



IKER
GAZTE
NAZIOARTEKO
IKERKETA EUSKARAZ

III. IKERGAZTE

NAZIOARTEKO IKERKETA EUSKARAZ

2019ko maiatzaren 27, 28 eta 29
Baiona, Euskal Herria

ANTOLATZAILEA:
Udako Euskal Unibertsitatea (UEU)

GIZARTE ZIENTZIAK ETA ZUZENBIDEA

**Nolako prentsa nahi dute
emakume kirolariek?**

*Judit Martínez Abajo, Maria Teresa
Vizcarra Morales, Gema Lasarte
Leonet, Ainhoa Gómez Pintado eta
Irati León Hernández*

56-60 or.
<https://dx.doi.org/10.26876/ikergazte.iii.02.07>



Nolako prentsa nahi dute emakume kirolariek?

Martínez Abajo, Judit; Vizcarra Morales, Maria Teresa; Lasarte Leonet, Gema;

Gómez Pintado, Ainhoa; León Hernández, Irati

Hezkidetza, genero eta kirola, genero eta bertsolaritza

juditmaab@hotmail.com

Laburpena

Emakumeen presentzia komunikabideetan eskasa eta desorekatua da. Ez agertzeak ikustezin bihurtzen ditu (López, 2011). Kirol informazioak gizonengan jartzen du arreta eta emakumeak bigarren mailakoak kontsideratzen ditu; gizonetikiko mendeko harremana betirakotuz eta Bourdieuren hitzetan (2000) indarkeria sinbolikoa litzatekeena gauzatuz. Elkarrizketa sakonen bidez 33 goi mailako emakume kirolari elkarrizketatu ditugu prentsaren inguruan hitz egiteko eta beraiek amestutako kirol mundu mediatikoa proposatzeko. Emaitzek emakume kirolarien ikustezintasuna azpimarratzen dute.

Hitz gakoak: Ikustezintasuna, prentsa, kirola eta emakumeak

Abstract

The presence of women in the media is limited and unbalanced. The non-presence makes them invisible, unknown, non-existent (López, 2001). Sports information centralizes its efforts on men reinforcing stereotypes and gender roles, which consider women as second-class citizens, perpetuating power relations to which Bourdieu (2000) calls symbolic violence. Through in-depth interviews, the work aims to give voice to 33 elite women athletes so that they can express their opinion about the actual sports press and express how they would like it to be. The results reveal the invisibilization of the athletes in the media.

Keywords: invisibility, press, sport, women.

1. Sarrera eta motibazioa

Emakume kirolarien identitatea nola eraikitzen den aztertzen duen doktorego tesi batean hartzen du oin komunikazio honek. Doktorego tesian eragile ezberdinen parte hartzea analizatzen da: Ingurua (familia, adiskideak, entrenatzaileak...), hezkuntza; kirol erakundeak eta komunikabideak. Lerro horiek azterturik ondorio ezberdinak atera dira eta lan honetan komunikabideen inguruko protagonisten iritziak jaso ditugu.

2. Arloko egoera eta ikerketaren helburuak

2.1. Komunikabideen indarkeria

Ikerketa ezberdinek emakumeek ez dutela tratamendu bera komunikabideetan azpimarratzen dute (Alfaro et al. 2011; Angulo 2007; Irazusta, Etxebarria, Azurmendi, Garai eta Egibar 2010; Eusko Jaularitza Aspic 2013; Robles 2011; Sainz de Baranda 2013). Gaiari dagokionez, aurrerapenak antzematen badira ere, oraindik ez dira espero zitezkeen bezain onak. Emakume kirolariak ikusezinak dira, agertzen diren gutxiak informazio edo zutabe laburretan agertzen dira (Bach, Altés, Gallego, Plujà eta Puig, 2000).

Komunikabideek emakumeen agerkerei emaniko trataerak indarkeria mota berria sortu dute, indarkeria mediatikoa deiturikoa, hain zuzen. Indarkeria mediatikoa indarkeria sinbolikoa islatzeko era bat da. Kontzeptu hau Argentinako legedian agertzen da, 26485 Argentinako Emakumeentzako Babeserako Legean, hain zuzen ere (Ley 26485, 2009, art.4).

Komunikabideek indarkeria sustatzen dute honako aspektu hauetan laguntzen (Vizcarra, Rekalde eta Makazaga, 2009: 58): Sexuaren arabera trebetasun ezberdinak daudela indartzen; eta emakumeei zaintzaren etika ezartzen. Oldarkortasun jarrera onartzen da medioetan mutilak direnean baina ez, ordea, neskak direnean. Eta oso hedatua dago medioen artean emakumea ez dela lehiakorra, aisialdian eta osasunean oinarritzen den jardura fisikoa egiten duela esanez (Flintoff eta Fitzgerald, 2012; Scraton eta Flintoff, 2013; Scraton, Fasting, Pfister, eta Buñuel,

1999). Aurreiritzi horiek direla medio gizonezkoekin komunikabideak ez dira horren gogorrek izaten eta berrietan trebezia falta gehiago barkatzen zaio gizonari emakumeari baino (Vizcarra eta Garai, 2014).

