



POWER

WOMEN ATHLETES IN SPORTS MEDIA

Lliurable D3.1 – Resultat 2 del projecte POWER Estratègia i Directrius per la Representació Justa de les Dones Esportistes als Mitjans de Comunicació Esportius

Març de 2026

ERASMUS-SPORT-2023-SCP

Conveni de subvenció núm. 101185115



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



CONTINGUTS

	1	Continguts
	2	Benvinguda
	3	Resum Executiu
I	4	I. INTRODUCCIÓ I CONNTEXT DEL PROJECTE POWER
	4	Plantejament del Problema: Biaix de Gènere als mitjans esportius
	5	Justificació de l'Estratègia i les Directrius
	6	Principals Aprenentatges i Bretxes Identificades
II	7	II. ESTRATÈGIA POWER
	7	1. Visió Estratègica Missió de l'Estratègia POWER
	8	2. Objectiu General
	9	3. Missatges Estratègics Clau - Kit de missatges per uns Mitjans Esportius Inclusius
	10	4. Pla d'Acció Estratègic
	11	5. Enfocament de Seguiment i Avaluació
III	22	III. DIRECTRIUS POWER
	23	Contextos nacionals i recomanacions adaptades Espanya
IV	26	IV. ANNEXOS
	27	Annex 1: Principals bretxes identificades derivades dels resultats de la recerca POWER (WP2)
	28	Annex 2: Principis i valors fonamentals del document
	29	Annex 3: Mapatge de les directrius utilitzades
	30	Annex 4: Bibliografia i referències



BENVINGUDA

L'esport té el poder d'inspirar, d'unir i de modelar la manera com les societats entenen el lideratge, la resiliència i l'excel·lència. Tanmateix, arreu d'Europa, la representació de les dones esportistes als mitjans de comunicació esportius continua sent desigual, intermitent i, sovint, limitada en abast. Tot i que en els darrers anys s'han aconseguit avenços, les dones en l'esport continuen enfrontant-se a una infrarepresentació estructural, a una menor visibilitat fora dels grans esdeveniments i a narratives que no reflecteixen plenament la profunditat dels seus assoliments, el seu lideratge i el seu impacte social.

La representació mediàtica no és un acte neutral. Modela la percepció pública, influeix en el patrocini i la inversió, i determina quins referents queden a la vista de les generacions futures. Quan les dones esportistes són retratades principalment a través d'èxits aïllats, narratives estereotipades o una cobertura marginal, la seva contribució a l'esport i a la societat es veu disminuïda. Assolir la igualtat en l'esport requereix no només oportunitats de participació i rendiment, sinó també una visibilitat justa, contínua i respectuosa.

El **projecte POWER** es va crear com a resposta a aquesta realitat. La recerca duta a terme en diversos països europeus va identificar mancances persistents en la freqüència de la cobertura, la diversitat d'enfocaments, la representació visual i la prioritització editorial. El repte no consisteix únicament a evitar estereotips, sinó a abordar patrons estructurals que limiten la visibilitat i la diversitat narrativa.

L'Estratègia i Directrius POWER per a la representació justa de les dones esportistes als mitjans de comunicació esportius representen un compromís col·lectiu amb el canvi. Aquest document ofereix orientacions pràctiques i basades en l'evidència per a professionals dels mitjans, organitzacions esportives i responsables polítics. Proposa accions concretes per garantir visibilitat durant tot l'any, una narrativa diversificada, agendes esportives equilibrades, estàndards visuals responsables i rendició de comptes institucional.

Com a líders en l'esport, reconeixem que la visibilitat és una forma de poder. En reforçar la manera com es representa l'esport femení, contribuïm a una cultura esportiva més inclusiva, fomentem la igualtat d'oportunitats i inspirem la pròxima generació de nenes i joves perquè es vegin reflectides en les històries d'excel·lència que l'esport pot oferir. Convidem professionals dels mitjans, institucions i parts interessades d'arreu d'Europa a adoptar aquestes directrius i a unir-se a nosaltres per construir un relat esportiu just, representatiu i a l'altura de les atletes que celebra.



Leila Marques

*Vicepresidenta del Comitè
Paralímpic Internacional*

RESUM EXECUTIU

Context i finalitat

En aquest context, **POWER – The Portrayal of Women Athletes in Sports Media** es va desenvolupar com un projecte finançat pel programa Erasmus+ Sport Programme. **El POWER – The Portrayal of Women Athletes in Sports Media** promou una representació justa, no esbiaixada i no estereotipada de les dones als mitjans de comunicació. Mitjançant la recerca, la formació i la sensibilització, POWER aspira a fomentar un panorama mediàtic esportiu més inclusiu i equitatiu en termes de gènere arreu d’Europa. El projecte també desenvolupa eines pràctiques: materials formatius, directrius nacionals i recursos de comunicació per ajudar els i les professionals dels mitjans i de l’esport a identificar i qüestionar el biaix de gènere en la seva feina diària.

El projecte està coordinat per la **Athens Network of Collaborating Experts (ANCE, Grècia)** en associació amb organitzacions de **Portugal – Sport Evolution Alliance (SEA)**, **Espanya – Unió de Federacions Esportives de Catalunya (UFEC)**, **Itàlia – Istituto Italiano dei Media (ISIDEM)**, **Hongria – Budapest Association for International Sports (BAIS)**, i **Bulgària – Association Mundus Bulgaria (AMB)**. Amb aquest document, el projecte pretén desenvolupar una estratègia europea compartida i unes directrius pràctiques basades en una recerca exhaustiva que analitza com es representen les dones esportistes als mitjans de comunicació esportius en diferents contextos nacionals.

La base empírica es va recopilar mitjançant **revisió bibliogràfica** (bibliomètrica i de la literatura), **anàlisi de continguts** (premsa, televisió, mitjans digitals i xarxes socials), **grups focals** (amb esportistes, periodistes i professionals dels mitjans) i una **anàlisi comparativa transnacional** amb una enquesta realitzada a 720 persones en 6 països. A partir d’aquests resultats, el projecte busca **millorar l’igualtat de gènere i reduir la representació estereotipada de les dones en tots els formats mediàtics**, creant narratives més justes i inclusives en la comunicació esportiva europea.

Públic Destinatari

Aquest document s’adreça al personal de comunicació d’organitzacions esportives, institucions públiques i organitzacions no governamentals, així com a professionals del periodisme i dels mitjans de comunicació esportius.

Es configura com un marc de referència per a tots els agents que intervenen en la comunicació pública de l’esport

Estructura i Objectius

1

La primera secció introdueix el projecte, els seus principals objectius i el plantejament del problema.

2

La segona secció presenta l’**Estratègia POWER**, que tradueix els resultats de la recerca del projecte i els aprenentatges de les guies internacionals en objectius clars, missatges clau i un pla d’acció estratègic destinat a orientar els agents dels mitjans, les organitzacions esportives i els creadors de contingut tant a escala europea com nacional.

3

La tercera secció presenta les **Directrius POWER**, centrades en els sis contextos nacionals analitzats en profunditat pel projecte. Aquestes directrius ofereixen recomanacions específiques, pràctiques i basades en evidències per a una representació justa i inclusiva de les dones esportistes. Proporcionen orientacions clares i aplicables per a periodistes, estudiants de periodisme, editors, creadors de contingut i professionals de la comunicació, garantint que les representacions estiguin lliures de biaixos, estereotips i discriminació, i adaptades als entorns mediàtics i als contextos culturals locals.

Aquest document constitueix el principal resultat del Work Package 3 del projecte POWER i proporciona una base per a la implementació de recomanacions polítiques, programes de formació i campanyes de sensibilització destinades a promoure la igualtat de gènere en l’esport i en els mitjans de comunicació arreu d’Europa.

I. INTRODUCCIÓ I CONTEXT DEL PROJECTE POWER

La desigualtat de gènere continua afectant tots els nivells de l'esport i es manifesta en salaris desiguals, accés limitat als recursos, infrarepresentació en posicions de lideratge i la persistència d'estereotips. Malgrat els avenços importants en participació i rendiment, les dones continuen rebent **menys atenció, visibilitat i promoció** que els homes. Quan apareixen als mitjans, sovint són representades mitjançant narratives esbiaixades que se centren en la seva aparença, les seves emocions o els seus rols familiars, en lloc de posar el focus en els seus assoliments esportius. Les dones també estan infrarepresentades com a periodistes, comentaristes i responsables de la presa de decisions editorials. Tal com assenyala la UNESCO, tot i que l'accés a la radiodifusió esportiva ha augmentat, la presència real de dones en aquests rols continua sent desproporcionadament baixa arreu d'Europa.

“La representació mediàtica és tant un símptoma com una causa de la desigualtat.”.



La cobertura mediàtica esbiaixada reforça les normes de gènere, mentre que una narrativa igualitària pot inspirar noves generacions, combatre la discriminació i construir una cultura esportiva més inclusiva. Tot i que organitzacions internacionals com el COI, ONU Dones i el Consell d'Europa han elaborat directrius sobre la igualtat de gènere als mitjans esportius, la seva aplicació continua sent irregular. A més, hi ha una manca de **dades coherents i actualitzades** sobre com la representació de l'esport femení als països de la UE, una mancança que el projecte POWER aborda directament.

Mitjançant la promoció d'una representació justa, el projecte contribueix a la igualtat de gènere a través de:

- **El qüestionament dels estereotips**, mostrant l'atletisme, el lideratge i la competitivitat.
- **L'aportació de referents**, augmentant la visibilitat i la inspiració per a les nenes i les joves.
- **Combatre la discriminació**, garantint representacions justes i precises.
- **L'impuls de la inversió**, ja que una cobertura equitativa afavoreix el patrocini i l'interès del públic.



OBJECTIUS PRINCIPALS

- 1 **Analitzar** la representació de les dones esportistes als mitjans de comunicació de cada país soci.
- 2 **Desenvolupar** una estratègia europea compartida i unes directrius sobre la igualtat de gènere als mitjans esportius adreçades a periodistes i professionals de la comunicació.
- 3 **Formar** periodistes, professionals dels mitjans, estudiants i personal de comunicació esportiva en l'aplicació d'aquestes directrius i d'altres materials rellevants.
- 4 **Sensibilitzar** sobre la representació justa i qüestionar el biaix de gènere en l'esport i en els mitjans de comunicació.

