</u>
Introducció	1
1. El periodisme esportiu: un espai masculinitzat	3
2. El poder simbòlic com a punt de partida	4
3. Disseny de la recerca	12
3.1. Objectiu general i objectius específics	12
3.2. Instruments de mesura i criteris de selecció de la mostra d'estudi segons l'objectiu específic	12
a) Inventari de sexisme ambivalent i mostra d'estudiants de Periodisme	12
b) Entrevista individual semiestructurada i mostra d'estudiants de l'assignatura de Periodisme Esportiu	17
c) Panel de persones expertes	17
4. Resultats	19
4.1. Preferències acadèmiques i grau de sexisme interioritzat	19
4.2. Percepció de les estudiants matriculades a l'assignatura de Periodisme Esportiu sobre la seva participació en la mateixa i sobre les expectatives en aquest àmbit professional	22
4.3. Valoració de possibles limitacions en el món laboral de les futures periodistes esportives segons el panel de persones expertes	25
5. Conclusions	31
Referències bibliogràfiques	35
Annexos	41
Annex 1. Adaptació de l'Inventari de Sexisme Ambivalent en adolescents (De Lemus et al., 2008)	
Annex 2. Temes de les entrevistes individuals semiestructurades	

INTRODUCCIÓ

El projecte “El sexisme en la informació esportiva: de la universitat a les redaccions” neix amb la intenció de teixir ponts entre el periodisme d'esports a la universitat i la pràctica professional, des de l'òptica de qui s'està formant fins a qui l'exerceix per tal d'entendre què succeeix en el pas de l'etapa universitària al món laboral. El periodisme esportiu és un àmbit visiblement masculinitzat, tant pel que fa a l'entorn sociolaboral on es desenvolupa com pels continguts que s'hi generen, els quals ignoren l'esport femení i invisibilitzen les esportistes. Recolçant-nos en el concepte de “pseudofeminització” (Soriano, Díez i Cantón, 2005) i en el de “poder simbòlic” (Bourdieu, 1999) per esbrinar el biaix de dones que es dediquen a la informació esportiva, volem fer partícips les estudiants (futures professionals) i les professionals en la detecció de desigualtats i discriminació, tant en la formació com en la pràctica del periodisme. Volem apropiarnos a la interiorització de prejudicis sexistes, a partir de l'actitud benevolent que pren el sexisme (entre d'altres: Glick et al., 2000, Rodríguez Castro et al., 2010; Gómez-Berrocal et al., 2011) per a comprendre perquè les dones no són presents a l'espai mediàtic de la mateixa manera que els homes.

A partir d'un primer apartat on es fa una breu contextualització de treballs acadèmics que mostren com al periodisme esportiu es manté una situació de pseudofeminització, els apartats següents intenten donar resposta a aquesta situació a través del concepte de *violència simbòlica* de Bourdieu, de les recerques sobre els processos d'interiorització dels prejudicis sexistes a través d'escala que avaluen el grau de *sexisme hostil* i un nou format més subtil del mateix, un neosexisme avaluat a través de les escales del *sexisme ambivalent*, i dels estudis que apliquen aquestes escales per a valorar el seu grau d'incidència a l'hora de prendre decisions acadèmiques i/o professionals. A continuació, en la segona part d'aquest informe, s'estructura el disseny de la recerca detallant els tres objectius específics, així com les metodologies emprades en cadascú. A l'apartat de 'Resultats' es presenten els principals resultats obtinguts a les tres fonts de dades (qüestionari quantitatiu, entrevistes individuals semiestructurades, i panel d'experts), per acabar amb un apartat final de conclusions i recomanacions.

Aquest treball no hagués estat possible sense el suport a la recerca del Consell de l'Audiovisual de Catalunya a qui hem d'agrair la confiança atorgada al projecte així com el seu finançament. També volem agrair a al conjunt de professors i professores que van accedir a presentar aquesta recerca al seu alumnat i animar a la participació. Gràcies a la Núria Simelio (Universitat Autònoma de Barcelona), Josep Maria Puig (UAB), Josep Maria Blanco (UAB), Lorena Gómez (Universitat Pompeu Fabra), Sergi Cortiñas (UPF), Arantxa Capdevila (Universitat Rovira i Virgili), Enric Castelló (URV), Francesc Barata (Universitat Ramon Llull), Sergi Solà (Universitat de Vic), Olatz Larrea (Universitat Internacional de Catalunya), Irene Da Rocha (Abat Oliba), perquè es van mostrar oberts a ajudar-nos en tot moment pel que fa a l'obtenció de mostra per a la part quantitativa com també per a la part d'entrevistes individuals. Els experts consultats (Joana Gallego Ayala, Susana Guerrero Salazar, Virginia Luzón Fernández, M^a Isabel Menéndez Menéndez, José Vicente Peña, Xavier Ramon Vegas, José Luis Rojas Torrijos, Clara Sáinz de Baranda Andújar, Pedrona Serra, Susanna Soler i Jaume Soriano), amb les seves respostes, van fer que poguéssim arribar a unes conclusions més acurades i matisades sobre la feina encara pendent en l'àmbit que ens ocupa. Per últim, un agraïment molt especial al conjunt d'estudiants que van fer un forat en les seves agendes per a contestar l'enquesta o per a oferir-nos la seva opinió sobre el camí que tenen per recórrer.

1. EL PERIODISME ESPORTIU: UN ESPAI MASCULINITZAT

Segons Soriano, Díez i Cantón (2005), l'estat actual de la professió periodística es defineix a partir del concepte de “**pseudofeminització**”, en contrast amb el que es podria esperar en observar que el perfil del titulat en Periodisme al còmput global de les universitats catalanes que ofereixen aquest grau -abans llicenciatura- és eminentment femení (Gómez Colell, 2014). No obstant, aquesta consideració va més enllà d'una simple (infra)representació numèrica de les llicenciades en el trànsit de l'àmbit universitari al terreny professional: “Las condiciones sociolaborales en las que las mujeres se han incorporado hasta ahora en la profesión aconsejan prudencia a la hora de hablar de procesos de feminización que apuntan cambios también en los contenidos mediáticos” (Soriano et al., 2005, p. 50).

En aquest sentit, la qüestió sociolaboral de la professió periodística i, per tant, la situació de les dones periodistes, es pot resumir en les característiques següents: a) no ocupen càrrecs de responsabilitat als mitjans de comunicació (Fagoaga i Secanella, 1984; Gallego i Del Río, 1993; Soriano, Díez i Cantón, 2005), b) són majoria a les anomenades seccions toves o perifèriques -d'escassa influència social-, entre les quals no s'hi troben els esports -considerada una secció dura i masculina i, consegüentment, masculinitzada (Tuchman, 1983; Gallego, 2002), c) pateixen limitacions i frens amb molta més freqüència que els homes i es troben amb dificultats per a conciliar vida privada i treball (Rovetto, 2013a i 2013b), i d) abandonen prematurament la professió com a conseqüència de tot el descrit als punts anteriors (Soriano, Díez i Cantón, 2005), realitat que és concebuda pel moviment feminista com una expulsió de la periodista de la seva carrera professional (Melin-Higgins, 2001).

Aquestes mateixes característiques són extrapolables a l'**entramat social del periodisme esportiu**. Des de les pròpies redaccions es legitima la ideologia de la masculinitat hegemònica de l'esport a través de la figura dels editors -o “gatekeepers” (Hardin, 2005, p.65)-, els quals determinen els continguts del mitjà segons criteris propis. En tractar-se majoritàriament de personal masculí, en resulta afectat, d'una banda, el contingut mitjançant l'aposta, cada vegada més freqüent, per les “invitades” -dones objecte, sense més utilitat que la d'acompanyar qui es considera autèntic protagonista de la informació: l'esportista masculí

(Sáinz de Baranda, 2014)-, desproveint els i les joves de models de referència de dones esportistes en les quals fixar-se (Gómez-Colell, 2015). I, d'altra banda, també es veu afectada la producció mateixa de la informació, és a dir, la tasca de les periodistes. Aquestes poden interioritzar la inferioritat femenina respecte la superioritat masculina a l'entorn de les redaccions d'esports: són, a la vegada, “insiders” per la seva capacitat d'adaptació a estàndards masculins i “outsiders” per la seva condició de dones (Hardin i Shain, 2006, p. 323).

Les condicions descrites ens fan plantejar si la (pseudo)feminització de les redaccions té la capacitat de condicionar el tractament de la informació, com consideren -des d'una perspectiva generalista- Melin-Higgins (2001), Limor i Lavie (2002), Gallego (2007) o Papi Gálvez (2008) o si, pel contrari, un major nombre de càrrecs de responsabilitat ocupats per dones no garanteix la inclusió de la perspectiva de gènere en les publicacions o enfocament de la notícia (Menéndez, 2007; Palau, 2008 o Altés i Majó, 2012).

En la mesura que els mitjans de comunicació són altaveu i aparador dels valors i expressions (de l'esport), ens preguntem si les actuals estudiants de periodisme i futures periodistes detecten la desigualtat informativa per poder així intervenir en el procés de producció de la informació.

2. EL PODER SIMBÒLIC COM A PUNT DE PARTIDA

Per tal d'aportar una nova visió a la recerca produïda fins el moment, la qual ens ha permès dibuixar el panorama de la professió periodística pel que fa a l'accés desigual en termes de gènere, aquest projecte pretén conèixer les expectatives de futur de les estudiants de Periodisme (esportiu) en relació a la professió en la qual s'estan formant, i també el context acadèmic en què ho fan, tot revisant com són els continguts impartits en qüestió de periodisme esportiu, quin és el perfil de l'alumnat que les atén i, també -sobretot-, el perfil de qui no ho fa i el perquè. D'aquesta manera, el projecte inclou la detecció de la incidència de la **violència simbòlica** (Bourdieu, 2006) com a aturadora -des del propi inconscient- de les expectatives de l'alumnat quant a la seva participació en seccions o programes de temàtica esportiva. La simbòlica és un tipus de violència que “arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales apoyándose en unas «expectativas colectivas», en unas creencias

socialmente inculcadas” (Bourdieu, 1999, p. 173). Aquest concepte és inseparable del terme “poder simbòlic”, també emprat pel mateix sociòleg francès, per referir-se, no tant a un tipus específic de poder, sinó a una característica pròpia de la majoria de les diferents formes que es troben de manera rutinària a la vida social, i que rarament es manifesten obertament com a força física. Definit de forma clara i concisa per Fernández (2005), el poder simbòlic és un poder invisible que pressuposa una **complicitat activa per part d'aquells que hi estan sotmesos** i que requereix, com a condició d'èxit, que qui hi està involucrat cregui en la seva legitimitat i en la de qui l'exerceix, d'una manera que representa, en realitat, la interiorització del sexisme com a sistema de valors.

En els estudis sobre la pervivència del sexisme, diferents autors (Tougas et al., 1995) fan èmfasi en la necessitat d'abordar amb deteniment la cara més *moderna* del sexisme, en què la dimensió social d'aquest permet la convivència entre actituds negatives procedents de les formes tradicionals del sexisme i l'acceptació de valors -pressumptament- igualitaris en societats que han evolucionat cap a un ideari liberal. No obstant això, la dimensió que s'aplica en la nostra recerca és la relacional. Glick i Fiske (1996, 1999) són els primers en explicar les relacions entre sexes més enllà de la perspectiva intergrupar i en sotmetre-les al context social, que les determina segons forces de dependència i heteronomia. D'aquesta combinació de forces sorgeixen les actituds cap als sexes, que, a més a més, seran presents en espais laborals, en la participació dels àmbits públic-privat, en les relacions interpersonals, afectives-sexuals, etc.