2.2. Ikerketaren helburuak

Lehenik, ikerketa honen helbururik behinena emakume kirolariei hitza ematea izan da.

Bigarrenik, emakumeen irudi desitxuratuaren zabalkuntzan komunikabideek betetzen duten funtzioan soa jarritz; emakume kirolariek informazio mediatikoa nola irakurtzen duten eta, batez ere, nolakoa izatea nahiko luketen jakin nahi izan da.

3. Ikerketaren muina

3.1. Metodoa

Datuak Euskadin eta Nafarroan jaso dira, 19 elkarrizketa egin dira emakume kirolarien artean eta 3 focus group goi mailako emakume kirolariekin. Guztira 33 emakume kirolarik parte hartu dute. Hauek izenpetzeko kodea: urteaz, hilabeteaz eta egunaz eta bukaeran elkarrizketatuari E letrari zoriz jarri zaion zenbakia erantsiaz osatu da, hots, (160331_E13)

Elkarrizketa sakonen bidez elkarrizketatu eta elkarrizketatzailearen artean elkarrekintza sortu nahi izan da (Kvale, 2011). Ikerketa kualitatiboetan elkarrizketa ezagutza lortzeko leku naturala da. Horrela, elkarrizketaren bidez eguneroko bizitzaren ñabardurak ulertzen saiatu gara. Emakume kirolarien ikuspuntua medio, ikusi dugu komunikabideek eskaintzen duten emakume kirolarien irudia nola irakurtzen duten eta nolako trataera amesten duten.

Elkarrizketa sakonez gain, 3 focus group gauzatu dira, horietan elkarrizketetan erantzun ez dutena berreskuratzeko, edo ikuspuntu ezberdinetatik bizitako pasadizo berdinak kontrastatzeko parte hartzaileen interakzioak sortu dira.

Bildutako informazioaren analisisa egiteko Nvivo 11 Plus programa digitalez baliatu gara. Hartutako informazioa kodifikatu eta kategorizatu da, kategoria ezberdinen artean harreman hierarkiakoak antolatu dira. Jasotako informazioa dimentsioetan eta kategorietan banatu da, eta horietako bakoitzean hainbat testigantza edo pasarteak sartu dira, modu honetan, Nvivo softwarrak ematen digu portzentaje bat, bildutako testigantza guztien artean zenbatetan agertzen den testigantza bat kategoria batetan. Ikerketa kualitatiboaren ikuspuntutik testigantzen maiztasuna ez da ikerketak duen ekarpen garrantzitsuena baina bestelako informazio bat ematen du ere, batez ere, kasu honetan bezala espazio handia ez dagoela ikerketan gertatutako guztia azaltzeko. Hala ere, ikerketaren kezka nagusia izan da emakume-kirolarien egoera ulertzea.

Analizatutako testuetatik atera diren testigantzak askotarikoak izan dira dimentsio honetan kategoria horietako batzuk honako hauek dira: emakumeen kirola ikustaraztea; lorpenen araberakoa; berriak ematea benetan kirolean oinarriturik eta ez ematea informazio sexista.

3.2. Emaitzak

Elkarrizketatutako emakume kirolariek argi daukate nolako kirol prentsa nahi duten, eta hala ezaugarri batzuk aipatzen dituzte. Emakume horien artean %32.8k kirol informazioa askotarikoa izatea nahi du, hori da, kirolariei gustatuko litzaieke informatiboetan bestelako kirolak agertzea eta ez betikoak (futbola bereziki, eta ondoren tennisa). Hala, %32.6en kezka nagusia da emakumeen kirolak ikustaraztea nahiko luketela. Bakar batzuk aipatzen dute (%12k) lorpenen araberako prentsarekin amesten du, hori da, norbaitek lortzen badu munduko txapelketa bat irabaztea, berak irekitzea berrien atala, eta ez Ronaldoren ile-orrakzeraren aldaketa edo nola ailegatzten diren beraien kotxeetan entrenamendura. Kirolari horietako batzuk islatzen dute beste kezka bat (%12.75k) nahi du kirol informazioak soilik kirolaren inguruko informazioa ematea, eta ez kirolarien bizitzaren ingurukoa..., askotan emakumeei galdetzen diete mutilei galdetzen