El Biaix de Gènere als Mitjans Esportius

La visibilitat mediàtica és un dels indicadors més rellevants de reconeixement social. En l'àmbit esportiu, la visibilitat determina qui és celebrat, qui és recordat i qui inspira les generacions futures. Tanmateix, les dones esportistes continuen ocupant només una petita fracció de les notícies esportives i del temps d'emissió a Europa, sovint per sota del 10 % de la cobertura total. Fins i tot quan hi tenen presència, **la seva representació sovint s'emmarca des d'una perspectiva de gènere que destaca l'aparença física, les emocions o la vida personal, en detriment de les seves habilitats, el lideratge i la professionalitat.**

La recerca realitzada en el marc del projecte POWER demostra que aquest desequilibri no és accidental, sinó **estructural**. En tots els països socis, **l'esport masculí domina els titulars i les imatges**, mentre que **els assoliments de les dones queden relegats o simplificats**. Així mateix, els mitjans rarament mostren dones en posicions d'autoritat, com ara entrenadores, àrbitres o responsables de la presa de decisions, cosa que perpetua la percepció de l'esport com un àmbit masculinitzat.

A més, els **mitjans digitals i les xarxes socials** —tot i el seu potencial per democratitzar la visibilitat— sovint **reproduïxen aquests mateixos biaixos**. Algunes evidències indiquen que les mètriques d'interacció afavoreixen els continguts d'esport masculí i que les **dones esportistes es veuen obligades, en gran mesura, a recórrer a l'autopromoció per obtenir visibilitat**, cosa que incrementa la seva càrrega de treball i la seva exposició a l'assetjament en línia.

Les conseqüències van més enllà de l'àmbit mediàtic. La infrarepresentació **limita l'accés de les dones a patrocinis, oportunitats professionals i influència social**. Menysprea la seva legitimitat com a esportistes i líders, redueix la visibilitat de l'esport femení en tots els nivells i reforça estereotips que desincentiven les nenes a la pràctica esportiva.

!

per sota del 10 % de la cobertura total

Justificació de l'Estratègia i les Directrius

La justificació per al desenvolupament d'una Estratègia i unes directrius per a una Representació Mediàtica Justa de les Dones Esportistes deriva directament d'aquests resultats. POWER reconeix que millorar la igualtat de gènere i promoure una representació lliure de biaixos als mitjans esportius requereix alguna cosa més que sensibilització: **exigeix un canvi sistemàtic i estructural, recolzat per dades, eines pràctiques i un compromís institucional.**



Juntes, **l'Estratègia** i les **Directrius** aspiren a transformar la visibilitat en igualtat. Proposen vies d'actuació concretes per a tots els agents amb la finalitat de:

- **Passar d'una cobertura centrada en esdeveniments puntuals a una representació constant i diversa de les dones esportistes en diferents disciplines i nivells;**
- **Substituir els enfocaments emocionals o estètics per narratives basades en el rendiment esportiu;**
- **Promoure l'experiència i els rols de lideratge de les dones en l'esport;**
- **Integrar els objectius d'igualtat de gènere en les polítiques de comunicació, els programes formatius i els sistemes d'avaluació mediàtica;**
- **Reforçar la cooperació intersectorial entre organitzacions esportives, mitjans de comunicació, universitats i societat civil.**

La justificació de l'Estratègia i les Directrius POWER és tant estratègica com transformadora. En abordar la representació de les dones esportistes, el projecte actua sobre un dels símptomes més visibles de la desigualtat: la forma en què les dones són percebudes; i a través d'això, contribueix a canviar la forma en què són valorades. L'objectiu no és simplement incrementar el nombre de dones presents en els mitjans, sinó transformar la narrativa: de l'excepció a la norma, d'estereotip a competència, i del simbolisme a una igualtat plena en la representació.

Principals Aprenentatges i Bretxes Identificades

El “Work Package 2” (WP2) del projecte POWER va proporcionar la base analítica per al desenvolupament de l'estratègia i les directrius del projecte. Mitjançant una combinació de recerques, es va analitzar com es representen les dones esportistes en les diferents plataformes mediàtiques europees.

Recerca transnacional i reptes comuns

Per a avaluar la situació actual, els socis van realitzar un diagnòstic a nivell nacional en sis països. En tots ells, la recerca va revelar un desequilibri comú: **la cobertura de les dones esportistes és limitada en comparació amb la dels seus homòlegs masculins**. Més concretament, l'anàlisi va revelar els següents **patrons estructurals i culturals de desigualtat en cada país**:

Grècia	Cobertura centrada en trets personals de dones; finançament i patrocini limitat.
Espanya	Infrarepresentació persisteix malgrat l'èxit esportiu; poques dones en llocs de lideratge.
Bulgària	Atenció mediàtica limitada a gimnàstica rítmica; baixa representació en òrgans de governança.
Hongria	Reconeixement està augmentant, però persisteixen desigualtats estructurals en la visibilitat.
Portugal	Augment de la participació, però una cobertura mediàtica mínima i desigual.
Italy	Marginació tant en els mitjans tradicionals com en els digitals; poques dones en llocs de lideratge o en el periodisme.

Malgrat l'augment de la participació i la visibilitat de les dones en l'esport, la cobertura mediàtica continua sent altament desigual, fragmentada i estereotipada. **Les dones continuen apareixent amb menor freqüència, són descrites mitjançant narratives més limitades i, sovint, són representades a través d'imatges que no transmeten professionalitat, energia ni lideratge**. En tots els països, les pràctiques informatives sensibles al gènere depenen en gran mesura de la iniciativa individual i no de polítiques institucionals, la qual cosa genera falta de coherència i avanços limitats.

La lectura creuada de la revisió de la literatura, l'anàlisi de contingut i els debats dels grups focals va revelar que el biaix de gènere en els mitjans esportius és de caràcter **estructural** i no circumstancial. Es manifesta a través de **patrons recurrents d'infrarepresentació**, falta de diversitat narrativa, desequilibri visual i inèrcia institucional. Aquestes tendències no constitueixen problemes aïllats de cada país, sinó que reflecteixen desafiaments més amplis a nivell europeu vinculats a la forma en què els mitjans esportius valoren, planifiquen i narren els assoliments esportius de les dones.



Així mateix, la recerca també va destacar avenços prometedors: **interès públic, reconeixement d'assoliments i interacció mitjançant xarxes socials**. No obstant això, aquestes millores continuen sent fràgils sense un compromís editorial sistèmic, suport institucional i l'enfortiment de les capacitats professionals.

A partir d'aquestes troballes, el consorci POWER va **identificar cinc àrees clau de millora**, que en conjunt constitueixen la **base de les recomanacions estratègiques del projecte**. Cada àrea correspon a una bretxa específica detectada en les dades i proposa vies per al canvi estructural:

1	Bretxa en Visibilitat i Regularitat	el caràcter irregular i centrat en esdeveniments puntuals de la cobertura de l'esport femení.
2	Bretxa en Diversitat Narrativa	la narrativa limitada que redueix a les dones esportistes a representacions unidimensionals
3	Bretxa Estructural	el domini desproporcionat del futbol masculí, que invisibilitza altres disciplines.
4	Bretxa en Representació Visual	la falta d'imatges dinàmiques i empoderadores de les dones en l'esport.
5	Bretxa en Governança i responsabilitat institucional	l'absència de polítiques institucionals, eines de seguiment i mecanismes de responsabilitat per a garantir la igualtat de gènere en cobertura mediàtica

La taula de síntesi d'aquestes cinc bretxes, juntament amb la seva explicació, pot consultar-se en l'Annex 1. En conjunt, resumeixen els principals aprenentatges derivats de la recerca del projecte POWER i ofereixen un punt de partida per a futures accions i per a l'alineació de polítiques en l'ecosistema europeu dels mitjans esportius.

II. ESTRATÈGIA POWER

L'estratègia tradueix els resultats de la recerca en **solucions pràctiques** que poden ser aplicades per professionals dels mitjans, estudiants, equips de comunicació d'organitzacions esportives, personal docent i responsables polítics. El seu objectiu és passar de l'anàlisi a la implementació, oferint inspiració, idees i solucions per a fomentar una representació mediàtica **inclusiva, justa i igualitària** en termes de gènere de les dones en l'esport.

Mitjançant un enfocament coordinat i transnacional, l'Estratègia POWER busca **transformar la forma en què les dones esportistes són representades, percebudes i valorades**. En abordar les cinc bretxes clau identificades en la recerca –visibilitat i continuïtat, diversitat narrativa, desequilibri estructural, representació visual i governança i responsabilitat institucional–, proporciona un marc de referència per a un canvi sostenible a llarg termini. L'estratègia s'organitza en cinc apartats interrelacionats:

1	Visió Estratègica y Missió	Definir les aspiracions i propòsits a llarg termini que orienten l'estratègia.
2	Objectiu Global	Establir un objectiu general, alhora ampli i específic, per a abordar les bretxes identificades, aplicable a tots els mitjans de comunicació independentment de la seva grandària o nacionalitat.
3	Missatges Estratègics Clau	Resumir les principis vies de comunicació i els missatges de sensibilització dirigits als diferents grups d'interès.
4	Pla d'Acció Estratègic	Traduir les bretxes en accions: aquesta part detalla l'objectiu de cada bretxa identificada, juntament amb accions recomanades específiques i exemples de bones pràctiques per a la seva implementació.
5	Enfocament de seguiment i avaluació	Proposar mecanismes per al seguiment del progrés, l'avaluació de l'impacte i la garantia que l'estratègia es mantingui adaptable i eficaç.



En conjunt, aquests components configuren un **marc estratègic d'actuació**. L'Estratègia POWER no només constitueix una resposta a les desigualtats existents en la representació mediàtica, sinó també una eina orientada al futur, dissenyada per a inspirar canvis institucionals, millorar la pràctica professional i promoure la igualtat i la diversitat en tots els nivells de l'ecosistema europeu dels mitjans esportius, amb efectes positius a llarg termini en tots els àmbits esmentats.

1. Visió Estratègica y Missió de l'Estratègia Power

VISIÓ



Un ecosistema europeu de mitjans esportius inclusiu, on les dones i els homes esportistes rebin la mateixa visibilitat, reconeixement i respecte, i on la cobertura mediàtica reflecteixi diversitat, equitat i professionalitat, sense biaixos ni estereotips.