Definit com una actitud dirigida a les persones en funció del sexe al qual corresponguin biològicament, el sexisme atribueix *característiques* i *conductes* (Lameiras Fernández, 2004). Per una banda, a partir dels “estereotips descriptius” (característiques), en què la masculinitat s'associa amb la instrumentalitat i amb atributs de dominància, control i independència; mentre que la feminitat ho fa amb l'expressivitat i amb la sensibilitat, l'afecte i la preocupació pel benestar aliè. La dona és (existeix com a ésser social) en relació amb l'home (Lipovetsky, 1999). D'altra banda, i com a conseqüència natural de les característiques descrites per cada sexe, s'espera que homes i dones actuïn de manera determinada o assumeixin rols concrets en el context social. Així doncs, les conductes, o “estereotips prescriptius”, s'esdevenen segons els trets associats al sexe biològic. Aquesta caracterització, fortament normalitzada (en el sentit més pur de la paraula: *reduïda a una norma establerta i aplicada* socialment, exerceix

la seva influència en el procés d'identificació personal (Lameiras Fernández, 2004). La dualitat definida pel sexe no és en cap cas simètrica; ans al contrari. Les qualitats associades amb la masculinitat són valorades més positivament, fet que es demostra per la major disposició de les dones a (auto)assignar-se trets masculins en detriment dels homes que s'adscriuen a característiques femenines i són molt més penalitzats socialment (Bonilla i Martínez-Bencholl, 2000). En el cas dels esports, un home que es vulgui dedicar a la pràctica de disciplines d'una vessant més artística, com ara la dansa, el patinatge o la natació sincronitzada, lluny de la conducta esperada per la seva pertanyença al sexe masculí, per la qual *li pertocaria* el futbol, esports de motor, etc.

Precisament com ha succeït en l'àmbit dels esports, la presència de la dona en l'espai públic en general ha augmentat significativament respecte d'anys enrere. Aquesta jerarquització dels espais (Lameiras Fernández, 2004) ha propiciat un canvi en la concepció del sexisme. En la seva visió més tradicional, Allport (1945) el va definir com un prejudici cap a les dones que pren forma d'hostilitat. El *sexisme tradicional* es fonamenta en la conservació dels valors tradicionals assignats per a cada sexe i s'executa a partir d'un tractament desigual i perjudicial en vers les dones. Ara bé, com es garanteix la supervivència d'aquest en unes societats que evolucionen i busquen desenvolupar-se en el marc d'uns valors igualitaris? En els països occidentals, hi perviuen dues forces definides per Batista-Foguet, Blanch i Artés (1994), l' **“igualitarisme abstracte”** juntament amb el **“conservadurisme cultural”**. El primer pretén garantir la igualtat dels sexes en la participació pública mentre que el segon exposa la reticència dels homes a assumir la seva quota de responsabilitat en les activitats domèstiques, així com les dificultats de les dones per a ocupar l'espai públic. En definitiva, es genera un xoc d'actituds que permet al sexisme trobar noves formes encobertes i subtils per a canalitzar-se i deixar-se veure. El *sexisme modern*, o neosexisme (Tougas et al., 1995), s'emascara en una suposada igualtat ja aconseguida en favor de les dones i nega l'existència de discriminació oberta cap a elles, i per aquest mateix motiu no aposta per mesures ni polítiques de protecció que les afavoreixin. En paraules de Amelia Valcárcel (2013), s'acompleix el miratge d'una aparent igualtat.

Per tal de situar el sexisme modern en relació amb els dos sexes, s'introdueix el concepte de ***sexisme ambivalent*** (Glick i Fiske, 1996). Per als autors, el sexisme modern de Tougas et al. (1995) s'explica a partir de càrregues afectives antagòniques -negatives i positives- que donen

peu a dos tipus de sexisme vinculats entre sí: sexisme hostil i sexisme benevolent. Des del sexisme hostil, les dones són enteses com a éssers subordinats a l'home i es legitima el control social exercit per aquest; elles són “inferiors”. Pel sexisme benevolent, les dones són “diferents”, i les idealitza des d'un prisma romàntic, com a mares i esposes, com a éssers delicats que necessiten ser protegits; i aquelles que s'allunyen dels rols tradicionals són qüestionades i/o mal vistes. Fins i tot, els homes sexistes temen aquestes dones no tradicionals perquè posen en dubte la supremacia del poder masculí; i també apareix la imatge postfeminista d'una dona sexy i glamurosa que mitjançant el seu poder de seducció i atracció suposen un repte a la jerarquització entre els sexes, ja que situen els homes en una situació compromesa, en perdre el seu poder al caure en mans d'una pretesa seducció femenina (Gill, 2009; McRobbie 2004). Aplicat a l'àmbit dels mitjans de comunicació i els esports, un exemple seria el d'un presentador de televisió (o dos) que transformen una peça informativa d'un partit de futbol en una peça masculista que posa el focus en les animadores -el qual és un tema a part- com a éssers malvats que amb els seus atributs físics tenen la capacitat de despistar els jugadors que en aquell precís moment salten al terreny de joc a escalfar.

Així doncs, l'ambivalència, que sorgeix del conflicte entre valors contraris o confrontats, representa la combinació indissociable de la forma hostil i benevolent de les actituds cap a les dones, que representen les **formes de sexisme més modernes** (Lameiras Fernández, 2004). En definitiva, és un sistema articulat de recompenses i càstigs per a que les dones sàpiguen quin és el seu lloc en la societat (Rudman i Glick, 2001).

En aquest sentit, Glick i Fiske (1996, 1999) proposen tres dimensions o components comuns per al sexisme hostil i sexisme benevolent, els quals vénen determinats pel poder social, la identitat de gènere i la sexualitat. Aquests són: el paternalisme, que en la seva vessant dominadora desencadena en el sexisme hostil i en la vessant protectora, en el sexisme benevolent; la diferenciació de gènere, que pot ser des de competitiva (sexisme hostil) fins a complementària (sexisme benevolent) i la heterosexualitat, en què intimitat sexual i hostilitat heterosexual creen una dependència de l'home respecte la dona, és a dir, sorprenentment, el grup dominant depèn del grup subordinat.

Per tal de mesurar les actituds ambivalents (hostils – benevolents) dels homes cap a les dones, Glick i Fiske (1996) van crear l'*Ambivalent Sexism Inventory (ASI)*, posteriorment traduïda i

validada per Expósito, Moya i Glick (1998). Aquest instrument serà abordat en profunditat més endavant, en l'apartat Metodologia, per la seva rellevància en la nostra recerca.

Amb tot, l'ús dels estereotips que es deriven del sexisme i que actuen com a eina de poder vers els éssers en tant que socials mostra com els nois/homes són més sexistes que les noies/dones i tenen actituds benevolents cap els nois/homes, associant aquest comportament psicosocial a un “favoritismo endogrupal o tipificación positiva del endogrupo” (Gómez-Berrocal et al., 2011, p. 61), en edat adolescent (Lameiras i Rodríguez, 2002; Glick et al., 2005; Rodríguez Castro et al., 2010), a l'etapa universitària (Glick et al., 2000; 2004) i en edat adulta (Gómez-Berrocal et al., 2011).

Si posem el focus del sexisme en una de les seves causes -i, ahora, conseqüència-, com són els prejudicis interioritzats, i els situem en l'etapa universitària, que és en la que ens centrem, hem de parlar de les **creences d'autoeficàcia en el procés d'elecció vocacional**. Rodríguez Méndez, Peña Calvo i Inda Cxaro (2012) analitzen els estudis científico-tècnics en funció d'aquest concepte i en relació amb el gènere. Tot i que presenten casos en què la dona està infrarepresentada en disciplines acadèmiques com ara les matemàtiques, les ciències naturals, la informàtica o les enginyeries, i aquesta situació dista de la branca en què ens trobem en la present investigació: la comunicació (el periodisme), la relació teòrica elaborada pels autors ens és útil per a contextualitzar les eleccions vocacionals de les matèries més enllà de motius aleatoris. Les creences d'autoeficàcia són considerades una peça clau per a explicar la tria dels estudis acadèmics i el posterior desenvolupament laboral; en definitiva, les eleccions dels individus durant el període de formació són determinants del curs futur que prendrà la seva vida (Bandura, 1977).

Així, havent analitzat la interiorització de prejudicis sexistes en nois i noies, la majoria d'aquests estudis corroboren l'absència d'estereotips, tant en ells com en elles (Durndell i Thomson, 1997; Rasmussen, 1997; Reinen i Plomp, 1997; Forgasz, Leder i Kloosteman, 2004; Forgasz i Mittelberg, 2007; Papastergiou, 2008). Sí que existeix, però, unanimitat en la conclusió que les noies tenen una disposició més alta de pensar que les matèries científico-tècniques no són *masculines* i que elles també s'hi poden dedicar (Dryburgh, 2000; Keller, 2001; Shashaani i Khalili, 2001; North i Noyes, 2002; Brandell i Staberg, 2008; Johnson, Stone i Phillips, 2008; Meelissen i Drent, 2008). No obstant, resulta especialment interessant

la paradoxa “Jo no puc, però nosaltres sí podem” (Rodríguez Méndez, Peña Calvo i Inda Cxaro, 2012). Aquesta idea contempla, d'una banda, que les noies neguen l'estereotip però, d'altra banda, els costa identificar-se personalment amb les matèries titllades de masculines. Tot i que no admeten la discriminació, es resisteixen a endinsar-se en tals disciplines.

Abans d'entrar en les qüestions plantejades, veiem necessari puntualitzar que el símil entre les disciplines científico-tècniques i el periodisme esportiu ha estat *validat* des de la distribució de la informació a les redaccions dels mitjans de Gallego (2002) en seccions toves (cultura, espectacles, societat...) i dures (economia, política, esports, tecnologia...). La primera d'elles compta amb un major nombre de dones entre les seves files, mentre que la segona està especialment destinada als homes.

Com dèiem, les creences d'autoeficàcia i la seva influència en l'elecció vocacional provoquen que optem per matèries en què ens sentim competents i rebutgem aquelles en què no percebem aquesta mateixa habilitat. La informació que interpretem i que té com a resultat una elecció o una altra prové de quatre recursos (Bandura, 1977, 1982, 1998):

- les experiències prèvies,
- el modelatge i l'aprenentatge vicari,
- la persuasió i el recolzament social,
- i l'estat d'*arousal*.

Segons Rodríguez Méndez, Peña Calvo i Inda Cxaro (2012), les experiències prèvies, el recurs amb una major influència en la formació de les creences d'autoeficàcia, són obtingudes pels estudiants a través de la interpretació de les accions desenvolupades durant les tasques d'aprenentatge. L'èxit en aquest procés augmenta la creença d'autoeficàcia. Observar altres persones realitzar aquestes tasques i posar-les en relació amb les competències personals també influeix en els estudiants (modelatge i aprenentatge vicari), com també ho fa l'exposició als judicis verbals i no verbals de la persuasió i el recolzament social. Finalment, la resposta psicofisiològica que provoca en una persona l'execució o contemplació d'una o altra activitat -l'estat d'*arousal*- és una altra de les fonts d'informació que interpretem a l'hora d'optar per les matèries que, a posteriori, haurem d'integrar en la nostra formació.

El marc teòric exposat fins aquest punt reforça la importància d'un dels quatre recursos definits per Bandura (1977, 1982, 1998) especialment: el de la persuasió i recolzament social. Tant homes com dones, a través de les seves eleccions acadèmiques, no estan exempts de missatges positius i negatius en funció dels patrons de conducta definits per a cada sexe, tal i com hem vist anteriorment.

Ara bé, com s'integra el gènere en aquestes creences d'autoeficàcia generades per un/a mateix/a?