ez dizkieten gauzak eta eremu pribatuarekin lotuta gainera. Gizonen kasuan hori ez da inoiz gertatzen. Emakumeen %1.34k espresuki aipatzen du sexismoa ekiditea nahi duela galdetu ez bagenien ere, eta bukatzeko, emakumeen %1.34k espero du prentsaren aldetik jokabide didaktikoagoa, prentsa eredu positiboaren isla izatea espero du, eta hori horrela, baloreak transmititzea, kirol ezberdinen informazioa eta zabalkuntza egitea, kirol ezezagunen ezaugarriak azaltzea adibidez espero dute. “Eman ditzaten diziplina, sakrifizioa..., hori ere ikustaraztea” (160331_E13). Orain arte, paragrafo honetan agertu diren ideiak hurrengo paragrafoetan hedatuko ditugu informazio kualitatiboarekin.

Kirol informazioa anitzagoa izatea

Emakume kirolariek prentsan informazio anitza eskaintzea eta txapelketa garrantzitsuekin emankizunak hasia nahi dute.

“Betiko historia delako. Noiz izango du norbaitek balorea kirol berriak futbola ez den beste kirol batekin irekitzeko? Zerbait aldatzeagatik” (160509_E10).

Futbol gutxiago ikusi nahi dute.

“Zabaltzea kirolen atala eta agian zerbait futboletik kentzearekin, ez litzateke ezer gertatuko eta beste mota bateko berriak ematen saiatu, seguru jende askoren interesekoak izango liratekeela” (160324_E5).

Edo norgehiagoka ezberdinen informazioa jasotzea, eta ez bakarrik ohikoak diren kirolenak.

“Kirol ezberdinen jarraipen egingo nuke, informazio erreza eman, futbolarena nahi gabe sartzen da. Halterofilia txapelketa bat badago, edo gimnastikarena edo...” (160324_E5).

Emakumeen kirola ikustaraztea

Emakume kirolari ezberdinen inguruko informazioa eskuratzea nahi dute, beraien arrakastak prentsan gehiago agertu beharko lirateke.

“Gehiago jartzea nahiko nuke, emakumeen berri gehiago jartzea nahiko nuke. Mireiak egin duenean lortu zuena, komunikabideetan gehiago agertu beharko zen” (160404_E16).

Gizon eta emakumeen arteko ezberdintasunak leuntzea, informazioa orekatua izatea. Emakumeak ez dira konformatzen egunkariko zati batean agertzearekin, berdintasuna aldarrikatzen dute, berrien %50a izatea.

“Nik uste dut gizonen duten parte hartze berdina, erdia eta erdia. Eta ez bakarrik bi lerrotan agertzea emakumeena eta beste guztia gizonena izatea” (160319_E19).

Emakumeek ere kirol informazioak ireki ditzakete, beraiek ere protagonista izan daitezke.

“Gutxienez emakume kirolarien informazioak ematea, baita ere lehenengoak izatea, gizonenak ez dute beti lehenengoak izan behar” (160323_E19).

Lorpenaren araberakoa

Emakumeek euren lanaren aitortza bilatzen dute, beraiek ere arrakastatsuak direlako eta horregatik beraien presentzia komunikabideetan justifikatzen dute.

“Emaitza guztiak bilatuko nituzke, zeintzuk diren garrantzitsuenak eta Kirolak emaitzen baitan osatuko nituzke” (160501_E17).

Benetan kirolaren oinarriturik eta ez sexista

Askotan kirol informazioetan kirolarekin zer ikusirik ez duten berriak agertzen dira, horiek ere lekua kentzen diete emakume kirolarien lorpenei. Sasi-informazio horiek desagertzearen alde daude.

“Kiroletan gehiago zentratzeko, benetan garrantzi gehiago emateko kirolari, eta ez kirolarekin zerikusirik ez duten gauzei” (160404_E16).

Beraiek amets egiten dute kirol errealitate ezberdin batekin, non benetan inportantea dena kirola den eta ez emakumeen janzkera, gorputza edo bizitza pribatua.

4. Ondorioak

Gaur egun komunikabideetan eskaintzen den kirola, Frideres-ek eta Palao-k (2006) egindako ikerketaren arabera, %33 kasutan futbola dela esaten dute, elkarrizketatutakoen artean %32.62k behin baino gehiagotan esan du komunikabideetan futbol gutxiago nahi dutela, kirolarien pertzepzioen arabera kirol informazioetan aniztasun handiagoa beharrezkotzat jotzen da.

Komunikabideetan generoen arteko desoreka nabarmena da (Aspic, 2013). Horrekin bat datoz ikerketa honetako partaideek eta elkarrizketetan testigantzen %39.6tan emakumeen kirolaren bisibilizazioa handiagoa izatea nahiko lukete.