MISSION



Transformar les pràctiques dels mitjans esportius mitjançant estratègies basades en l'evidència, una comunicació inclusiva i la col·laboració intersectorial, dotant a periodistes, editors i organitzacions esportives de les eines necessàries per a garantir que la representació de les dones esportistes sigui justa, equitativa i empoderadora en totes les plataformes mediàtiques.

2. Objectiu General

L'objectiu principal d'aquest document és aconseguir la visió i la missió que s'acaben de presentar. Incorpora els resultats de la recerca del projecte POWER i té en compte altres estudis internacionals. Es tracta de l'únic objectiu general de l'Estratègia POWER.

OBJECTIU

Integrar la igualtat de gènere i la diversitat en les polítiques editorials i en les estructures organitzatives mitjançant la formació, amb la finalitat de millorar la representació de les dones en els mitjans esportius.

- QUÉ?

▶ Millorar l'equilibri de gènere i la visibilitat en els mitjans esportius

En què consisteix aquest objectiu? → Consisteix a integrar la igualtat de gènere i la inclusió en tots els nivells de la pràctica mediàtica esportiva (les decisions editorials, les narratives, els recursos visuals i les polítiques institucionals) per a garantir una representació justa i contínua de les dones esportistes.
- QUI?

▶ Per a tu, per a professionals dels mitjans esportius!

A qui va dirigit aquest objectiu? → S'aplica a tots els agents de l'ecosistema dels mitjans esportius: periodistes, editors, fotògrafs, creadors de contingut, radiodifusors i personal de comunicació d'organitzacions esportives. També es dirigeix a ONG, federacions i responsables polítics que poden secundar i supervisar el canvi.
- PER QUÉ?

▶ Per a millorar el teu desenvolupament professional i el de la teva organització.

Per què és important? → Una representació equitativa reforça la integritat periodística, afavoreix la diversitat d'audiències, impulsa el patrocini i la credibilitat, i s'alinea amb els valors d'igualtat i inclusió de la Unió Europea. No només és just: també és bon periodisme i un bon model de negoci.
- COM?

▶ Seguint les recomanacions del Pla d'Acció i les Directrius

Com pot aconseguir-se? → Mitjançant l'aplicació del Pla d'Acció i les Directrius de POWER: planificant una cobertura anual de l'esport femení, diversificant els continguts, adoptant un llenguatge i uns recursos visuals inclusius, i introduint objectius editorials d'equilibri de gènere i una estratègia de diversitat amb seguiment intern.
- QUAN?

▶ Ja pots començar avui!

Quan han d'implementar-se aquestes mesures? → De manera immediata i progressiva: començant amb accions ràpides (planificació equilibrada de la cobertura, llenguatge inclusiu) i, posteriorment, incorporant mesures sistèmiques (polítiques, auditories i formació del personal) en un termini d'un a tres anys.

Realment ho necessito?

CONSELL: Fes-te aquestes preguntes i comprova si tu i la teva organització necessiteu millorar en algun aspecte. Si és així, consulta el "PLA D'ACCIÓ" per a obtenir orientacions addicionals.

BRETXA	PREGUNTA'T	Revisa	PER QUÈ ÉS IMPORTANT?
Bretxa en Visibilitat	? Incloem l'esport femení durant tot l'any, i no només en els grans esdeveniments?	✓	La cobertura regular consolida les audiències, atrau nous patrocinis i reforça la reputació del mitjà com una font innovadora i inclusiva. La constància equival a credibilitat... i a potencial comercial.
	? Formen part les lligues femenines i les competicions locals del nostre calendari habitual de continguts?	✓	
	? Planifiquem entrevistes o reportatges sobre dones esportistes anés dels períodes de competició?	✓	
Bretxa en diversitat Narrativa	? Presentem les dones esportistes com a líders, expertes o agents de canvi, i no únicament com a competidores?	✓	Una narrativa diversa enriqueix els continguts, atrau audiències més àmplies i posiciona el mitjà com una font de perspectives noves i autèntiques, i no pas de clics. A més, incrementa la participació del públic i reforça la confiança de les lectores.
	? Les nostres històries se centren en les seves habilitats, assoliments i experiències, o en la seva aparença o les seves emocions?	✓	
	? Incorporem les veus de les dones com a comentaristes, analistes o entrenadores?	✓	
Bretxa Estructural	? Domina el futbol masculí les nostres notícies esportives i el temps d'emissió?	✓	Diversificar la cobertura esportiva amplia la base d'audiència, reforça la identitat de marca i permet connectar amb mercats emergents i comunitats d'aficionats que actualment estan poc atesos.
	? Donem el mateix espai a altres esports en què destaquen les dones?	✓	
	? Disposem de dades sobre la proporció de continguts dedicada a les competicions femenines?	✓	
Bretxa en Representació Visual	? Les nostres imatges i vídeos mostren a les esportistes en acció, poderoses, dinàmiques i professionals?	✓	Els recursos visuals d'alta qualitat i empoderadors reforcen la professionalitat i l'atractiu visual. Així mateix, generen una atenció positiva a les xarxes socials, enforteixen els valors de marca i demostren integritat editorial.
	? Evitem publicar imatges que objectiven/cosifiquen a les dones o les mostrin de manera passiva?	✓	
	? Els nostres recursos visuals reflecteixen diversitat de cossos, edats orígens?	✓	
Bretxa en Governança	? Seguim principis o guies clares (personals o organitzatives) que garanteixin una representació de gènere justa i equitativa en tots els continguts esportius que produïm o compartim?	✓	Les pràctiques sistemàtiques en matèria d'igualtat protegeixen la credibilitat del mitjà, prevenen riscos reputacionals i milloren la professionalitat interna. La responsabilitat institucional converteix l'equitat en un objectiu mesurable... i sostenible.
	? Registrem i supervisem les dades sobre representació?	✓	
	? Els nostres equips han rebut/ reben formació en comunicació sensible al gènere o en narrativa visual inclusiva?	✓	

3. Missatges Estratègics Clau - Kit de Missatges per a uns Mitjans Esportius Inclusius

«No saps com parlar de l'esport femení de la forma correcta? Aquí trobaràs missatges clau i exemples que pots usar en les teves campanyes, articles o publicacions, directament de la recerca POWER!»

1. Missatges Estratègics Centrals

Temàtica	Missatge central / Eslògan	Font/ Referència
Visibilitat i regularitat	"Cobriu tota la temporada, no només la medalla."	POWER WP2 Research; IOC Portrayal Guidelines for Gender Equality in Sport (2022)
Diversitat Narrativa	"Més enllà de la medalla: explica la història completa de l'esport femení."	UNESCO Gender Equality in Sports Media (2020); EBU Reimagining Sport (2021)
Equitat Estructural	"Igualtat en la veu, diversitat en la història, força en l'equitat."	Council of Europe All In: Towards Gender Balance in Sport (2019)
Representació Visual	"Posa en valor la seva força, no la seva imatge."	IOC Portrayal Guidelines; UN Women Unstereotype Alliance
Governança i Responsabilitat Institucional	"La visibilitat construeix igualtat; la responsabilitat la sosté."	POWER Research (WP2); EU Work Plan for Sport (2021-2024)

«Tota història comença en algun lloc, i sovint comença amb tu. Ja sigui darrere de la càmera, davant del teclat o a la sala de reunions, les teves decisions determinen qui es fa visible i de quina manera. Fem que aquestes decisions comptin!»

2. Missatges Clau per Grup Destinatari

Grup Destinatari	Missatge central / Eslògan	Font/ Referència
Periodistes, estudiants i professionals dels mitjans	"Emmarca el rendiment, no l'aparença." "Cobertura equilibrada = millor periodisme." "Les paraules importen: tria l'equitat."	IOC Portrayal Guidelines (2022); UNESCO Gender Equality in Media (2019); POWER WP2
"Bloguers" i Creadors de Contingut	"La teva plataforma modela la cultura esportiva." "Explica històries de fortalesa, no d'estereotips." "El contingut inclou amplia les audiències."	UN Women Media Compact on Gender Equality (2021); The Inclusion Playbook: Women's portrayals Media Guide (2023)
Personal de comunicació en organitzacions esportives	"La teva marca reflecteix els teus valors: representa a tots els esportistes per igual." "La visibilitat forma part de la teva política d'igualtat." "Promou l'esport femení tot l'any, no només el Dia Internacional de la Dona."	EU High-Level Group on Gender Equality in Sport (2022); POWER Research
ONGs i organitzacions de sensibilització	"La visibilitat és poder: dona suport a històries que transformen l'esport." "L'equitat en els mitjans enforteix l'equitat en l'esport." "Col·labora amb els mitjans per a fer visible el canvi."	Council of Europe All In (2019); UN Women Sport for Generation Equality (2021)



Frases inspiradores per a sensibilització i campanyes

- "La narrativa inclusiva canvia qui lidera el demà." – UNESCO Women in Sport Fòrum (2020)
- "Més que esport: lideratge, impacte i identitat" – Derivat del POWER Focus Group findings
- "Igual temps en pantalla. Enfocament just. Veus autèntiques" – Sintizado a partir de EBU Pathways to Gender-Balanced Coverage (2021)

CONSELLS

1 El llenguatge importa:

Evita qualificatius de gènere innecessaris ("àrbitra femenina"), excepte quan siguin rellevants.

2 Mostra Acció:

Utilitza imatges dinàmiques i empoderadores; evita poses passives o sexualitzades.

3 Diversifica les veus:

Inclou a dones com a expertes, comentaristes i analistes.

4 Conta històries més àmplies:

Destaca el lideratge, l'impacte social i el compromís comunitari.

5 Compromís institucional:

Integra els objectius d'igualtat de gènere en les polítiques editorials o de comunicació.

4. Pla d'Acció Estratègic

De les BRETXES a l'ACCIÓ

Som-hi! Aquesta secció mostra com l'Estratègia POWER pot fer-se realitat, mitjançant objectius concrets, accions proposades i exemples reals que t'ajudaran a tancar les cinc bretxes identificades en la representació mediàtica.