En el primer estudi on s'analitzà la influència de les creences d'autoeficàcia per tal d'explicar les diferències de gènere en l'elecció dels estudis (Betz i Hackett, 1981), es conclou que nois i noies se senten competents en matèries diferents i concretes: ells, en enginyeries, matemàtiques, economia, etc.; elles, en magisteri, odontologia, psicologia o secretariat. A més, la relació entre les creences d'autoeficàcia per a ocupacions *pròpies* i per a les *del sexe aliè* és asimètrica en nois i noies; això és, que en les ocupacions “femenines” els nois tenen creences d'autoeficàcia més altes que les que tenen les dones en les ocupacions “masculines”. Aquesta deducció coincideix amb la dualitat també asimètrica en les qualitats associades a la masculinitat i a la feminitat i que hem exposat en paràgrafs anteriors, per la qual les dones s'atribueixen *trets definits com a masculins* amb una major disposició que no pas els homes ho fan amb *característiques tipificades com a femenines* (Bonilla i Martínez-Bencholl, 2000). Alhora, encaixa amb la també ja esmentada interiorització del rol masculí en les redaccions d'esports que assumeixen les periodistes (Hardin i Shain, 2006).

Precisament, Morejón Sabio (2010) resol a “Género, Autoeficacia y Proyección Profesional. La transición Universidad – Mundo Laboral” el salt entre l'elecció acadèmica i la visió prospectiva de la carrera laboral dels estudiants de diferents disciplines a les universitats del País Basc des de la perspectiva de gènere. D'aquest informe, editat per Emakunde, ens interessa la classificació que elabora l'autora per a descriure els diferents tipus d'estudiants en la seva projecció professional: “autoeficaços racionals”, “autoeficaços sentimentals”, “inconformistes”, “ineficaços” i “làbils”. Pel que fa a la seva representació en la mostra de l'estudi (Morejón Sabio, 2010), el perfil amb més potència és el de nois i noies “autoeficaços sentimentals” (54,19%), seguit de les persones “autoeficaços racionals”, que suposen el 18,16% del grup. En tercer lloc, els “ineficaços” que són el 10,89%, i en quart lloc, els i les

estudiants “làbils” (9,50%). Finalment, el 7,62% de la mostra poblacional són els “inconformistes”. En conjunt, l'estudi mostra una major autoeficàcia femenina i millors expedients acadèmics però autoconcepte més baix d'elles que no pas els nois. Val a dir, però, que la recerca és complexa i va més enllà de l'enunciat que hem destacat a mode de conclusió. Morejón Sabio (2010) teixeix un conjunt de variables que emprava com a instrument de mesura, que són: l'“autoeficàcia percebuda”, el “projecte professional”, l'“autoconcepte”, l'“estil cognitiu”, els “estereotips de sexe”, el “temperament” i els “atributs psicosocials”. Tots ells ens serveixen tant per a situar teòricament el concepte d'autoeficàcia com per a configurar la bateria de preguntes que farem a les estudiants que opten per el Periodisme Esportiu.

Així doncs, el projecte que presentem parteix de la base teòrica del sexisme en les dimensions descrites per a testar-lo en el periodisme esportiu a l'etapa universitària (futures professionals) i en edat adulta (mitjançant qui ha radiografiat la professió) i observar-ne la relació a través de les expectatives d'unes i de l'expertesa de les altres. Considerem interessant avaluar i vincular totes dues visions i, sobretot, fixar-nos en les estudiants, ja que s'ha detectat que els estudis sobre l'alumnat universitari en termes de gènere són (gairebé) inexistents.

3. DISSENY DE LA RECERCA

3.1. Objectiu general i objectius específics

Aquest estudi té com a **objectiu general** l'anàlisi de com s'integra la informació esportiva des de l'òptica de qui la coneix i l'ha analitzat (experts/es de l'àmbit) i de l'alumnat que cursa estudis de Periodisme a les universitats catalanes.

Aquest objectiu general es desglosa en **tres objectius específics** (OE) que hauran de permetre una triangulació de les dades obtingudes:

OE1. Identificar preferències acadèmiques i mesurar el grau de sexisme interioritzat de l'alumnat de Periodisme de les universitats catalanes.

OE2. Analitzar la percepció de les estudiants matriculades a l'assignatura de Periodisme Esportiu sobre la seva participació en la mateixa i sobre les expectatives en aquest àmbit professional

OE3. Conèixer les limitacions en el món laboral de les futures periodistes esportives a través de l'opinió d'experts.

3.2. Instruments de mesura i criteris de selecció de la mostra d'estudi segons l'objectiu específic

En el quadre següent es relaciona cadascú dels objectius específics amb els instruments d'obtenció de dades seleccionats i els criteris de selecció de la mostra, i seguidament s'explica en detall el procediment i la mostra final obtinguda per a cada objectiu.

OBJECTIU ESPECÍFIC	INSTRUMENT DE MESURA	DEFINICIÓ DE LA MOSTRA
OE1. Identificar preferències acadèmiques i mesurar el grau de sexisme interioritzat l'alumnat de Periodisme de les universitats catalanes.	Adaptació de l'Inventari de Sexisme Ambivalent en adolescents (De Lemus et al., 2008). <i>Veure Annex 1.</i>	Estudiants de periodisme en 2n curs de les set universitats catalanes. Mostra final: 77 respostes

OE2. Analitzar la percepció de les estudiants matriculades a l'assignatura de Periodisme Esportiu sobre la seva participació en la mateixa i sobre les expectatives en aquest àmbit professional.	Entrevistes individuals semiestructurades. <i>Veure Annex 2.</i>	Estudiants (dones) que estiguin cursant o hagin cursat l'assignatura de 'Periodisme Esportiu'. Mostra final: 20 entrevistes.
OE3. Conèixer les limitacions en el món laboral de les futures periodistes esportives a través de l'opinió d'experts.	Panel de persones expertes.	Mostra final: 11 persones expertes.

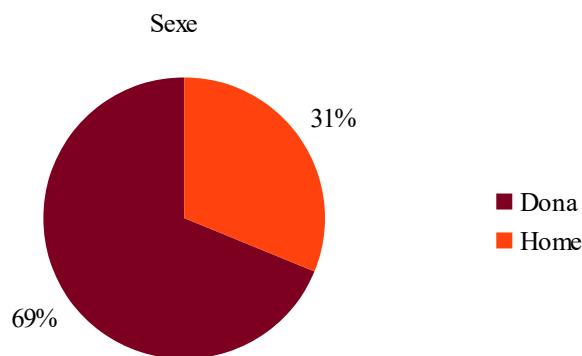
a) Inventari de sexisme ambivalent i mostra d'estudiants de Periodisme (OE1)

En primer lloc, i per tal d'analitzar la presència de sexisme en la justificació de la tria d'assignatures optatives; és a dir, **en quina mesura l'alumnat de Periodisme de les universitats catalanes incorpora el periodisme esportiu en les seves aspiracions acadèmiques i laborals en funció del seu sexe biològic** (OE1: Identificar preferències acadèmiques i mesurar el grau de sexisme interioritzat l'alumnat de Periodisme de les universitats catalanes), s'ha adaptat l'Escala de Sexisme Ambivalent (Glick i Fiske, 1996). Tot i que hi ha diverses versions validades, com la d'Expósito, Moya i Glick (1998) o la modernitzada de Cárdenas *et al.* (2010), finalment ens hem inspirat en la versió definitiva de l'Inventari de Sexisme Ambivalent en adolescents (De Lemus *et al.*, 2008). Els autors mesuren a través de l'elaboració i evaluació qualitativa dels ítems que conformen el qüestionari la validesa d'aquest en el col·lectiu adolescent; el llenguatge original -més arcaic- és adaptat a un llenguatge més proper per als joves, redactant de nou els enunciats i modificant algunes afirmacions que socialment són rebutjades en l'actualitat i que ja s'allunyen de les experiències viscudes pels adolescents. Cal remarcar que d'ençà de la publicació de l'Escala de Sexisme Ambivalent per part de Glick i Fiske el 1996 han passat dues dècades i, si bé encara no ens trobem en els paràmetres ideals d'igualtat de gènere, socialment es detecten certs avenços en aquests termes. Per la mateixa raó, hem revisat els 20 ítems proposats per De Lemus *et al.* (2008) -ja reduïts des dels 22 de Glick i Fiske (1998)- i n'hem suprimit un: “Les noies han d'ajudar més a les seves mares a casa que els nois”, estant així el nostre qüestionari format per 19 ítems. Aquest canvi no ha afectat la classificació definida dels ítems en sexisme hostil i benevolent (Glick i Fiske, 2008; Expósito, Moya i

Glick, 1998; De Lemus *et al.*, 2008). A banda d'incloure el qüestionari sobre sexisme, també s'ha demanat als i les alumnes que enumeressin tres assignatures optatives que voldrien cursar, i el perquè, i tres assignatures optatives que no voldrien cursar, i perquè. Tot i dificultar l'anàlisi posterior, s'ha considerat pertinent formular la pregunta en obert, en comptes de facilitar diferents opcions i matèries, per tal de no condicionar-ne la resposta.

Després de les revisions pertinents, el qüestionari adaptat (Annex 1) s'ha distribuït a l'alumnat de 2n curs de Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra, de la Universitat Autònoma de Barcelona, de la Universitat de Vic, de la Universitat Internacional de Catalunya, de la Universitat Abat Oliba – CEU, de la Universitat Ramon Llull – Blanquerna i de la Universitat Rovira i Virgili. La invitació a participar en la fase quantitativa de la recerca va fer-se en dos moments temporals: el primer va ser al mes de novembre del 2016, i el segon al febrer del 2017. Per a dur a terme aquest objectiu es va comptar amb la col·laboració desinteressada de professorat de cadascuna de les universitats mencionades que estigués impartint una assignatura obligatòria, que volgués presentar la recerca al seu alumnat, i que animés a la seva participació.

Finalment, la mostra d'estudi que s'ha pogut obtenir en aquesta fase de la investigació ha estat de 77 estudiants, 53 de les quals són noies (el 69%) i els 24 restants, nois (el 31%).

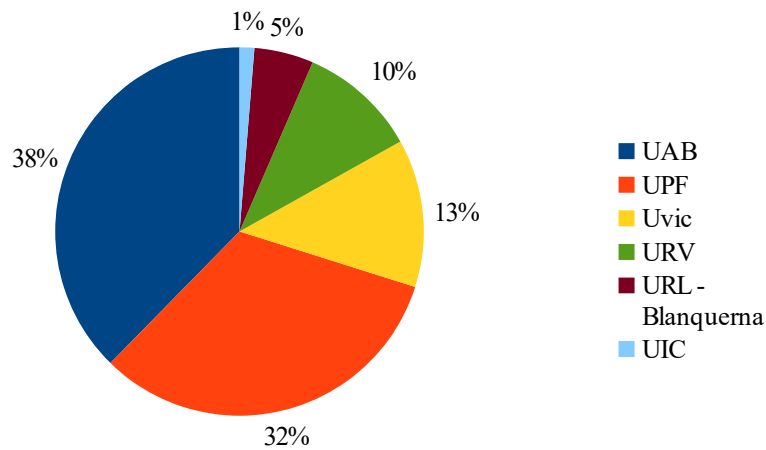


Gràfic 1. Sexe dels participants

Del total de participants, el 38% estudien Periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona i el 32% ho fan a la Universitat Pompeu Fabra. A certa distància, s'han obtingut respostes també de la Universitat de Vic (13% dels enquestats), de la Universitat Rovira i Virgili (10%),

i en menor mesura hi han participat alumnes de la Universitat Ramon Llull – Blanquerna (5%) i de la Universitat Internacional de Catalunya (1%). En canvi, des de la Universitat Abat Oliba – CEU no s'ha generat cap resposta.