Zaila izan arren, beharrezkoa da komunikabideen inplikazioa indarkeria mediatikoa ekiditeko (López, 2002), eta ideia honekin bat egiten dute gure kirolariek prentsa pedagogia egin behar duela esaten dutenean. Ezinbestekoa da kirolak ematen dituen aukerak aprobetxatzea formakuntza iturri bezala. Informazio gizartean, komunikabideek pentsamendua manipulatzeko dute, ideiak sortzen eta kontrolatzen dituztelako (Herranz, 2006) eta kirolarien ustez, prentsa sexista da, eta estereotipoetan oinarrituta bestelako autoreek dioten bezala (Flintoff eta Fitzgerald, 2012; Scraton eta Flintoff, 2013; Scraton, Fasting, Pfister, eta Buñuel, 1999, Vizcarra eta Garai, 2014). Prentsa eragile sozializatzailea da eta horregatik hain zuzen, sekulako garrantzia dute komunikabideek emakume kirolariekiko eskaintzen dituen irudietan, izan ere, horien baitan sortuko baitira etorkizuneko emakume kirolariak.

5. Etorkizunerako planteatzen den norabidea

Datuak analizatu eta ondorioak atera ondoren erronkatzat zabalkundea dugu. Helburu hori buruan: alde batetik, komunikabideetan dibulгатzen ari gara eta bestetik, inpaktu akademikoaren bila artikuluko zientifikoak idatzi dira eta kongresuetan nahiz hitzaldietan parte hartzen ari gara. Horiez gain, hainbat publikazio eta erakunde medio inpaktu soziala lortu nahi da, Lehenengoa eta dagoeneko burutua Vital Fundazioaren bidez egindako proiektua da: “Emakumeen presentzia prentsan eskolarako eredu bezala. Zer pentsatzen dute? Praktika onen gida”.

6. Erreferentziak

Alfaro, E. et al. (2011). *Deporte y mujeres en los Medios de Comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. Madril: CSD.

Angulo, M. (2007). *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*. Madril: Hezkuntza eta Zientzia Ministeritza.

Aspic Asesoría. (2013). *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva*. Vitoria-Gasteiz: Eusko Jaurlaritza.

- Bach, M; Altés, E; Gallego, J; Plujà, M eta Puig, M. (2000). El sexo de la noticia: Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo. Bartzelona: Icaria.
- Barbour, R. (2013). *Los grupos de discusión en Investigación Cualitativa*. Madril: Morata.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Bartzelona: Anagrama.
- Flintoff, A., & Fitzgerald, H. (2012). Theorizing difference and in (equality) in physical education, youth sport and health. In F. Dowling, H. Fitzgerald, & A. Flintoff (Eds.), *Equity and difference in physical education, youth sport and health: A narrative approach* (pp. 11–36). London: Routledge.
- Frideres, J; Palao, J.M. (2006). Análisis de las noticias deportivas de dos periódicos digitales de España y Estados Unidos: ¿Promoción de la actividad física y el deporte? *Educación física y deportes*.85, (7-14 or.)
- Herranz, Y. (2006). *Igualdad bajo sospecha. El poder transformador de la educación*. Madril: Narcea.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en Investigación Cualitativa*. Madril: Morata.
- Legea. 2009/04/01eko 26.485 legea. Ley de protección integral a las mujeres para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. Buenos Aires (Argentina): Argentinako Diputatuen Ganbara eta Senatua.
- López, P. (2002). La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. Mujer, Violencia y Medios de Comunicación. Dossier de prensa. (21-34 or.) Berreskuratua: http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/Dossier_MUJER_Y_VIOLENCIA.pdf
- López, P. (2011). Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones. Goi Mailako Kirol Kontseilua.
- Sainz de Baranda, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. Doktorego tesia. Madril: Universidad Carlos III de Madrid.
- Scruton, S., Fasting, K., Pfister, G., eta Buñuel, A. (1999). It's still a man's game? The Experiences of Top-Level European Women Footballers. *International review for the sociology of sport*, 34(2), 99-111.
- Scruton, S., & Flintoff, A. (2013). Gender, feminist theory, and sport. In D. L. Andrews & B. Carrington (Eds.), *A companion to sport* (pp. 96–111). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Vizcarra, M.T., Rekalde, I. eta Makzaga, A. (2009). *Eskolako kirol lehiaketan neskek dituzten baloreak eta beharrak*. Bilbo: UPV/EHU eta emakunde.
- Vizcarra, M. T. eta Garai, B. (2014). Zerbait aurreratu da gorputz-hezkuntzan eta kirolean genero ikuspegitik? *Jakingarriak*, 74, 46-56