Bretxa	Explicació/ implicació	OBJETIUS	Mesures proposades	Indicadors d'Èxit/ Com mesurar el progrés?
Visibilitat i Regularitat	La cobertura mediàtica de les dones esportistes és irregular i està centrada en esdeveniments puntuals, aconseguint el seu màxim esplendor durant els Jocs Olímpics o grans tornejos i desapareixent després durant llargs períodes. Això impedeix que les audiències desenvolupin familiaritat amb les esportistes, els equips i les narratives, reduint les oportunitats de visibilitat comercial i patrocini.	Reforçar la freqüència i la continuïtat de la cobertura mediàtica de l'esport femení.	• Promoure una exposició mediàtica equitativa mitjançant objectius editorials diversos. • Reforçar la planificació editorial i la formació per a garantir una visibilitat contínua de l'esport femení durant tot l'any. • Assegurar una visibilitat regular a través d'una agenda diversificada, que inclogui també esports minoritaris.	✓ Quantificables, ✓ Aplicables en diferents contextos, ✓ Alineats amb les eines de seguiment (secció 5) ✓ Increment en el número d'articles publicats o segments emesos sobre esport femení (seguiment trimestral). ✓ Major interacció del públic amb els continguts sobre esport femení (visualitzacions, clics, abast i comentaris). ✓ Inclusió de la cobertura de l'esport femení en els calendaris editorials setmanals o mensuals.
Diversidad narrativa	La cobertura mediàtica de l'esport femení acostuma a estar condicionada per enfocaments personals o emocionals, més que per les seves habilitats esportives i la seva professionalitat. Els seus rols més amplis com a líders, referents o agents de canvi poques vegades es destaquen, la qual cosa limita la comprensió pública de la seva contribució plena a l'esport i a la societat.	Ampliar la representació de les dones esportistes, destacant les seves habilitats, lideratge i impacte social mitjançant històries diverses i empoderadores, i valorant plenament la seva contribució a l'esport i a la societat.	• Proposar enfocaments narratius més amplis que incloguin el lideratge, el compromís social i el desenvolupament personal. Mostrar a les dones en rols d'acció i lideratge, i centrar l'atenció en l'habilitat i l'assoliment esportiu, més que no pas en l'estètica, la feminitat o l'emoció. • Donar suport a la formació en comunicació sensible al gènere i inclusiva. • Destacar referents positius i formes diverses d'èxit en l'esport	✓ Proporció de continguts que destaquen els rols professionals i els assoliments de les dones esportistes en relació amb els aspectes personals o d'estil de vida (mitjançant codificació de continguts). ✓ Nombre de reportatges en profunditat o articles especials que exploren el lideratge, l'activisme o la implicació comunitària. ✓ Ús d'un llenguatge inclusiu i empoderador, verificat mitjançant revisió editorial qualitativa (per exemple, una "auditoria lingüística" anual). ✓ Major reconeixement de les contribucions de les dones esportistes en titulars, peus de foto i enfocaments narratius (mesurat a través d'una llista de verificació de revisió editorial).
Estructural	El dominio del fútbol masculino en las redacciones, las parrillas de programación y el patrocinio crea barreras estructurales para la visibilidad de otros deportes. Este sesgo margina el deporte femenino y distorsiona la percepción pública de la diversidad deportiva. Asimismo, limita la inversión en disciplinas alternativas en las que las mujeres destacan.	Fomentar una representación más equitativa de los deportes femeninos y de las disciplinas menos visibilizadas en la cobertura mediática.	• Proponer contenidos mediáticos más diversos que incluyan una gama más amplia de deportes y competiciones. • Reforzar el compromiso institucional con una visibilidad equitativa entre disciplinas. • Promover la sensibilización pública sobre el valor y la competitividad del deporte femenino.	✓ % total de contenidos deportivos dedicado a competiciones femeninas o mixtas, más allá del fútbol masculino. ✓ Número de disciplinas deportivas nuevas o infrarrepresentadas incluidas en los contenidos mediáticos. ✓ Diversidad de la cobertura mediática. ✓ Número de alianzas o colaboraciones establecidas con federaciones o asociaciones de deporte femenino.
Representació Visual	Les dones esportistes estan infrarepresentades visualment i sovint són retratades de manera estàtica, neutral o passiva. La falta d'imatges dinàmiques contrasta amb la forma en què es representa als homes (en acció, amb emoció i força), reforçant percepcions desiguals sobre l'energia, la competitivitat i el valor.	Garantir que les imatges i els vídeos de les dones esportistes transmetin dinamisme, professionalitat i diversitat.	• Millorar la representació visual promovent imatges dinàmiques i basades en l'acció de les dones en l'esport. • Desenvolupar estàndards visuals compartits que garanteixin la igualtat i la professionalitat, recomanant imatges empoderadores i no sexualitzades. • Fomentar la diversitat visual en la representació de rols, disciplines i tipus de cos, oferint llistes de verificació o plantilles visuals.	✓ % de recursos visuals publicats o emesos que representen a dones esportistes en contextos dinàmics, actius i professionals (objectiu ≥ 70%). ✓ Equitat de la representació de gènere en les imatges (com a mínim un 40% de dones esportistes en el contingut fotogràfic esportiu). ✓ Proporció de recursos visuals qualificats com a «verd» en les auditories internes d'igualtat visual (utilitzant un sistema de semàfor). ✓ Adopció de directrius visuals internes i/o ús de l'eina "Llista de Verificació Visual per a la igualtat".
Governança i responsabilitat Institucional	La majoria dels mitjans manquen d'estratègies formals d'igualtat de gènere, polítiques editorials o mecanismes de seguiment. Sense un compromís institucional ni eines de responsabilitat, la comunicació sensible al gènere depèn de l'esforç individual i no d'una pràctica sistèmica, la qual cosa perpetua la falta de coherència i el progrés limitat.	Integrar la igualtat de gènere en les estructures de governança dels mitjans mitjançant polítiques, objectius mesurables i sistemes de seguiment.	• Establir directrius editorials clares, polítiques d'igualtat de gènere i diversitat en els mitjans esportius. Oferir cursos formatius sobre llenguatge sensible al gènere i inclusió. Incrementar la presència de dones periodistes en els mitjans de comunicació • Implementar sistemes de seguiment i avaluació per a mesurar el progrés i garantir la responsabilitat institucional. Establir objectius interns o indicadors clau de rendiment • Fomentar la cooperació entre mitjans de comunicació, institucions públiques i organismes d'igualtat. Impulsar aliances amb federacions i clubs per a facilitar una cobertura regular.	✓ Existència d'una política interna d'igualtat de gènere o diversitat editorial (Sí/No). ✓ Número o percentatge de personal format en comunicació sensible al gènere i inclusiva. ✓ Publicació d'informes anuals o trimestrals sobre avanços en igualtat o declaracions de transparència. ✓ Representació de dones en posicions editorials, de producció o de lideratge (increment respecte a la línia de base). ✓ Us regular del Quadre de Comandament d'Equilibri de Gènere Editorial o una altra eina interna similar de seguiment.

OBJETIUS

COM PODEM ACONSEGUIR-LOS?

Mira-ho en acció!

Així poden abordar-se les cinc bretxes, amb exemples reals, idees contrastades i passos que pots aplicar en la teva pròpia pràctica professional en els mitjans.



OBJECTIU 1: Reforçar la freqüència i la continuïtat de la cobertura mediàtica de l'esport femení.

Aborda la bretxa de visibilitat i regularitat

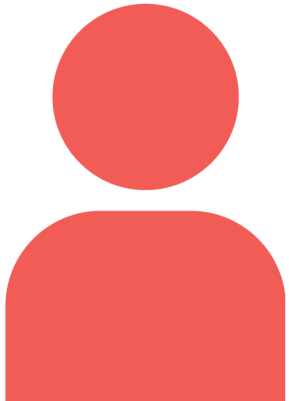


“La igualtat de gènere comença amb l'enfocament narratiu. Reescriure la forma en què es representa a les dones en els mitjans és la contribució més immediata que podem fer per a superar els estereotips i alleujar la pressió mediàtica i social que recau especialment sobre les generacions més joves.”

Fiorenza Gherardi De Candeï
Responsable de Comunicació i Cap de Premsa, freelance.

Per què és important?

Una cobertura constant i visible és clau per a normalitzar la presència de les dones en l'esport. Quan les competicions femenines reben atenció sostinguda més enllà dels grans esdeveniments, les audiències desenvolupen un reconeixement i un vincle a llarg termini, contribuint a tancar la bretxa de visibilitat.



La visibilitat no és pura casualitat... A tot el món, els mitjans estan demostrant que una cobertura constant i d'alta qualitat no sols és possible, sinó que és el futur. No et quedis enrere: aquí tens alguns exemples inspiradors i com pots aplicar-los en la teva pròpia pràctica professional.

Com abordar-ho: Exemples Inspiradors i Bones Pràctiques

Exemple/ Referència	Què demostra?	Recomanacions Pràctiques
IOC Portrayal Guidelines "Ensure Balanced and Continuous Coverage" (2024, p.17) Enllaç	Destaca la importància d'una cobertura regular i integrada de l'esport femení, i no pas d'una cobertura ocasional vinculada únicament a grans esdeveniments. Així mateix, fomenta la incorporació de les competicions femenines en les graelles d'emissió i als calendaris editorials habituals.	- Integrar l'esport femení en la programació habitual i en les pàgines esportives, i no com a continguts aïllats o "especials". - Garantir un espai equitatiu en resultats, prèvies i cròniques de partits.
IOC Portrayal Guidelines "Promote Women's Sport Year-Round" (2024, p.17) Enllaç	Recomana la promoció proactiva dels esdeveniments esportius femenins abans, durant i després de les competicions, amb la finalitat de generar familiaritat en les audiències i un compromís sostingut.	Desenvolupar calendaris editorials que incloguin prèvies, actualitzacions en directe i seguiments posteriors als esdeveniments de les competicions femenines, amb la finalitat de crear continuïtat narrativa.
BBC Sport Case Study BBC #ChangeTheGame Campaign "Women's Sport Trust" (2021, p.28) Enllaç	La campanya #ChangeTheGame de la BBC (2019) va suposar el seu major compromís amb l'esport femení, oferint una cobertura contínua i multiplataforma de grans esdeveniments com la Copa Mundial Femenina de la FIFA i la Copa del Món de Netball. La iniciativa va incrementar significativament la participació de l'audiència, va atreure a públic més jove i va reforçar la vinculació de la BBC amb l'esport femení.	- Assignar funcions editorials específiques o responsables dedicats a l'esport femení. - Garantir la promoció multiplataforma i una visibilitat equitativa en les diferents seccions del lloc web i en les xarxes socials. - Crear campanyes integrades i multiplataforma per a promocionar l'esport femení abans, durant i després dels grans esdeveniments.
The Telegraph Case Study "Women's Sport Trust" (2021, p.27) Enllaç	El diari The Telegraph (el Regne Unit) va integrar l'esport femení en la seva planificació editorial anual mitjançant seccions específiques, cobertura diària i un reforç de la narrativa digital. Aquest enfocament demostra que una visibilitat sostinguda pot aconseguir-se quan l'esport femení forma part de les rutines editorials quotidianes i no únicament de continguts associats a esdeveniments especials. El cas evidencia que una cobertura constant genera, amb el temps, major interès del públic, credibilitat i valor comercial.	- Crear una secció permanent dedicada a l'esport femení. - Comptar amb editors i periodistes especialitzats. - Adoptar un pla multiplataforma (redacció, premsa escrita, pòdcast i xarxes socials). - Fer un seguiment de les dades de rendiment per a demostrar el creixement de l'audiència.