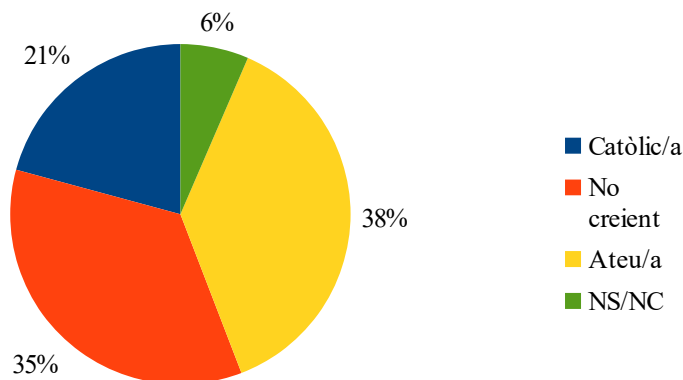
Universitat on l'enquestat/da cursa els estudis de Periodisme



Gràfic 2. Universitat on l'enquestat/da cursa els estudis de Periodisme

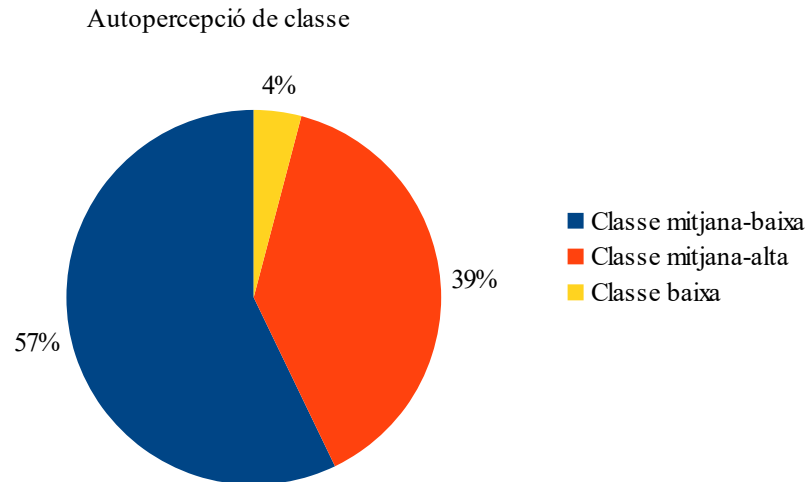
Pel que fa a les creences religioses dels enquestats, un 38% diu ser ateu/a i un 35%, no creient. Els catòlics/ques són un 21% i un 7% no es defineix.

Creences religioses



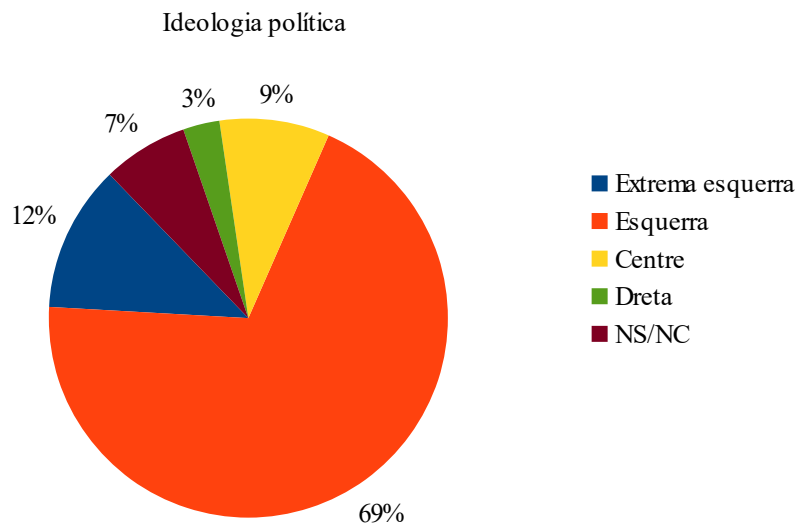
Gràfic 3. Creences religioses

Més de la meitat de l'alumnat (56%) es defineix com a classe mitjana-baixa, seguit dels que se situen en la classe mitjana-alta (el 38%). Tan sols un 4% s'autopercep com a classe baixa. En cap cas els participants es consideren de classe alta.



Gràfic 4. Autopercepció de classe

Quan se'ls ha demanat per la ideologia política, 7 de cada 10 alumnes diuen ser d'esquerra i un 12% simpatitzen amb l'extrema esquerra. Es consideren centristes el 9% dels enquestats i, de dreta, el 3%. Un 7% no es posiciona políticament.



Gràfic 5. Ideologia política

Pel que fa a l'edat mitjana dels enquestats, aquesta és de 20 anys, essent els 18 l'edat mínima i els 26 l'edat màxima, tot i que l'edat més freqüent entre els participants són els 19 anys.

b) Entrevista individual semiestructurada i mostra d'estudiants de l'assignatura de Periodisme Esportiu (OE2)

En segon lloc, per a l'**anàlisi de la percepció de les estudiants matriculades a l'assignatura de Periodisme Esportiu sobre la seva participació en la mateixa i sobre les expectatives en aquest àmbit professional** (OE2) s'ha optat per fer entrevistes individuals semiestructurades per a no perdre a les estudiants que van manifestar la seva voluntat de participar en la recerca però que no podien acomodar-se als horaris dels grup de discussió que es van planificar. S'ha considerat que la tècnica de les entrevistes semiestructurades individuals és òptima per a focalitzar la informació que buscàvem de les estudiants de Periodisme Esportiu. En aquesta etapa de la recerca també s'ha comptat amb la col·laboració i complicitat de professorat per apropar-nos a possibles entrevistades, i s'ha fet ús de les xarxes socials a mode de crida a la participació. Es va obtenir una resposta molt positiva a aquesta crida i prop d'una quarantena de noies es van interessar en col·laborar, a les quals se les va convidar a omplir un calendari amb la preferència de dies i hores per ser entrevistades. Aquesta segona fase de la investigació es va dur a terme durant els mesos d'abril i maig de 2017.

Finalment, la mostra d'estudi ha estat conformada per 20 noies, l'edat mitjana de les quals és de 24 anys. El requisit indispensable per a la participació va ser que haguessin estudiat, que estiguessin estudiant o que volguessin estudiar l'assignatura de Periodisme Esportiu. En són 10 que l'estaven cursant aquest darrer any acadèmic i 10 més que ja l'havien cursat prèviament (dues d'elles, a més, van fer un màster/postgrau en Periodisme Esportiu).

c) Panel de persones expertes (OE3)

Amb la intenció de traslladar la base teòrica que dibuixa el panorama de la professió i les percepcions de l'alumnat sobre el sexisme d'una banda i el periodisme esportiu per l'altra, es proposava una intervenció valorativa d'experts/es en les àrees implicades per tal de **determinar segons l'expertesa de qui coneix la professió periodística l'existència -o no-**

de frens i limitacions en l'imaginari laboral de futur de les estudiants interessades en la informació esportiva (OE3).

Per a la mostra d'estudi es va contactar amb onze investigadors/es i professorat del món acadèmic (comunicació, periodisme, informació esportiva, sociologia de l'esport, sexisme, psicologia social i educació) tant d'universitats catalanes com espanyoles, que van accedir a participar. Concretament (i per ordre alfabètic): Joana Gallego Ayala (Universitat Autònoma de Barcelona, UAB), Susana Guerrero Salazar (UAB), Virginia Luzón Fernández (UAB), M^a Isabel Menéndez Menéndez (Universidad de Burgos), José Vicente Peña (Universidad de Oviedo), Xavier Ramon Vegas (Universitat Pompeu Fabra), José Luis Rojas Torrijos (Universidad de Sevilla), Clara Sáinz de Baranda Andújar (Universidad Carlos III), Pedrona Serra (Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya, INEFC), Susanna Soler (INEFC) i Jaume Soriano (UAB).

Un cop aconseguit el seu compromís per a participar en el projecte, van rebre un document en el que es resumien els principals resultats obtinguts a l'OE1 i a l'OE2. Un cop llegit aquest resum se'ls hi demanava que en fessin les seves reflexions personals de manera oberta i no dirigida. Tothom va ser informat del sentit general de la recerca i no sabien quins eren els altres experts consultats.

4. RESULTATS

4.1. Preferències acadèmiques i grau de sexisme interioritzat (OE1)

Davant de la lliure elecció de tres assignatures optatives que sí que cursarien les alumnes (n = 53) de 2n de Periodisme de les universitats catalanes que han contestat l'enquesta, el 40% triaria Periodisme Cultural, seguit de Noves Tecnologies i Gestió d'Internet (38%), Fotoperiodisme/fotografia periodística (19%), Periodisme d'investigació (15%), Periodisme internacional -política, relacions internacionals, conflictes- (13%) i Pràctiques de televisió i/o ràdio (11%). Altres assignatures optatives com ara Periodisme digital, Periodisme audiovisual, Política, Periodisme Esportiu i Periodisme Feminista/Estudis de Gènere serien escollides per entre el 6% i el 9% de les estudiants. En cap cas s'han sentit atretes per Economia. Com a contrapunt als resultats obtinguts pel sexe femení, l'assignatura de Periodisme Esportiu és una preferència pel 50% dels nois (van respondre a l'enquesta 24 alumnes), seguida de Fotoperiodisme/fotografia periodística (38%), Periodisme d'investigació (21%), Periodisme internacional -política, relacions internacionals, conflictes- (21%), Periodisme audiovisual (21%) i Política (21%). En menor mesura, els estudiants de Periodisme optarien per Periodisme Cultural (17%), Pràctiques de televisió i ràdio (17%) o Economia (4%).

Quan se'ls ha preguntat per assignatures optatives que no triarien, 1 de cada 4 noies menciona Economia, seguit d'un 21% que diu que no escolliria Periodisme Esportiu i d'un 19% que no voldria cursar Política. En canvi, aquestes mateixes assignatures obtenen un percentatge baix (8%) entre els nois, els quals decartarien qualsevol assignatura sobre teoria del Periodisme i la Comunicació (17%).

Un cop descrits els resultats de la primera part de l'enquesta i aprofitant que es van demanar els motius de les preferències (tant per les assignatures que sí que voldrien cursar com les que no), s'han analitzat els comentaris que justifiquen les respostes de l'alumnat. Ens hem volgut centrar, però, en l'assignatura de Periodisme Esportiu: mentre que els nois destaquen la seva “afició” als esports i que aquests els “apassionen”, els viuen “d'una manera molt propera” i els interessa la interpretació que el Periodisme en pot fer, elles -que només en són dues (un 8%)- escullen l'assignatura per “la llibertat estilística” i perquè els agrada tot allò relacionat amb l'esport “tot i no ser el tipus de noia que busquen per aquesta feina a nivell d'estètica”.

Tanmateix hem volgut consultar els motius pels quals un 21% de noies no triaria el Periodisme Esportiu: tot i que la resposta general rau en la manca d'interès personal en el tema, també se'n remarca la utilitat laboral en un futur (“no es quelcom que m'ompli com per dedicar-hi la meva vida professional”, “no m'interessa com a periodista”) i la qualitat de la professió (“amb prou feines ho considero periodisme”).

Pel que fa a la segona part de l'enquesta, l'Escala de Sexisme Ambivalent (Glick & Fiske, 1996) adaptada, els resultats indiquen que les qüestions plantejades pels autors com a sexisme benevolent (ítems 11 a 19) generen més disparitat d'opinions entre nois i noies, veient-se augmentat lleugerament el grau d'acceptació de les afirmacions. En canvi, les qüestions fonamentades en una actitud sexista hostil (ítems 1 a 10) presenten un rebuig més elevat per part dels i les joves.

RESULTATS A LA SUBESCALA DE SEXISME HOSTIL
Pràcticament la totalitat de la mostra (el 96% de noies i el 100% de nois) troba rebutjable que els homes controlin amb qui es relacionen les seves parelles.
El 79% de les noies i el 75% dels nois rebutgen la frase on s'afirma que <i>els homes són superiors físicament a les dones</i> .
Gairebé un 40% dels nois creuen que les dones utilitzen el fet de “ser dones” per a que les tractin de manera especial (i el 25% de les noies de la mostra).
El 96% dels nois i el 87% de les noies estan en desacord amb que <i>amb l'excusa de la igualtat les dones pretenen tenir més poder que els homes</i> .
El 75% dels nois i el 74% de les noies estan en desacord amb que <i>quan les dones són vençudes pels homes en una competició, generalment, elles es queixen d'haver estat discriminades</i> .
El 79% de les noies i el 71% dels nois es mostren en desacord o total desacord amb la idea que <i>les dones exageren el seus problemes</i> .
El 83% dels nois i el 83% noies estan en desacord o total desacord amb la idea que <i>les dones són més hàbils en els temes de la llar i els homes en reparar coses</i> .

Altres dades interessants (tot i que minoritàries):

El 17% dels nois i el 9% de les noies consideren *que les dones saben com aconseguir el que volen dels homes*.

El 17% dels nois pensen que *les dones acostumen a interpretar comentaris innocents com a sexistes* (i el 6% de les noies).

Com a conclusió inicial a aquests resultats, la mostra d'estudi (tant d'homes com de dones) mostra un perfil baix de **sexisme hostil**. Tot i que es tracta d'una dada que orienta a l'optimisme cal no oblidar la possibilitat d'un biaix cap a la resposta 'políticament correcta'.

Ens fixem ara en les afirmacions que 'amaguen' actituds sexistes des de l'empata de la benevolència (paternalisme, complementarietat de gènere i/o intimitat heterosexual). Tal i com acabem d'assenyalar, així com les afirmacions de sexisme hostil provoquen una major rotunditat en les respostes i, en general, són àmpliament rebutjades, a continuació mostrem com el **sexisme benevolent** fa la seva funció d'incidir en l'argumentari social, fins i tot entre els més joves.

RESULTATS A LA SUBESCALA DE SEXISME BENEVOLENT

El 17% de nois considera que *els homes han d'acompanyar les dones fins a casa seva per a que no els passi res dolent* (davant d'un 4% de noies).

L'11% de noies i el 25% dels nois creu que *està bé que els homes protegeixin a les dones*. Tanmateix, 4 de cada 10 noies que han respost l'enquesta no es posiciona en aquesta qüestió (és a dir, 'ni d'acord ni en desacord').

Un 81% de noies i la meitat dels nois està en desacord amb que *els homes han de sacrificar coses que els agraden per agradar a la seva parella*.

El 33% dels nois estan convençuts (d'acord o totalment d'acord) amb que *les dones tenen una major sensibilitat cap als sentiments dels altres que els homes* davant d'un 19% de noies.

Un 38% de nois i un 11% de noies opina que *per als homes és important trobar una dona amb qui estar*.

8 de cada 10 enquestades i el 67% dels enquestats no creu que *tenir una parella és essencial per aconseguir la veritable felicitat en la vida*. Davant d'un 4% de noies que sí que hi estan d'acord o totalment d'acord, hi trobem un 29% de nois.

El 75% de noies i el 60% dels nois no estan d'acord amb que *els homes se senten incomplets si no tenen una dona al costat*

En termes generals, s'observa una major presència de sexisme benevolent en les seves tres versions (paternalista, complementari i heteronormativitat) tant entre els nois de la mostra com entre les noies.

4.2. Percepció de les estudiants matriculades a l'assignatura de Periodisme Esportiu sobre la seva participació en la mateixa i sobre les expectatives en aquest àmbit professional (OE2).

Amb l'objectiu d'analitzar la percepció de les estudiants matriculades a l'assignatura de Periodisme Esportiu sobre la seva participació en la mateixa i sobre les expectatives en aquest àmbit professional (OE2) es van dur a terme 20 entrevistes individual semiestructurades.

Més de la meitat de les entrevistades van **optar per cursar la carrera de Periodisme** amb la idea de dedicar-se precisament al periodisme esportiu en un futur. La gran majoria d'aquestes han tingut o tenen un fort vincle amb la pràctica esportiva (p.ex., com a aficionades, com a jugadores...). En tots els casos, es destaca la **vocació per sobre de la utilitat**. Quan se'ls demana per la utilitat o el futur laboral que els espera -o que esperen- no són gaire optimistes amb les oportunitats que els pot oferir la professió periodística; són conscients de la precarització i mercantilització de l'ofici.

Per les entrevistades, **exercir el periodisme va més enllà de -simplement- “informar”**: significa apropar la informació a les persones, “fer-la més accessible i transparent, investigar, obrir noves perspectives, tenir la capacitat de crear discurs i generar opinions”... En definitiva, es tracta d'un servei de mediació entre la informació i la societat. Tot i la responsabilitat de la figura del periodista, en cap cas s'accepta un mínim marge de manipulació. Pel que fa a les **característiques del / la (bon/a) periodista**, aquest/a ha de ser una persona curiosa, empàtica i amb moltes ganes de treballar, gens mandrosa. També ha de

ser capaç de superar decepcions i entrebancs en el procés d’aconseguir i treballar la informació. “Cal dur l’ofici posat les 24 hores del dia”.

Totes les entrevistades coincideixen amb que el nombre de noies a la carrera de Periodisme és superior al de nois, tant en la seva promoció com en altres cursos -si hi han tingut accés o contacte-, sent una percepció que es correspon a la realitat de la matriculació. Per altra banda, la majoria reconeix que aquesta proporció s’inverteix en l’assignatura de Periodisme esportiu: la cursen més nois que no pas noies.

L’assignatura de Periodisme esportiu, tant si ha estat cursada al llarg dels darrers anys com en l’actualitat, té un denominador comú: el futbol -masculí-. Si bé sovint les alumnes han tingut la opció de treballar altres esports (altrament dit minoritaris), pràcticament totes elles *es queixen* de la preponderància del futbol masculí i del Barça. Per alguns casos concrets, en que són especialistes o aficionades al motor, l’Espanyol, el patinatge o l’hoquei, entre d’altres exemples, és vist com una “falta de respecte” cap al divers món de l’esport i com una possibilitat perduda per la universitat de formar periodistes esportius *tot terrenys*.

Després de detectar una forta feminització de les carreres de Periodisme (tot i que no en l’esportiu, com acabem de veure), les entrevistades mostren disparitat d’opinions quan se’ls pregunta per la **proporció de dones i homes en la professió periodística**; és a dir, si en el pas de la universitat al món laboral aquesta proporció es manté. Per algunes, s’igualava; per d’altres, es manté però homes i dones es distribueixen en seccions molt concretes en funció del seu gènere; i per unes quantes més (la majoria) el nombre de dones disminueix en favor de la visibilització dels homes, sobretot en els càrrecs de decisió.

En general, **les entrevistades que han fet pràctiques o treballen en l’àmbit de la informació esportiva estan satisfetes amb l’ambient de treball i les tasques realitzades** (en diversos casos, se’ls ha donat l’oportunitat d’iniciar una secció i cobrir informacions d’esport femení o escriure com a expertes). Tot i així, es detecten certes actituds discriminatòries per motius de gènere o comentaris sexistes per part de companys: des de ser qüestionat el seu interès per l’esport més enllà del professional (ex: si s’hi dedicava perquè se sentia “atreïda per algun esportista”), passant per felicitacions per la feina feta carregades de masclisme (ex: “en saps tant com un home” o “per ser dona, sí que en saps”) fins a fer bromes sobre l’esport femení i les esportistes. Fins i tot en alguna ocasió concreta, en un àmbit molt

masculinitzat, han arribat a demanar fer-se fotografies amb una de les periodistes entrevistades per ser quelcom poc vist entre tants homes (periodistes, tècnics, esportistes...).

Pel que fa a l'ús de la premisa “**l'esport femení no ven / no interessa**” per tal de justificar la manca d'informació sobre esport femení i dones esportistes, les entrevistades opten per discursos diferents però comparteixen la conclusió final: que si no ven o no interessa és perquè **no se li dóna l'oportunitat de ser notícia**. Sobre el perquè, n'hi ha que ho atribueixen a la mentalitat del públic a qui es dirigeix la informació i a una necessària adaptació als gustos d'aquest (a qui no li interessa); d'altres, en canvi, consideren que sí que hi ha interès i reclamen per part de la societat però que són els mitjans que, concebuts com a empresa, no hi veuen el negoci (no ven). D'entre aquestes, la majoria són optimistes i creuen que “el canvi és possible”, amb un sol gest, “tan simple com apostar per això”. No obstant, un petit nombre d'entrevistades opina que, de la manera com funcionen els mitjans, no hi ha res a fer.

En termes de gènere i periodisme esportiu, introduïm a l'entrevista possibles **condicionants o frems en la producció de contingut informatiu**, i aleshores es genera un debat particular quan es pregunta a les entrevistades com actuarien si, essent redactores d'un mitjà -generalista o esportiu-, se'ls demanés l'elaboració de contingut amb to sexista (per exemple, per a satisfer a l'audiència). Si bé resulta un cas explícit, aquest ha servit per a fer tombar alguns dels arguments exposats en qüestions anteriors. Poc més de la meitat de les noies, tot i ser crítiques amb el tipus de periodisme que es fa i considerar-se feministes, faria allò que se li demanés. L'argument més escoltat gira al voltant de la resignació i l'acceptació, tant del sexisme com de la precarietat laboral. Algunes d'elles esmenten recursos que utilitzarien, com ara la *clàusula de consciència* o l'anonimat. D'altra banda, un menor nombre d'entrevistades -però també força elevat- creu que, arribat el cas, es rebel·laria contra la direcció del mitjà i es negaria a fer determinades peces informatives.

Quan se'ls planteja si un **major nombre de dones a les redaccions d'esports garantiria una informació menys sexista** les entrevistades no es posen d'acord. Si bé n'hi ha que estan segures que un major nombre de dones a les redaccions modificaria forçosament el tarannà de les publicacions esportives i erradicaria el sexisme en la informació, n'hi ha d'altres que consideren que a priori no canviaria res ja que les dones, com a periodistes i treballadores d'un mitjà, es deuen a la línia editorial d'aquest i a les indicacions dels seus/seves superiors.

Només si aquestes accedissin a llocs de decisió, podrien contagiar les redaccions d'igualtat en cas que estiguessin conscienciades, però tot i així, la publicació s'hauria de seguir amotllant al seu públic, audiència, lectors... majoritàriament homes.

En menor o major mesura, les entrevistades consideren que tenen un **entorn favorable al feminisme** i a la lluita contra el sexisme. En aquest cas, trobem dues fonts de conscienciació: individualment (pel seu compte, buscant informació, llegint o formant-se) o col·lectivament (a través del procés de socialització, “a l'entrar a la universitat i conèixer gent nova”, “descobrir i vincular-se a moviments socials”, etc.).

Pràcticament la totalitat de les entrevistades considera que **la lluita contra el sexisme és de tots, tant d'homes com de dones**. No obstant, també creuen que les dones són el col·lectiu que hauria d'encapçalar les reivindicacions. Algunes d'elles, però, són conscients que el sexisme està tan interioritzat en la societat que, fins i tot, hi ha dones que recolzen el discurs masclista.