Llista de verificació - Reflexió ràpida abans de publicar

☐

Oferim prèvies, cobertura i seguiment dels esdeveniments esportius femenins per a mantenir-ne la visibilitat al llarg del temps?

☐

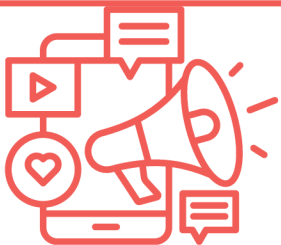
Reben els esports femenins la mateixa rellevància a la nostra pàgina principal, titulars o graella d'emissió?

☐

Utilitzem les xarxes socials de manera constant per a promocionar l'esport femení abans i després de les competicions?

☐

Registrem i revisem al llarg de l'any la proporció de cobertura dedicada a l'esport femení en comparació amb el masculí?



OBJECTIU 2: Ampliar la representació de les dones esportistes, destacant les seves habilitats, lideratge i impacte social mitjançant històries diverses i empoderadores, i valorant la seva contribució a l'esport i a la societat

Aborda la bretxa de diversitat narrativa



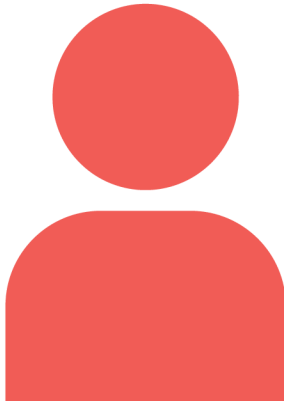
"Som molt més que moments de victòria: som líders i companyes d'equip, impulsades per ambicions honestes i per l'esforç constant per aconseguir el millor resultat."

Denia Kopita
Futbolista i Skater

?

Per què és important?

La forma en què es representa l'esport femení modela la percepció pública. En destacar les seves habilitats esportives, el seu lideratge i el seu impacte social (i no la seva vida personal o la seva aparença), els mitjans poden qüestionar estereotips i presentar a les dones esportistes com a professionals plenes i multidimensionals.



"T'has preguntat com es veu això en la pràctica? Descobreix com altres persones estan transformant la narrativa i marcant el camí"

Com abordar-ho: Exemples Inspiradors i Bones Pràctiques

Exemple/ Referència	Què demostra?	Recomanacions Pràctiques
Naomi Osaka essay in TIME “(2021) Enllaç	Un exemple és la narrativa en primera persona que posa en valor la identitat, l'activisme i la defensa de la salut mental de Naomi Osaka, més enllà dels seus resultats esportius. Aquesta aproximació la humanitza com una figura multidimensional i demostra com donar veu directa a les esportistes fomenta l'empatia, l'autenticitat i la connexió amb el públic.	• Fomentar reportatges o entrevistes en els quals les esportistes comparteixin directament la seva pròpia veu. • Prioritzar la profunditat i l'autorepresentació enfront de narratives superficials. • Destacar l'impacte social i les històries humanes que hi ha darrere de l'èxit esportiu.
IOC Portrayal Guidelines “Showcase Leadership and Character” (2024, p.18) Enllaç	Es recomana centrar l'atenció en el caràcter, la professionalitat i el lideratge de les esportistes per a equilibrar la percepció pública. Així mateix, es destaca la importància d'evitar preguntes o enfocaments que reforcin estereotips de gènere.	• Integrar la diversitat narrativa en les polítiques editorials i en la formació. • Revisar les pràctiques d'entrevista per evitar preguntes centrades en la vida personal o familiar. • Presentar les dones esportistes com a líders, innovadores i referents.
Nobody's Property “Teika Esport Femení Manual” (2023, p.26) Enllaç	El llenguatge pot soscavar subtilment l'autonomia quan defineix les dones en relació amb els homes (per exemple, “parella de”, “la filla de”). Per això, es defensa la representació de les dones com a professionals independents.	• Tractar a les dones com a subjectes independents de les seves pròpies històries. • Realitzar auditories lingüístiques periòdiques per a detectar expressions relacionals o que minimitzin la seva autonomia. • Incloure formació en llenguatge sensible al gènere per a periodistes.

Llista de verificació - Reflexió ràpida abans de publicar

☐ Aquesta història destaca l'habilitat, la professionalitat o el lideratge de l'esportista?

☐ Evita estereotips relacionats amb l'aparença, la família o les emocions?

☐ Dona veu i capacitat d'acció a l'esportista?

☐ Contribueix a una imatge diversa i autèntica de les dones en l'esport?



OBJECTIU 3:

Fomentar una representació més equitativa dels esports femenins i de les disciplines menys visibilitzades en la cobertura mediàtica.

Aborda la bretxa estructural



“La igualtat en l'esport comença quan cada disciplina i cada esportista té l'oportunitat de ser vista, valorada i celebrada.”

Petra Schmitt
Secretària General,
Federació Hongaresa de Tennis.

?

Per què és important?

El futbol masculí domina els mitjans esportius, deixant un espai limitat perquè altres esports i les dones esportistes guanyin visibilitat. Diversificar els continguts reforça la igualtat, atreu a noves audiències i mostra tot l'espectre de l'excel·lència esportiva.



Recorda: el futbol masculí és fantàstic, però no és l'únic esport que existeix. Repartim el focus i donem oportunitats a totes les disciplines! Descobreix com el canvi ja està en marxa i com tu també en pots formar part.»

Com abordar-ho: Exemples Inspiradors i Bones Pràctiques

Exemple/ Referència	Què demostra?	Recomanacions Pràctiques
Style Guide “Teika Esport Femení Manual” (2023, pp.39-42) Enllaç	Proporciona directrius per a un tractament mediàtic just de l'esport femení i reclama equitat tant en la freqüència de cobertura de les diferents disciplines com en la distribució de l'enfocament editorial.	- Utilitzar la Guia d'Estil com a referència per a identificar quines disciplines estan infrarepresentades en la cobertura. - Establir objectius interns sobre el nombre de continguts dedicats a cada esport més enllà del futbol.
IOC Portrayal Guidelines (2024, p.22) Enllaç	Mostra com les organitzacions esportives poden afavorir una cobertura equilibrada garantint calendaris, horaris i acords de drets que atorguin una exposició equitativa als esdeveniments femenins i masculins. Així mateix, destaca que una programació equilibrada fa la planificació mediàtica més justa i més eficient en costos per als mitjans.	- Dialogar amb titulars de drets i federacions per a programar els esdeveniments femenins en franges horàries favorables. - Promoure una programació d'esdeveniments equilibrada per gènere en la cobertura de tornejos. - Garantir que la planificació editorial es basi en el principi de «horaris justos» per a l'esport femení.
UK Government (2015, pp.7-8) Women's Sport Week Initiative, in “Women and Sport: Government Strategy” Enllaç	Una campanya nacional dissenyada per augmentar la visibilitat de l'esport femení en diversos mitjans de comunicació. La iniciativa va incentivar cadenes de televisió, diaris i plataformes digitals a dedicar una cobertura específica a l'esport femení durant una setmana l'any, generant impuls i una visibilitat sostinguda més enllà del període de campanya.	- Impulsar iniciatives mediàtiques temàtiques anuals, com la “Setmana de l'Esport Femení”, en col·laboració amb federacions i mitjans audiovisuals. - Establir aliances intersectorials per mantenir aquest impuls al llarg de tot l'any.

Llista de verificació - Reflexió ràpida abans de publicar

☐ La nostra cobertura reflecteix la diversitat de l'esport femení més enllà del futbol o d'altres disciplines dominants?

☐ Donem la mateixa visibilitat a les competicions femenines en diferents esports i àmbits (elit, nacional i local)?

☐ Oferim als esdeveniments femenins una programació i una presència adequada en els nostres titulars, emissions o pàgines digitals?

☐ Les nostres narratives ajuden a donar a conèixer nous esports i noves esportistes, i a ampliar la imatge global de les dones en l'esport?



OBJECTIU 4:

Garantir que les imatges i els vídeos de les dones esportistes transmetin dinamisme, professionalitat i diversitat.

Aborda la bretxa de Representació Visual



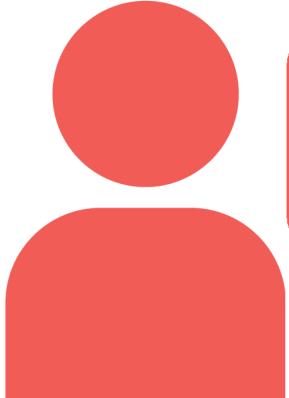
“Cada imatge pot empoderar o disminuir. Mostra a les dones en moviment: fortes, concentrades i lliures. Aquí és on la igualtat comença a fer-se real”

Leila Marques
Dona, mare, metgessa especialista en Medicina General i Familiar, Diplomada del COI en Medicina Esportiva, quatre vegades nedadora paralímpica, múltiple medallista mundial, vicepresidenta del Comitè Paralímpic de Portugal, vicepresidenta del Comitè Paralímpic Internacional, coordinadora del Grup de Treball d'Igualtat de Gènere en l'Esport de Portugal

?