Per últim, els **mitjans de comunicació** són vistos com un punt de referència i influència en la creació d'opinió. En aquest punt, gran part de les entrevistades no es limita a contestar sobre si el periodisme és pedagògic sinó que aprofita per reivindicar que si l'esport femení aparegués als mitjans, aquest es faria més visible de cara a la societat i, per tant, generaria més interès, sobretot per part de pares o mares, traslladant-lo als fills/es. Hi ha disparitat d'opinions entre qui té un rol més important de poder: si els mitjans sobre la societat o la societat sobre els mitjans.

4.3. Conèixer les limitacions en el món laboral de les futures periodistes esportives a través de l'opinió d'experts (OE3)

A la tercera i última etapa de la recerca s'ha comptat amb l'anàlisi crítica d'onze persones expertes que han donat la seva opinió als resultats obtinguts en les dues fases prèvies.

Proporció de dones i homes en la professió periodística

A diferència de les entrevistades, els experts estan d'acord amb que les dones incorporades a la professió periodística són minoria (al voltant del 40%). La majoria de les aportacions fan

un salt -necessari- cap a una radiografia qualitativa de la situació: es tracta d'una “infrarepresentació estructural vinculada a la divisió del treball”. Com a indicadors de segregació horitzontal, un dels experts adverteix que les dones “amplien la perifèria de la professió” i d'altre dels experts reconeix que a les redaccions existeixen “seccions més obertes a admetre dones”. Pel que fa a la jerarquització vertical, el sostre de vidre és encara inquebrantable, en general al Periodisme i també en concret al Periodisme esportiu: “podem trobar més dones amb responsabilitat en càrrecs *mitjos*, les quals treballen sota les ordres d'alts directius i saben com organitzar i gestionar les tasques de les redaccions, tot i que no hi ha un excés de dones amb aquesta consideració”. En cas que les dones assoleixin càrrecs de decisió, els rols que s'estableixen són “molt més exigents” amb elles que no pas amb els homes que aconsegueixen posicionar-se en alts nivells (ídem). La solució, però, no passa per “pensar que hi ha una conspiració, que els homes volen discriminar a propòsit, que no volen donar visibilitat a les dones”, sinó per “la formació futura inclogui una mirada a la realitat per a que [les alumnes] coneguin l'existència tant de la segregació horitzontal com del sostre de vidre que explica l'absència de dones en llocs de decisió. [...] El canvi no depèn de les alumnes”.

Experiències personals i/o professionals en informació esportiva en relació amb el gènere

Les actituds discriminatòries descrites per les entrevistades són reals, freqüents i adopten ‘formes més subtils i menys manifestes’. Aquest “menyspreu cap a la professionalitat de les dones periodistes” es fa sota una actitud de “paternalisme o condescendència”, per la qual “la veu femenina no té autoritat”. En la informació esportiva, les dones són vistes com un “element extern, fora del comú i fins i tot estrany”, unes “novingudes” a les redaccions. El contingut esportiu segueix sent entès com un producte masculí -fet per i per a homes- fruit d'una “herència cultural” en què es dona per fet que l'home en sap d'esports (sobretot, de futbol) mentre que la dona periodista que arriba a una redacció esportiva ha de tombar estereotips i demostrar que sap d'allò que informa”. D'acord amb aquesta afirmació, a les periodistes esportives “no se les jutja sota els mateixos paràmetres de motivació i de competència professional que els homes. A banda de l'*examen* a que són sotmeses, les periodistes esportives pateixen un altre tipus de discriminació encoberta en l'assignació de les tasques a realitzar: “algunes alumnes i professionals perceben que els homes pensen que, com a molt, [elles] valen per a parlar d'esport femení, perquè el masculí ha de ser tractat per homes, que són els qui hi entenen”. En la mateixa línia, sembla “significatiu que, per una

banda, siguin elles les que hagin de cobrir l'esport femení -fet que implica que segueix sent un *altre* diferencial que no interessi els homes-. [...] Per altra banda, els comentaris desqualificadors tenen relació amb un espai acostumat a funcionar amb codis i presències masculines en exclusiva” sense oblidar els mecanismes dels quals disposen les dones per manifestar el problema, els efectes que pot tenir sobre la seva feina o el recolzament rebut per part de l'empresa, institució, mitjà, etc.

“L'esport femení no ven / no interessa”

La majoria d'aportacions reconeixen que aquesta afirmació representa un cercle viciós (si no ven és perquè no apareix als mitjans), i són favorables a una major presència d'esport femení en el contingut informatiu, sempre i quan els mitjans de comunicació, “responsables de la manca d'interès” contribueixin amb la seva “funció d'educar en la diversitat”. Els experts/es desvien la justificació d'aquesta premisa per criteris periodístics cap a interessos comercials: “en cap cas serà *vendible* allò que no s'explora ni es mostra, ja que no es coneix allò que no es veu”. Fins i tot, s'apel·la a la necessitat d'un “canvi de les estructures socials per a que sigui interessant allò que no és rendible en un sistema capitalista”. També es mencionen recerques pertinents a la qüestió plantejada: per exemple, l' informe realitzat a petició de la CCMA sobre la retransmissió d'esports femenins als seus canals -pràcticament inexistents- a partir del qual es va establir un compromís per part de la Corporació per augmentar la presència de l'esport femení en la seva programació, una decisió fruit de “la voluntat de la direcció del mitjà de comunicació”. D'altra banda, també s'aporta llum a la problemàtica femenina denunciant els horaris assignats a les categories femenines, els quals també generen menys ingressos segons la lògica publicitària, “el problema és de qui dirigeix els mitjans, els llocs de responsabilitat perpetuen el missatge patriarcal” i posa com exemple el cas d'un diari local que ha incorporat informació esportiva diversa -més enllà del futbol- i ha augmentat considerablement les seves vendes els darrers tres anys. En aquest sentit, es destaca les publicacions El Correo -amb una cobertura regular i sostinguda sobre l'Athletic Club de Bilbao femení- o BBC Alba -el radiodifusor escocès que ha apostat inequívocament per l'esport femení al llarg de la seva trajectòria, i es planteja l'interrogant de si s'estaria a favor “d'establir quotes mínimes de pantalla (forquilla 60-40%) o altres mesures d'equitat per resoldre la situació i així *reeducar* l'audiència”.

Sobre condicionants o frens en la producció de contingut informatiu

Les aportacions en aquesta qüestió coincideixen al voltant d'una “colisió dels principis ètics amb la por de perdre el lloc de feina”. Bàsicament, no es pot demanar a les dones periodistes que siguin heroïnes ni posar sobre les seves espatlles la responsabilitat de canviar el discurs; la cultura professional està molt debilitada i la precarietat laboral de la professió periodística contribueix a la submissió i resignació dels treballadors/es. Hi ha una gran diferència entre “la opinió de l'alumnat mentre cursa els seus estudis de Periodisme, que pensa de forma utòpica que defensarà els seus valors ètics quan hagi de desenvolupar la seva feina, i la seva visió un cop treballen, ja que la majoria d'ells tracten de defensar un treball precari a tota costa”. Ara bé, tot i que cada cop en menys mesura, encara hi ha casos de dones que firmen informacions de tipus sexista. Per a evitar-ho, alguns experts/es proposen fer ús de la “clàusula de consciència”, tal i com ja va sortir a les entrevistes, implementar “accions de sensibilització i formació a les empreses periodístiques” així com “accions d'empoderament i estratègies de grup per a que quan arribin a les redaccions no estiguin soles davant d'aquests dilemes deontològics” (ídem). “Els joves estan més formats que mai per detectar estereotips, com es transmeten de forma textual i fotogràfica i quines conseqüències poden tenir entre l'audiència i les pròpies esportistes”. Per últim, es destaca l'aparició de “petits nous mitjans que no formen part de grups mediàtics i que tampoc depenen de la publicitat” com a forma de guanyar menys diners però més llibertat.

Un major nombre de dones a les redaccions d'esports garantiria una informació menys sexista?

Tot i que en primera instància les aportacions semblen molt dispars, els arguments de les diferents postures ens porten a un consens majoritari. Cal destacar que la resposta a aquesta qüestió no ha estat en cap cas plantejada de forma dicotòmica, ja que està plena de matisos. Principalment, s'han detectat dues corrents d'opinió: la dels qui són fermes en creure que un major nombre de dones no té perquè garantir canvis en les redaccions sinó que ha de ser una voluntat d'homes i dones, i la dels qui també ho veuen així però confien en què arribades elles a certs llocs de direcció i càrrecs de responsabilitat el canvi seria factible i evident. Pel primer *grup*, el pessimisme rau en l'abocament -equivoc o no- de la responsabilitat del canvi del discurs cap a les dones, “com si pel fet de ser dones tinguessin una sensibilitat diferent”, així com que “per ser dona no es canvia la realitat sexista -per a fer-ho cal ser feminista, i això pot ser-ho tant un home com una dona-”. D'altra banda, el segon *grup* posa èmfasi en el

trencament del sostre de vidre i la segregació vertical, fet que permetria les dones accedir a decisions editorials, introduir la perspectiva de gènere en la informació i diversificar l'agenda. En aquesta mateixa línia, “el que no calen són més dones periodistes per fer el mateix que fan els homes periodistes”. Aprofitant la discussió, un dels experts fa una reflexió general sobre l'educació masculista imposada generació tras generació i que cal “deconstruir” per “reconstruir-ne de noves”, més igualitàries.

Incidència dels mitjans de comunicació en la societat... i viceversa

Com en alguna altra qüestió plantejada, aquesta també és interpretada per part dels experts/es com una retroalimentació entre dos elements: els mitjans de comunicació i la societat. En la majoria d'aportacions, però, es fa prevaldre la influència dels mitjans sobre la societat i no pas al contrari. “Avui en dia, ja no podem pensar absolutament en clau de la teoria de l'agulla hipodèrmica, és a dir que els mitjans són els únics responsables de com pensem i actuen els ciutadans. Malgrat tot, els mitjans de comunicació juguen un paper fonamental en la configuració de l'agenda i la transmissió de les societats democràtiques”. No obstant, tot i reconèixer la incidència dels mitjans en la opinió pública, els experts/es també són conscients de la transformació del seu poder arran de l'aparició de noves formes de comunicació, com són Internet i les xarxes socials: “els mitjans segueixen sent agents importants del canvi social, si bé és cert que ja no tenen com abans l'exclusiva a l'hora de controlar allò del que es parla. Les noves plataformes digitals han creat noves àgores”. Introduint la variable gènere, ens diuen que “si els mitjans abordessin temes sobre dones -i concretament l'esport femení- la societat s'interessaria pel tema” i “no només contribuiria a incrementar la seva visibilitat social sinó que també ajudaria econòmicament a l'esport femení. No podem oblidar que gran part dels ingressos provenen de la cobertura mediàtica i la publicitat”. Es menciona com a exemple un dels comptes de Twitter amb més seguidors, el del Barça, des de la que recentment s'ha ignorat l'ascens a primera divisió de l'equip de bàsquet femení, que s'ha hagut d'anunciar des d'un compte alternatiu (també oficial del club però amb molts menys seguidors). Els mitjans, com a “altaveu” tenen una responsabilitat. Si bé els de titularitat privada escullen les directrius del seu negoci, els mitjans públics haurien de canviar el discurs (ídem). I una major visibilització de l'esport femení tindria com a conseqüència un major seguiment, interès i millora de la pràctica esportiva de nenes (així com les seves condicions: finançament, professionalització...), fet que es tradueix en una necessitat de “polítiques

públiques que recolzin, impulsin i estimulin l'aparició de l'esport femení als mitjans de comunicació” (ídem).