Per què és important?

Les imatges influeixen en la forma en què les audiències valoren a les esportistes. Els recursos visuals dinàmics, basats en l'acció i diversos ajuden a representar a les dones com a figures fortes i professionals, contrarestant els estereotips que encara persisteixen en la fotografia esportiva.



Si una imatge val més que mil paraules, assegurem-nos que la nostra conti la història correcta. Descobreix com altres persones estan redefinint el que significa una imatge poderosa!

Com abordar-ho: Exemples Inspiradors i Bones Pràctiques

Exemple/ Referència	Què demostra?	Recomanacions Pràctiques
IOC Portrayal Guidelines – Imagery (2024 p.14) Enllaç	Proporciona principis pràctics de comunicació visual per a retratar a les dones esportistes amb dinamisme, professionalitat i respecte. Fomenta l'ús d'imatges en acció, angles de càmera correctes i un tracte igualitari entre gèneres.	• Adoptar la llista de verificació del COI per a garantir que les dones esportistes siguin representades com a fortes, competents i diverses. • Formar als equips visuals en enquadraments equitatius i responsables
Sport England – “This Girl Can” Campaign Interim Report (2014, p.21) Enllaç	Una campanya emblemàtica va redefinir la narrativa visual en l'esport en utilitzar dones reals en lloc d'atletes professionals o models, qüestionant estereotips sobre el cos, la confiança i la participació. Des del seu llançament en 2015, la campanya ha aconseguit a milions de persones, amb més de set milions de visualitzacions en YouTube i evidències sòlides d'impacte conductual.	• Emprar imatges autèntiques que reflecteixin les experiències reals i la confiança en l'esport. • Celebrar la força, la diversitat i l'alegria, més que no pas el perfeccionisme i l'estètica.
Getty Images & Women's Sport Trust Partnership (2021) Enllaç	Una altra iniciativa col·laborativa va tenir com a objectiu transformar la representació comercial i editorial de les dones en l'esport, garantint una visibilitat lliure d'estereotips i promovent col·leccions fotogràfiques dinàmiques i respectuoses.	• Col·labora amb proveïdors d'imatges i mitjans de comunicació per crear fototeques diverses i lliures d'estereotips. • Crea estàndards interns per a una representació no sexualitzada i empoderadora.

Llista de verificació - Reflexió ràpida abans de publicar

☐

Aquesta imatge capta l'acció, el talent i la intensitat, més que no pas poses estàtiques?

☐

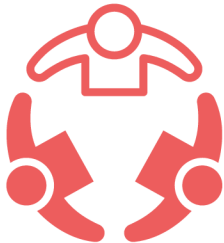
Es representa l'esport femení amb la mateixa professionalitat i energia que l'esport masculí?

☐

Representem visualment diferents cossos, ètnies i disciplines esportives?

☐

Evitem angles que puguin objectualitzar les dones o centrar-se excessivament en la seva aparença?



OBJETIU 5:

Integrar la igualtat de gènere en estructures de governança dels mitjans a través de polítiques, objectius mesurables i sistemes de monitoratge

Aborda la bretxa de governança i responsabilitat institucional



““El canvi comença quan la inclusió es converteix en una política i no en una promesa. La igualtat en la cobertura mediàtica ha de mesurar-se, supervisar-se i fer-se visible.”

Pepa Muñoz Quintana
presidenta de la Federació ACELL-Special Olympics

? Per què és important?

El canvi sostingut requereix estructura. Polítiques internes clares, directrius i eines de monitoratge han de garantir que la igualtat de gènere formi part de la pràctica quotidiana dels mitjans, i no només del Dia de la Dona.

Líders, això us pot interessar! La igualtat no és només un eslògan ni una tendència passatgera, sinó un principi que cal incorporar de manera estructural. No sigueu els últims a actuar: no us quedeu enrere!

Com abordar-ho: Exemples Inspiradors i Bones Pràctiques

Exemple/ Referència	Què demostra?	Recomanacions Pràctiques
UNESCO “Media and Gender Study” in Sport and Gender Equality Game Plan: Guidelines for Gender-Transformative Sport Policies and Programmes (2023, p.42) Enllaç	Una bona pràctica a Nova Zelanda (2019-present) il·lustra intents nacionals per a millorar la visibilitat de l'esport femení en els mitjans. Aquesta iniciativa publica informes anuals, infografies i casos d'estudi analitzant la representació de les dones en els mitjans. S'ha observat que la transmissió de l'esport femení ha incrementat del 15% en 2020 al 27% en 2024.	• Establir sistemes regulars de seguiment i informes sobre la representació de gènere en els mitjans esportius. • Publicar informes anuals sobre visibilitat i utilitzar narratives basades en dades per a reforçar la rendició de comptes entre radiodifusors i editors. Per a la metodologia i els recursos, vegeu el <i>Sport NZ Media Analysis</i>.
UN Women Toolkit for a Sports Ecosystem with a Gender Perspective – Case Study: Women in News and Sport (WINS) Programme (2025, p.31) Enllaç	Presenta la iniciativa Women in News and Sport (WINS), que dona suport a dones periodistes i professionals dels mitjans per a enfortir la igualtat de gènere en la cobertura esportiva. El programa ofereix formació en lideratge, mentoria i desenvolupament professional a Àsia i el Pacífic. Reforça la capacitat institucional per a una cobertura amb perspectiva de gènere i fomenta cultures inclusives en les redaccions.	• Integrar programes de desenvolupament de competències i de lideratge amb perspectiva de gènere dins de les organitzacions mediàtiques. • Col·laborar amb iniciatives com WINS per desenvolupar itineraris de lideratge inclusius i establir objectius clars d'igualtat en les polítiques editorials.
UK Government Women in Sport Advisory Board Report (2015, p.22) Enllaç	Destaca la importància de la col·laboració intersectorial entre diferents agents: administracions públiques, radiodifusors, federacions esportives i patrocinadors per a millorar la visibilitat i la governança de l'esport femení. L'informe identifica la responsabilitat compartida i la comunicació coordinada com a elements clau per a aconseguir un canvi cultural i estructural.	• Fomentar aliances entre mitjans de comunicació, institucions públiques i organismes rectors de l'esport per a coordinar campanyes de sensibilització i alinear els objectius d'igualtat de gènere. • Establir fòrums o grups de treball periòdics amb múltiples actors per a garantir un progrés constant i la responsabilitat institucional.

Llista de verificació - Reflexió ràpida abans de publicar

☐ Disposem de polítiques editorials que promoguin la igualtat de gènere i una representació inclusiva?

☐ Existeix una persona o un equip clarament responsable de supervisar l'igualtat de gènere en els continguts i en el personal?

☐ Recopilem i revisem dades desagregades per gènere sobre la cobertura, l'autoria i la visibilitat?

☐ Es comuniquen públicament els avanços i resultats per a garantir la transparència i la responsabilitat institucional?



Inspira't amb aquestes bones pràctiques al voltant el món dels mitjans de comunicació!



CASE 1 Year 2023 Orange - WoMen's Football / The Bleues' Highlights France women's football team World Cup 2023 ad Without VFXWith VFX orangeWoMen's Football LINK	CASE 2 Year 2024 Get Behind The Fight for Ladies Gaelic Football Lidl Ireland Get Behind The Fight LINK	CASE 3 Year 2024 Everybody watches Women's Sport campaign EVERYONE WATCHES WOMEN'S SPORTS. LINK
CASE 4 Year 2023 LUX: Change The Angle Hey Camera LUX You're here because this is what most cameras do to us. LINK	CASE 5 Year 2023 The Matildas Effect FIFA Women's World Cup 2023 LINK	CASE 6 Year 2024 Simone Biles I chose 'boundaries' over burnout and made Olympic history PARIS 2024 LINK

5. Enfocament de seguiment i avaluació

VISTA GENERAL

RECURS

Llista d'AUTOAVALUACIÓ

- On ens trobem actualment?
- Quines són les àrees més crítiques en què hem de millorar?

"Pensa en això com una revisió del teu progrés. Utilitza aquestes eines per a mesurar com estàs tancant les bretxes i per a continuar millorant pas a pas, sigui el que sigui el teu rol, la grandària de la teva organització o la teva plataforma. Pots imprimir aquestes llistes de verificació i eines per a treballar juntament amb el teu equip en la millora de la vostra comunicació sobre l'esport femení"

CONSELL

Per a garantir la implementació efectiva de l'Estratègia POWER, s'ha dissenyat un marc de seguiment flexible i pràctic. Cada bretxa pot supervisar-se mitjançant diferents **eines o fonts d'evidència**, combinant mètodes **quantitatius, qualitatius i participatius**, i mantenint un enfocament realista i àgil (de manera que fins i tot els mitjans petits o els creadors independents puguin utilitzar-lo).

Aquest marc proporciona a mitjans de comunicació, departaments de comunicació i creadors de contingut eines per a autoavaluar el seu progrés en la promoció de la igualtat de gènere i d'una representació equitativa de l'esport femení.

Proporciona principis pràctics de comunicació visual per a representar a l'esport femení amb dinamisme, professionalitat i respecte. Fomenta l'ús d'imatges en acció i un tracte igualitari entre gèneres.

► **Objectiu:** Ajudar a editors, periodistes i professionals de la comunicació a avaluar fins a quin punt la representació de l'esport femení en els seus continguts és coherent i equitativa, i identificar àrees de millora.

► **Instruccions:** Per a cada afirmació, valori la seva pràctica actual en una escala de l'1 (Mai) al 5 (Sempre).

Comentin els resultats en equip i identifiquin entre 2 i 3 accions prioritàries de millora.

1 Planificació editorial i freqüència

Incloem regularment als esports femenins en la nostra cobertura esportiva, i no només durant els grans esdeveniments. El nostre calendari editorial incorpora competicions i lligues femenines durant tot l'any. Revisem l'igualtat de gènere en la cobertura durant les reunions editorials. Donem la mateixa rellevància als titulars i a la ubicació de continguts sobre esport femení i masculí.