5. CONCLUSIONS

Segons els resultats de la part quantitativa, els nivells de sexisme hostil dels futurs periodistes és baix, tot i que cal estar alerta al possible biaix de respostes políticament correctes. Més important és, precisament, el fil conductor d'aquest estudi (el consentiment inconscient a una violència simbòlica a través de les noves formes de neosexisme avaluat a través del grau de sexisme benevolent interioritzat). En aquest sentit, els estudiants (nois i noies) que han participat a la primera fase (quantitativa) mostren uns nivells de sexisme benevolent sobre els que cal parar atenció i que ens fa recordar l'avís d'Amelia Valcárcel (2013) sobre els perills de caure en el miratge de la igualtat. Tot i que cal ser prudent a l'hora de generalitzar aquestes dades per les limitacions de la mostra obtinguda, resultats com els obtinguts reforcen la necessitat de fer una aposta clara per incloure la perspectiva de gènere a les Facultats de Periodisme de cara a, entre d'altres fruits, fer aflorar prejudicis dels quals el futur/a professional del periodisme no n'és conscient.

Pel que fa, més concretament, a la forma paternalista del sexisme benevolent, les entrevistes individuals mostren clarament que les noies el perceben clarament i saben identificar quan el pateixen malgrat la subtileza que caracteritza al neosexisme. Però també reconeixen la seva incapacitat per a saber revertir aquestes situacions quan apareixen en l'esfera professional. Hi ha certa idea general de què són viscudes com a elements anecdòtics (les *insiders/outsideers* de les que parlen Hardin i Shain, 2006), que el seu atractiu físic jugarà un paper important des de la mirada masculina i/o que els seus interessos pel periodisme esportiu són interpretats més des de l'estereotípic (serà perquè els hi agrada algun esportista) que no realment com a opció professional (les veus sense autoritat de les que en parlava un dels experts consultats). Davant d'aquesta situació, i quan l'estudiant és conscient de la mateixa, el to és de resignació i acceptació per no arriscar la feina (cal no oblidar la precarietat laboral en el sector), no possibilitant un canvi de la situació perquè són poques les que diuen que rebel·larien o aplicarien la clàusula de consciència. Ara bé, en aquest sentit, estem d'acord amb els experts consultats quan denuncien que no podem demanar ni esperar que siguin les afectades (estudiants o dones periodistes) les que carreguin amb la responsabilitat de denunciar i provocar el canvi estructural del sistema patriarcal de les redaccions en ser elles precisament l'esglaó més feble en la jerarquia de poder.

En el cas concret de l'assignatura de 'Periodisme Esportiu' hi ha una necessitat de “desmasculinitzar” tant els continguts acadèmics (recordem la queixa redundant per l'èmfasi abusi en el futbol masculí) com l'exercici professional, tal i com expressen les entrevistades. Això permetria superar l'estereotip que continua vigent i que “naturalitza” l'habilitat dels homes per exercir aquesta especialitat. En el cas de les dones passaria precisament el contrari: en ser excloses del periodisme esportiu pel discurs social dominant, segueix havent-hi noies que s'autoexclouen d'optar a aquesta especialitat (tal i com mostren les dades quantitatives del nostre estudi, i que podem relacionar amb la idea de pèrdua d'autoeficàcia en la mateixa línia de l'estudi de Rodríguez Méndez, Peña Calvo i Inda Cxaro, 2012). Es tractaria d'una autoexclusió que es basa en el manteniment personal d'una paradoxa: no s'admet cap tipus de discriminació per raons de gènere però no s'apunten als espais/professions tradicionalment masculins ("jo no puc però les dones sí"), paradoxa interna que funciona en realitat com a mecanisme de càstig i recompensa mantenint a cadascú en el seu lloc tradicional a la societat.

Les estudiants que sí opten per aquesta via professional són visibilitzades per la seva condició de dona (“per ser dona, sí que en saps”) i no pas per la seva capacitació professional (aquestes perennes ‘nouvingudes’ de les que parlava una de les expertes). Aquestes últimes semblen, en general, més conscients de com les qüestions relacionades amb el gènere poden afectar la seva tasca professional futura, mostrant, com dèiem, ambivalències sobre com encarar les possibles discriminacions per raons de gènere.

Resulta també interessant la dominància que té el futbol masculí en la docència de 'Periodisme Esportiu', de manera que l'ocasió que podria donar l'aula universitària per a donar visibilitat a l'esport en general i al femení en particular acaba resultant, almenys per ara, una ocasió perduda. Caldrà pensar en incentivar ‘discriminacions positives’ per a trencar aquesta hegemonia incorporant aquest debat a diferents agendes: l'esportiva (incentivant encara més la pràctica esportiva en noies), l'educativa (a la manera com algunes escoles ja s'han proposat de fer, per exemple, iniciant el debat sobre la possibilitat de limitar el joc del futbol als patis a alguns dies de la setmana per a donar l'ocasió a què es practiquin altres jocs) i els mitjans de comunicació (adoptant com a pràctica habitual la incorporació de notícies de l'esport femení més enllà de l'excusa mercantilista de què no es parla perquè no ven, tal i com també han denunciat els nostres experts).

Arribats a aquest punt i en el cas específic de les aules universitàries, es fa necessària la pregunta de què pot estar passant per a què els nostres resultats continuïn anant en la mateixa línia, malgrat els esforços que es fan per a revertir aquesta situació. Una resposta que apuntem és a què al món de la universitat continua no fent-se efectiva la Llei Orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva de dones i homes que estableix en l'article 25 que “en l'àmbit de l'educació superior, les Administracions públiques, en l'exercici de les seves competències, fomentaran l'ensenyament i la recerca sobre el significat i l'abast de la igualtat entre dones i homes. En particular, i amb aquesta finalitat, les Administracions públiques promouran: (i) La inclusió, en els plans d'estudi, de l'ensenyament en matèria d'igualtat entre dones i homes; (ii) La creació de postgraus específics; i (iii) La realització d'estudis i recerques especialitzades en la matèria i la incorporació dels aspectes de gènere en els estudis i estadístiques que es realitzin.”. En la mateixa línia es pronuncia la 17/2015, Llei catalana d'igualtat efectiva de dones i homes, de 21 de juliol que en el seu article 28.1. estableix la promoció i la inclusió de la perspectiva de gènere i dels estudis sobre la contribució de les dones al currículum de graus i postgraus de tots el àmbits de coneixement. Es tracta d'una llei que obliga a les universitats a incorporar assignatures o mòduls en graus i postgraus i a què les titulacions ho acreditin sense entrar en el debat (sempre obert) de si ha de ser en forma d'assignatures específiques o de manera transversal a les titulacions. De cara a garantir el compliment, a més, la Llei incorpora que la inclusió de la perspectiva de gènere apareixi vinculada als processos d'acreditació de graus i postgraus. Una dada que obra les portes a l'optimisme és que l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU) ha organitzat una comissió de persones expertes per abordar aquesta qüestió i elaborar indicadors o mesures de com fer-ho.

Tenint tot això en compte, “desmasculinitzar” les redaccions passa per trencar el sostre de vidre i aconseguir que més dones arribin a posicions on prendre decisions, però no per continuar reproduint el discurs de dominància masculina. El canvi no vindrà per un augment de la presència de més dones periodistes si aquestes porten a sobre prejudicis sexistes interioritzats dels que no són conscients. El que cal és comptar amb més professionals (homes i dones) formats en la responsabilitat social que significa incorporar la perspectiva de gènere a la seva tasca professional. I més enllà de l'assignatura de periodisme esportiu, dels estudis

universitaris i de l'escolarització en general, cal seguir treballant per a què els mitjans de comunicació no oblidin la seva capacitat per a la transformació social.

Pilar Medina-Bravo

Mònica Figueras-Maz

Eva Gómez-Colell

Barcelona, 17 de juliol de 2017.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Allport, G.W. (1954). *The Nature of Prejudice*. London: Addison–Wesley.

Altés, E. i Majó, S. (2012). *Representació i tractament de les dones i el gènere en la informació sobre economia*. [en línia]. Barcelona: Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/112940056/Informe-MMCC-i-Ec>

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioural change. *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.

Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37 (2), 122-147.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy. The exercise of control*. New York, Freeman and Company.

Batista–Foguet, J.M., Blanch, J.M. y Artés, M. (1994). Actitudes y calidad de vida. En M.A. Page (eds.), *Propuesta de un sistema de indicadores de igualdad entre géneros* (pp. 311–374). Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales–Instituto de la Mujer.

Betz, N. E. y Hackett, G. (1981). The relationship of career-related self-efficacy expectations to perceived career options in college women and men. *Journal of Counseling Psychology*, 28 (5), 399-410.

Bourdieu, P. (2006). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Bourdieu, P. (1999). *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Barcelona: Anagrama.

Bonilla, A., & Martínez–Belloch, A.P. (2000). Identidades, transformación de modelos sociales y su incidencia en el ámbito educativo. En J. Fernández (ed.), *Intervención en los ámbitos de la sexología y de la generología* (pp.135–176). Madrid: Pirámide.

Brandell, G. y Staberg, E.-M. (2008). Mathematics: a female, male or gender-neutral domain? A study of attitudes among students at secondary level. *Gender and Education*, 20 (5), 495-509.

De Lemus, S., Castillo, M., Moya, M., Padilla, J.L., y Ryan, E. (2008). Elaboración y validación del Inventario de Sexismo Ambivalente para Adolescentes. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 8(2), 537-562.

Durndell, A. & Thomson, K. (1997). Gender and computing: a decade of change? *Computers & Education*, 28 (1), 1-9.

Dryburgh, H. (2000) Underrepresentation of girls and women in computer science: classification of 1990s research. *Journal of Educational Computing Research*, 23 (2), 181-202.

Expósito, F., Moya, M. y Glick, P. (1998). Sexismo ambivalente: medición y correlatos, *Revista de Psicología Social*, 55, 893–905.

Fàbregues, S. i Paré, M. (2013). El grup de discussió i l'observació participant. En *Construcció d'instruments per a la investigació a les ciències socials i del comportament*. Barcelona: UOC.

Fagoaga, C.y Secanella, P. (1984). *Umbrals de presència de la dona en la premsa espanyola*. Madrid: Instituto de la Mujer.

Fernández, J.M. (2005). La noción de violencia simbólica en la obra de Pierre Bourdieu: una aproximación crítica. *Cuadernos de Trabajo Social*, 18, 7-31.

Forgasz, H.; Leder, G. & Kloosterman, P. (2004). New perspectives on the gender stereotyping of mathematics. *Mathematical Thinking and Learning*, 6 (4), 389-420.

Forgasz, H. & Mittelberg, D. (2007). Gendered beliefs about mathematics among Australian and Israeli grade 9 students. Consultado el 11 de julio de 2011. <http://www.aare.edu.au/07pap/for07212.pdf>

Gallego, J. i Del Río, O. (1993). *El sostre de vidre. Situació socio-professional de les dones periodistes*. Barcelona: Institut Català de la Dona.

Gallego, J. (2002). La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 28, 225-242.

Gallego, J. (2007). De reinas a ciudadanas (o la imposibilidad de dejar colgado el género en la puerta). En: Menéndez, M.I. (ed.), *Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género*. Madrid (11-34).

Gill, R. (2009). Beyond the ‘Sexualization of Culture’ Thesis: An Intersectional Analysis of ‘Sixpacks’, ‘Midriffs’ and ‘Hot Lesbians’ in Advertising”. *Sexualities*, 12 (2), 137-60.

Glick, P. & Fiske, S. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 491–512.

Glick, P. & Fiske, S. (1999). The Ambivalence toward Men Inventory: Differentiating hostile and benevolent beliefs about men, *Psychology of Women Quarterly*, 23, 519–536.