2 Diversitat de contingut i narratives distintes

Publiquem històries sobre dones esportistes que van més enllà dels resultats (lideratge, entrenament, activisme, ..). Citem o donem veu a dones expertes, entrenadores i analistes en els nostres continguts. Cobrim regularment esports femenins menys visibilitzats i competicions locals. Donem el mateix espai i qualitat a entrevistes i perfils de dones i homes esportistes

3 Pràctiques institucionals i monitoratge

Revisem i publiquem informes sobre la proporció de gènere en la cobertura esportiva com a mínim de manera trimestral. La nostra organització compta amb directrius editorials sobre la igualtat de gènere i representació inclusiva. Col·laborem amb federacions, clubs o ONG per a accedir a continguts sobre esport femení. Existeix un punt de contacte intern o una persona responsable de diversitat per a la igualtat en els mitjans.

4 Representació visual i digital

Utilitzem fotografies dinàmiques i centrades en l'acció de les dones esportistes, i no només imatges amb poses estàtiques. Cada història sobre dones esportistes inclou, com a mínim, una imatge o un vídeo rellevant. Els nostres equips de xarxes socials garanteixen publicacions i visibilitat amb igualtat de gènere. Els peus de foto i els titulars utilitzen un llenguatge neutre i lliure d'estereotips.

5 Audiència i impacte

Analitzem les dades de participació de l'audiència segons el gènere dels i de les esportistes protagonistes. Recollem l'opinió de l'audiència sobre la nostra cobertura de l'esport femení. Promovem patrocinadors o socis que donen suport a la cobertura de l'esport femení.

12345

12345

12345

12345

12345

Reflexión y Acción

► Interpretació de resultats

- 1-2: Bretxa crítica: Cal millora immediata.
- 3: Integració parcial: desenvolupa mesures estructurades.
- 4-5: Pràctica sòlida: mantenir i compartir com a exemple de bones pràctiques.

Passos següents

►

Identifia 2 o 3 àrees de millora

Assigna responsabilitat interna (editorial/digital/RRHH)

Estableix objectius amb revisions trimestrals.



1. BRETXA EN VISIBILITAT I REGULARITAT

És moment d'una reflexió honesta: Quina visibilitat té realment l'esport femení en el vostre mitjà?
Aquesta autoavaluació t'ajuda a transformar les bones intencions en accions pràctiques i sostingudes.

RECURS

Llista d'AUTOAVALUACIÓ

 (Revisió trimestral o trimestral)

Indicador	Qüestions guiades	Evidències / Com comprovar-ho?	Puntuació (1-5)
Frecüència de Cobertura	Amb quina freqüència publiquem continguts sobre esport femení en comparació amb el masculí?	Revisa les dades de publicacions o emissions dels últims 3-6 mesos.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Continuïtat	Es manté la cobertura durant tot l'any o només en grans esdeveniments (Jocs Olímpics, Mundials)?	Analitzar el calendari de continguts o els registres editorials.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Planificació Editorial	Incloem l'esport femení en les nostres reunions editorials, calendaris o plans de contingut habituals?	Comprova documents de planificació o actes de reunions.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Visibilitat	Reben les històries una visibilitat similar (portada, titulars, ubicació en xarxes socials) a les del masculí?	Revisa portades, publicacions en xarxes socials i titulars.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Diversitat d'esports	Mostrem una varietat d'esports femenins i no només els més populars (per exemple, futbol o gimnàstica)?	Compte quants esports diferents estan representats en la cobertura.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

GUÍA DE PUNTUACIÓ

1

Mai/poques vegades

3

A vegades

5

Regularment/totalment integrat

▶ Acció de seguiment suggerida: Si la teva puntuació mitjana és inferior a 3, considera:

▶

- Introduir un calendari editorial específic per a l'esport femení.
- Establir objectius interns de visibilitat (per exemple, un mínim del 40% de la cobertura esportiva).
- Compartir històries d'èxit amb les audiències per a demostrar un compromís continu.



2. BRETXA EN DIVERSITAT NARRATIVA

Les mateixes històries explicades sempre igual acaben perdent força. Revisa el teu enfocament i descobreix noves maneres de narrar!

RECURS

EXERCICI DE REFLEXIÓ SOBRE L'ENFOCAMENT NARRATIU

 Taller exprés editorial

Format: Taller d'equipo d'1 hora o reflexió individual cada 6 mesos.

Com funciona:

1

Selecciona 10 històries o publicacions recents sobre dones esportistes.

2

Per a cada una, classifica l'enfocament dominant:

Rendiment /Habilitat

Lideratge/Veu

Impacte Social/Activisme

Personal/Emocional

3

Debat en equip:
La majoria de les històries es basen en l'aparença, les emocions o la vida personal?

4

Identifica 2-3 maneres per a millorar la pròxima cobertura (e.j., entrevistar esportistes sobre lideratge, rols comunitaris, etc..).

Indicador: % d'històries enfocades en habilitat/rendiment o lideratge (objectiu: +25% després d'1 any).

Resultat esperat: Major consciència editorial sobre els patrons d'enfocament narratiu i les oportunitats per a explicar històries que reforcin el paper de les dones esportistes.

Opcional: Utilitza un generador gratuït de núvols de paraules (com wordart.com) per a visualitzar les paraules més utilitzades en la teva cobertura. Això ajuda a detectar si predominen termes com a "bellesa", "mare", "victòria" o "capitana".



3. BRETXA ESTRUCTURAL

Quant espai ocupa el futbol masculí en la teva cobertura? Potser és moment de diversificar.



Passos de seguiment suggerits:

- Realitzar una **revisió trimestral** de la distribució de la cobertura per gènere i esport
- Elaborar un gràfic visual amb els resultats perquè siguin fàcilment visibles i comparables.
- Incloure **mètriques digitals** i de xarxes socials (per exemple, publicacions, impressions i interacció).
- Comparar els resultats al llarg del temps per a avaluar, juntament amb l'equip, el progrés cap a una representació equilibrada de manera trimestral.

RECURS	MAPATGE DE CONTINGUTS I PANELL DE DIVERSITAT			
Tipus d'esport / Categoria	Cobertura Maculina (%)	Cobertura Femenina (%)	Cobertura mixta/conjunta (%)	Accions Planificades per a la Millora
Fútbol				
Atletisme				
Bàsquet				
Natació				
Handbol				
Voleibol				
Altres esports				

Objectiu: Avaluar si les representacions visuals de les dones esportistes són dinàmiques, empoderadores i inclusives.



4. BRETXA VISUAL

Recordes allò que se sol dir? Una imatge val més que mil paraules... Quina història vols que expliqui la teva?



Passos de seguiment suggerits:

- Realitzar una auditoria visual semestral dels continguts mediàtics utilitzant aquesta llista de verificació.
- Utilitzar un sistema senzill de “semàfor” per a classificar els resultats.
- verd= equilibrat

groc = requiere mejoras

vermell = problemàtic
- Involucrar a una persona evaluadora externa o a un/a consultor/a en igualdad de género al menos una vez al año.

RECURS	REVISIÓ DE QUALITAT DEL CONTINGUT VISUAL	 Checklist
Criteri / Indicador	Observació	Acció Necesaria
¿Se muestra a las mujeres deportistas en contextos activos, competitivos o de liderazgo?		
¿Las imágenes son respetuosas y están libres de sexualización u objetificación?		
¿Las expresiones faciales y el lenguaje corporal reflejan concentración o determinación?		
¿Las imágenes representan diversidad en tipo de cuerpo, etnia, edad y capacidad?		
¿Las fotografías tienen una calidad y relevancia en comparación con las del deporte masculino?		
¿Hay suficientes imágenes dinámicas en acción frente a imágenes pasivas o posadas?		
¿El tono visual es coherente con los principios de una comunicación orientada a la igualdad?		
¿Las imágenes cumplen con los estándares éticos y de consentimiento en fotografía?		



BRETXA DE GOVERNANÇA I RESPONSABILITAT INSTITUCIONAL

Objectiu: Integrar la igualtat de gènere en les estructures de governança dels mitjans mitjançant polítiques, objectius mesurables i sistemes de seguiment.

Revisa el sistema: la igualtat necessita accions, no només paraules. Comprova com estan funcionant les teves polítiques, equips i sistemes de responsabilitat institucional.

RECURS	SEGUIMENT DE LA IGUALTAT DE GÈNERE I DE LA RESPONSABILITAT EDITORTIAL		
Àmbit d'indicadors	Qüestions de monitoratge	Estat (Sí/ No / En Procés)	Seguiment / Propers Passos
Polítiques editorials	Disposa l'organització d'una política d'igualtat de gènere o de representació inclusiva?		
Directrius sensibles al gènere	Existeixen directrius o estàndards editorials que promoguin una representació equitativa de dones i homes?		
Lideratge i personal	Quin percentatge de dones ocupa llocs editorials o de gestió?		
Formació	El personal rep formació periòdica en comunicació sensible al gènere i inclusiva?		
Seguiment i avaluació	Es duu a terme una auditoria interna o externa periòdica sobre la representació de gènere en els continguts?		
Aliances	L'organització coopera amb ONG, organismes d'igualtat o socis acadèmics?		
Transparència i informes	Es publiquen o es comparteixen públicament els resultats dels avenços (per exemple, en un informe anual)?		

Passos de seguiment suggerits:

- Portar a terme una autoavaluació institucional anual i compartir-ne els resultats internament.
- Utilitzar un sistema de puntuació ponderada per mesurar la millora al llarg del temps (per exemple: 1 = no implementat, 3 = parcialment implementat, 5 = totalment implementat).
- Vincular els resultats a indicadors de rendiment editorial o a sistemes interns de reconeixement.



“L’esport és tan poderós: uneix, inclou i dona sentit. La nostra responsabilitat és assegurar-nos que aquest poder arribi a totes les nenes, amb les mateixes oportunitats i una visibilitat justa. Quan això passa, les nenes i les dones comencen a creure en el seu lloc dins l’esport i en el futur que poden construir.”

Joanna Dochevska
Presidenta de l'Associació Búlgara per al Desenvolupament de l'Esport

III. DIRECTRIUS

INTRODUCCIÓ



La secció següent presenta les **Directrius** pràctiques del **projecte POWER** per a una representació justa i equilibrada de les dones esportistes als mitjans esportius. Aquestes Directrius tradueixen els resultats de la recerca del projecte i les seves prioritats estratègiques en recomanacions clares i aplicables que els professionals dels mitjans, els creadors de contingut i les organitzacions esportives poden utilitzar en la seva feina diària.