Glick, P., Fiske, S. T., Mladinic, A., Saiz, J. L., Abrams D., et al. (2000). Beyond Prejudice as Simple Antipathy: Hostile and Benevolent Sexism Across Cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 763-775.

Glick, P., Lameiras, M., Fiske, S. T., Masser, B., et al. (2004). Bad but Bold: Ambivalent Attitudes toward Men Predict Gender Inequality in 16 Nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(5), 713-728.

Glick, P., Larsen, S., Johnson, C. I. & Branstiter, H. (2005). Evaluations on sexy women in low and high-status jobs. *Psychology of Women Quarterly*, 4, 389-395.

Gómez-Berrocal, C., Cuadrado, I., Navas, M., Quiles, M.N., I. & Morera, M.D. (2011). Sexismo hostil y benevolente: dimensiones de comparación intergrupal, imagen de los subtipos de mujer y autoimagen del endogrupo. *Revista de Psicología Social: International Journal of Social Psychology*, 26(1), 45-62.

Gómez Colell, E. (2014). La producció de la informació esportiva en femení: limitacions i frens de les periodistes d’esports a la ràdio i televisió públiques catalanes [en línia]. Universitat Pompeu Fabra. [Fecha de consulta: 24 febrero 2016]. Disponible en: <http://repositori.upf.edu/handle/10230/22993>

Gómez-Colell, E. (2015). Adolescencia y deporte: ausencia de referentes femeninos en los medios para las adolescentes. *Apunts: Educación Física y Deportes*, 122, 81-87. Disponible en: <http://www.revista-apunts.com/es/hemeroteca?article=1714>.

- Hardin, M.I. & Shain, S. (2006). Feeling Much Smaller than You Know You Are: The Fragmented Professional Identity of Female Sports Journalists. *Critical Studies in Media Communication*, 23 (4), 322-338.
- Hardin, M. (2005). Stopped at the Gate: Women's Sports, «Reader Interest,» and Decision Making by Editors. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82 (1), 62-77.
- Johnson, R. D.; Stone, D. L. & Philipps, T. N. (2008). Relations among ethnicity, gender, beliefs, attitudes, and intention to pursue a career in information technology. *Journal of Applied Social Psychology*, 38 (4), 999-1022
- Keller, C. (2001). Effect of teachers' stereotyping on student's stereotyping of mathematics as a male domain. *Journal of Social Psychology*, 14 (2), 165-173.
- Krueger, R.A, & Casey, M.A. (2015). *Focus groups. A Practical Guide for Applied Research*. Sage Publications: New York.
- Lameiras Fernández, M. (2004). El sexismo y sus dos caras: De la hostilidad a la ambivalencia. *Anuario de Sexología*, 8, 91-102.
- Lameiras, M. y Rodríguez, Y. (2002). Evaluación del sexismo moderno en adolescentes. *Revista de Psicología Social: International Journal of Social Psychology*, 17(2), 119-127.
- Limor, Y. & Lavie, A. (2002). The Feminization of the Media: The Case of Israel. *XXIII Annual Conference of the International Association for the Mass Communication Research (IAMCR), Gender and Communication section*. Barcelona.
- Lipovetsky, G. (1999). *La tercera mujer*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4 (3), 255-264.
- Melin-Higgins, M. (2001). Coping with Journalism: Gendered Newsroom Culture. *Jornadas de discusión sobre la construcción de los estereotipos de género en los medios de comunicación*. Facultat de Ciències de la Comunicació, UAB.

Meelissen, M. & Drent, M. (2008). Gender differences in computer attitudes: does the school matter? *Computers in Human Behavior*, 24, 969-985.

Menéndez, M.I. (2007). Periodismo desde la perspectiva de género y la igualdad como criterio de calidad. *Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género*. Madrid: AMECO, Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación.

Morejón Sabio, R. (2010). Género, Autoeficacia y Proyección Profesional. La transición Universidad - Mundo Laboral. Emakunde, Instituto Vasco de la Mujer.

North, A. S. & Noyes, J. M. (2002). Gender differences on children's computer attitudes and cognitions. *Computers in Human Behavior*, 18, 135-150.

Palau, M. (2008). Les periodistes com a generadores d'una nova imatge de dona? *Dossiers feministes*, 11, 95-103.

Papastergiou, M. (2008). Are computer science and information technology still masculine fields? High school student's perceptions and career choices. *Computers & Education*, 51, 594-608.

Papí Gálvez, N. (2008). *El género entre bastidores. El caso de las periodistas de la Comunidad Valenciana*. Alicante: Universidad de Alicante.

Penalva, C. i Mateo, M.A. (2006). *Tècniques d'investigació qualitatives*. Alacant: Universitat d'Alacant. Secretariat de Promoció del Valencià.

Rasmussen, B. (1997) Girls and computer science: It's not me. I'm not interested in sitting behind a machine all day. En Grundy, A. F.; Köhler, D.; Oechtering, V. y Petersen, O. (eds.), *Women, work and computerization. Spinning a web from past to future*. Proceedings of the 6th International ifip-Conference. Berlín, Springer, 379-386.

Reinen, I. J. & Plomp, T. (1997). Information technology and gender equality: a contradiction in terminis. *Computers & Education*, 28 (2), 65-78.

Rodríguez Castro, Y., Faílde Garrido, J.M., Carrera Fernández, M.V., y Lameiras Fernández, M. (2010). Evaluación de las actitudes sexistas en estudiantes españoles/as de educación secundaria obligatoria. *Psychologia. Avances de la disciplina*, 4 (1), 11-24.

Rodríguez Méndez, M^a del C., Peña Calvo, J.V., y Inda Cxaro, M. (2012). Creencias de autoeficacia y elección femenina de estudios científico-tecnológicos: una revisión teórica de su relación. *Teoría de la Educación*, 24 (1), 81-104.

Rovetto, F. (2013). Estudios feministas y medios de comunicación: Avances teóricos y periodísticos en España y Argentina. *Revista F@ro*, 1 (16), 14-27.

Rovetto, F. (2013). Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico. *Global Media Journal México*, 10 (20), 54-73.

Rudman, L.A. & Glick, P. (2001). Prescriptive gender stereotypes and backlash toward agentic women, *Journal of Social Issues*, 57 (4), 743–762.

Sáinz De Baranda Andújar, C. (2014). Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 14 (1), 91-102.

Shashaani, L. & Khalili, A. (2001). Gender and computers: similarities and differences in Iranian college students' attitudes toward computers. *Computers & Education*, 37, 363-375.

Soriano, J., Cantón, M.J. i Díez, M. (2005). La pseudofeminización de la profesión periodística en España. *Zer*, 19, 35-52.

Tougas, F., Brown, R. Beaton, A.M. & Joly, S. (1995). Neosexism. Plus ça change, plus c'est pariel, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 842–849.

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.

Valcárcel, A. (2013). *Feminismo en el mundo global*. Valencia: Cátedra.

ANNEXOS

Annex 1. Adaptació de l'Inventari de Sexisme Ambivalent en adolescents (De Lemus et al., 2008) (OE1)

Benvolgut/da estudiant, Ens dirigim a tu per a conèixer diferents aspectes vinculats a la docència en Periodisme. Aquest estudi s'emmarca en un projecte finançat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, i coordinat per la Universitat Pompeu Fabra en col·laboració amb la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universitat de Vic, la Universitat Abat Oliba - CEU, la Universitat Internacional de Catalunya, la Universitat Rovira i Virgili, la Universitat de Lleida, la Universitat Ramon Llull i la Universitat de Girona. La teva valoració és fonamental per a millorar els estudis de Periodisme i la professió periodística. Les respostes són anònimes, i contestar el qüestionari no et portarà més de deu minuts. Per a qualsevol dubte i/o aclariment pots contactar amb la Pilar Medina o la Mònica Figueras (Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra).
1. Data de naixement 2. Sexe 3. Pensa en el context familiar del qual provens. A quina classe social diries que pertanyes? 4. Com et defineixes en matèria religiosa: catòlic/a, creient d'una altra religió, no creient o ateu/a? 5. En assumptes polítics i socials, on situaries les teves idees a la següent escala, independentment de que t'interessi o no la política?
6. Ara assenyala la Universitat on estudies Periodisme 7. Enumera TRES assignatures optatives que t'interessaria cursar de cara als propers cursos, i digues el PERQUÈ. Si no en saps el nom concret, escriu-ne la temàtica. 8. Ara enumera TRES assignatures optatives que NO voldries cursar de cara als propers cursos, i digues el PERQUÈ. Si no en saps el nom concret, escriu-ne la temàtica
9. A continuació trobaràs unes frases. Indica el grau en què estàs d'acord o en desacord amb cadascuna d'elles seguint la següent escala basada en l'estudi de Glick & Fiske (1996). Totalment en desacord - En desacord - Ni d'acord ni en desacord – D'acord - Totalment d'acord 1. Els homes són físicament superiors a les dones. 2. Els homes han de controlar amb qui es relacionen les seves parelles. 3. Les dones són més hàbils en els temes de la llar, i els homes en reparar coses. 4. Les dones saben com aconseguir el que volen dels homes. 5. De vegades, les dones utilitzen el fet de ser “dones” per a que les tractin de manera especial. 6. Quan les dones són vençudes pels homes en una competició, generalment, elles es queixen d'haver estat discriminades. 7. Les dones s'ofenen molt fàcilment. 8. Les dones acostumen a interpretar comentaris innocents com a sexistes. 9. Les dones acostumen a exagerar els seus problemes.

10. Amb l'excusa de la igualtat, les dones pretenen tenir més poder que els homes.
11. De nit està bé que els homes acompanyin les dones fins a casa seva per a que no els passi res dolent.
12. Està bé que els homes protegeixin les dones.
13. Els homes han de cuidar les dones.
14. En una relació, l'home ha d'estar disposat a sacrificar coses que li agraden per agradar a la seva parella.
15. En cas d'un accident, les dones han de ser rescatades abans que els homes.
16. Les dones tenen una major sensibilitat cap als sentiments dels altres que els homes.
17. Per als homes és important trobar una dona amb qui estar.
18. Tenir una parella és essencial per aconseguir la veritable felicitat en la vida.
19. Els homes se senten incomplets si no tenen una dona al costat.

Annex 2. Temes de les entrevistes individuals semiestructurades (OE2)

- ➔ Motius per estudiar periodisme
- ➔ Motius per estudiar periodisme esportiu
- ➔ Gènere, feminisme i sexisme a l'entorn vital
- ➔ “L'esport femení no ven / no interessa”
- ➔ Significat de l'exercici del periodisme
- ➔ Discriminació per gènere durant la carrera
- ➔ Discriminació per gènere durant la feina, pràctiques (món laboral) en periodisme esportiu
- ➔ Característiques que ha de tenir un bon periodista
- ➔ Referents femenins en l'esport i en el periodisme
- ➔ Pas de la universitat a àmbit laboral en proporció de nois/noies – homes/dones
- ➔ Característiques/consciència del professorat de la carrera/màster
- ➔ Perspectiva de gènere en el contingut acadèmic durant la carrera / màster
- ➔ Contingut informatiu del periodisme esportiu. Condicionants i frens
- ➔ Experiències personals en informació esportiva en relació amb el gènere
- ➔ Experiències personals en informació general o altres seccions en relació amb el gènere
- ➔ Incidència dels mitjans en la societat
- ➔ Limitacions en l'accés a determinades carreres per motius de gènere
- ➔ Presència de dones en redaccions d'esports garanteix menys discriminació?
- ➔ D'on ha de venir l'impuls per a erradicar el sexisme?
- ➔ Recolzament rebut en aportacions sobre gènere en la carrera / màster o feina
- ➔ Importància del futbol a l'assignatura de periodisme esportiu