Cada secció nacional segueix una estructura comuna que inclou: (1) les principals conclusions nacionals i la bretxa clau identificada a través de la recerca del WP2, (2) recomanacions específiques de Què fer i Què no fer (DOs and DON'Ts) per donar suport a una representació justa, i (3) un exemple concret de bona pràctica amb conclusions pràctiques.

En la versió en anglès s'inclouen les sis seccions nacionals de directrius per facilitar l'aprenentatge entre països. En les versions nacionals traduïdes, només es presenten les directrius específiques de cada país, garantint així la seva rellevància i utilitat per als contextos mediàtics locals.



S'anima els mitjans de comunicació, periodistes i creadors de contingut de cada país a utilitzar aquestes Directrius com una eina pràctica de treball. Es poden aplicar de manera flexible per donar suport a la planificació editorial, el desenvolupament de continguts, la selecció visual i els debats interns sobre la igualtat de gènere en l'esport. Ja sigui per a l'autoavaluació, la formació d'equips o el desenvolupament de polítiques editorials, les Directrius estan dissenyades per ajudar les organitzacions a identificar bretxes, millorar les pràctiques diàries i avançar de manera mesurable cap a una cobertura esportiva més justa i inclusiva.

Un compromís amb la igualtat de gènere en l'esport

L'esport reflecteix els valors de la nostra societat, i assolir la igualtat de gènere dins d'aquest àmbit requereix un compromís compartit i actiu per part de tothom. Tot i que s'han fet avenços importants, garantir una representació justa i equilibrada de les dones esportistes –especialment als mitjans de comunicació– continua sent una responsabilitat col·lectiva que demana una acció continuada.

En aquest procés, el paper dels homes és essencial. Com a líders, responsables de la presa de decisions i comunicadors dins de l'ecosistema esportiu, **els homes tenen la responsabilitat de donar suport activament a la igualtat de gènere, qüestionar els biaixos existents i promoure narratives més inclusives.** Un canvi real i durador només pot tenir lloc quan aquest compromís és compartit i assumit per tot el sector.

El projecte POWER és un exemple sòlid de com la col·laboració pot impulsar aquest canvi. Mitjançant els esforços conjunts d'un consorci europeu compromès, les entitats sòcies han treballat plegades –combinant recerca, expertesa i diverses perspectives nacionals– per desenvolupar una Estratègia i unes Directrius que responen a reptes reals i que tenen com a objectiu transformar la manera com es representa les dones esportistes als mitjans esportius.

Per a la UFEC, ha estat un gran honor i un privilegi liderar aquest procés col·lectiu. Treballar al costat d'entitats sòcies tan compromeses ha reforçat la importància de la cooperació per assolir un impacte significatiu i durador. L'Estratègia i les Directrius POWER representen un compromís europeu compartit per construir una narrativa esportiva més inclusiva, equilibrada i representativa per a les generacions futures.



Gerard Esteva

*President de la Unió de Federacions Esportives de Catalunya (UFEC),
President de la Confederació d'Unions de Federacions Autònomoess Esportives Espanyoles (CUFADE)*

ESPANYA

DIRECTRIUS NACIONALS SOBRE LA REPRESENTACIÓ MEDIÀTICA JUSTA DE LES DONES EN L'ESPORT

Principals troballes i bretxa principal



PRINCIPALS TROBALLES

Espanya és un dels països més destacats a escala europea pel que fa a l'esport femení d'elit, amb grans resultats en futbol, bàsquet, waterpolo i disciplines individuals.

L'interès públic augmenta dràsticament durant els grans tornejos, i les victòries nacionals generen una gran atenció mediàtica. Tanmateix, la recerca del WP2 demostra que la visibilitat continua sent irregular, efímera i marcada per biaixos de gènere persistents.

1. Gran visibilitat durant els tornejos importants, especialment en el futbol, però amb un fort descens fora dels esdeveniments d'elit.
2. La narrativa estereotipada continua sent habitual, amb un enfocament freqüent en les emocions, l'aparença o la vida personal, en lloc del rendiment i l'expertesa.
3. Escassa presència de dones com a comentaristes, expertes i responsables de la presa de decisions als mitjans de comunicació esportius.



BRETXA PRINCIPAL

Bretxa de Diversitat Narrativa



Les dones sovint són representades de manera superficial, i no com a expertes ni líders.

QUÈ FER I QUÈ NO FER

Com utilitzar els "Què fer" i "Què no fer"?

Aquestes recomanacions ofereixen consells ràpids i pràctics que es poden aplicar a la redacció, oficina de premsa o canal de continguts, independentment de la mida de l'organització.



QUÈ FER

- Proporcionar **cobertura durant tot l'any** de l'esport femení, no només durant els grans tornejos.
- Centrar la narració en el **rendiment, les tàctiques i els assoliments** esportius.
- Presentar les **dones esportistes** com a líders, capitanes i expertes.
- Incloure dones com a **comentaristes i analistes** en els programes esportius.
- Utilitzar imatges **dinàmiques i basades en l'acció**, que mostrin força i competitivitat.



QUÈ NO FER

- No limitar la cobertura només als **Jocs Olímpics, als Mundials o a les finals**.
- No descriure l'èxit com a "**sorprenent**" pel fet que l'esportista sigui dona.
- No prioritzar **l'aparença, les emocions o la vida privada** per sobre de l'esport.
- No definir les dones **en relació amb els homes**, com ara parella, filla, etc.
- No excloure les dones dels **debats d'experts ni de les anàlisis tàctiques**.

ESPANYA



BONA PRÀCTICA

Guia per als mitjans de comunicació: representació informativa de les dones en l'esport- Espanya, Consejo Superior de Deportes (CSD), Govern d'Espanya



[Link](#)

Inspiració de bones pràctiques

*Necessites idees?
Aquest exemple mostra què ja està
funcionant en altres llocs i com ho
pots adaptar a la teva realitat..*



El Consejo Superior de Deportes (CSD) d'Espanya ha elaborat una guia nacional adreçada a periodistes i mitjans de comunicació amb l'objectiu de promoure una cobertura justa, precisa i lliure d'estereotips de les dones en l'esport.

La guia ofereix recomanacions pràctiques sobre el llenguatge, principis de comunicació visual i exemples d'informació esbiaixada en comparació amb informació adequada. Aborda directament els estereotips narratius i anima els periodistes a centrar-se en el rendiment, el lideratge i l'expertesa, i a evitar enfocaments basats en les relacions personals o l'aparença.

Per què és important per a Espanya?

- Proporciona una **referència nacional oficial** per corregir narratives esbiaixades en la cobertura esportiva.
- Ajuda els professionals dels mitjans de comunicació a identificar i substituir els **estereotips habituals** que afecten les dones esportistes espanyoles.
- Fomenta el canvi de relats emocionals o superficials cap a una informació basada en el **rendiment i centrada en el lideratge**.
- Dona suport als periodistes amb directrius lingüístiques i visuals concretes adaptades al context mediàtic espanyol.

Aplicació pràctica

- Utilitzar la guia del CSD com a referència editorial per a titulars, entrevistes i imatges.
- Incorporar la seva llista de verificació en els fluxos de treball de les redaccions per evitar estereotips i garantir un enfocament centrat en el rendiment.
- Formar periodistes i comentaristes utilitzant els exemples de la guia sobre informació esbiaixada en comparació amb informació equilibrada.

IV. ANNEXOS

1	Principals bretxes identificades a partir dels resultats de la recerca del projecte POWER (WP2).	27
2	Principis i valors fonamentals del document.	28
3	Mapatge de les directrius utilitzades	29
4	Bibliografia i referències	30

IV. ANNEXOS

1. Principals bretxes identificades a partir dels resultats de la recerca del projecte POWER (WP2).

BRETXA PRINCIPAL IDENTIFICADA	Explicació/ Implicació	Àrea de millora (estudi POWER)	Patró Observat (de la investigació POWER)
Bretxa de visibilidad	La cobertura mediàtica de les dones esportistes és irregular i està impulsada principalment pels esdeveniments: augmenta durant els Jocs Olímpics o els grans tornejos i, després, desapareix durant llargs períodes. Això impedeix que el públic desenvolupi familiaritat amb les esportistes i els equips. A més, redueix la visibilitat comercial i les oportunitats de patrocini.	1. Freqüència i continuïtat de la cobertura	Presència intermitent, concentrada en esdeveniments d'elit; absència de narratives sostingudes durant tot l'any.
Bretxa de diversitat narrativa	La cobertura mediàtica de les dones esportistes sovint es construeix d'un enfocament personal o emocional, més que no pas a partir de la seva habilitat esportiva i la seva professionalitat. Els rols més amplis com a líders, referents o agents de canvi poques vegades es visibilitzen, limitant la comprensió pública de la seva contribució a l'esport i a la societat.	2. Diversificació dels enfocaments narratius	Enfocament gairebé exclusiu en el rendiment esportiu immediat; poc espai per al lideratge, l'impacte social o les històries personals.
Bretxa estructural	El predomini del futbol masculí a les redaccions, les graelles de programació i els patrocinis genera barreres estructurals per a la visibilitat d'altres esports. Aquest biaix relega l'esport femení i distorsiona la percepció pública de la diversitat esportiva. A més, limita la inversió en esports alternatius en què les dones destaquen.	3. Reduir el pes desproporcionat del futbol masculí	Monopoli editorial del futbol masculí, fins i tot en països amb una sòlida tradició d'esport femení.
Bretxa de representació visual	Les dones esportistes estan infrarepresentades visualment i, sovint, se les mostra de manera estàtica, neutra o passiva. La manca d'imatges dinàmiques contrasta amb la manera com es retrata els esportistes homes –en acció i amb càrrega emocional–, fet que reforça percepcions desiguals sobre l'energia, la competitivitat i el valor.	4. Ús sistemàtic d'elements visuals	Absència freqüent d'imatges o ús limitat de retrats estàtics; manca de dinamisme visual.
Bretxa de governança i responsabilitat institucional	La majoria dels mitjans de comunicació no disposen d'estratègies formals d'igualtat de gènere, polítiques editorials o mecanismes de seguiment. Sense un compromís institucional ni eines de rendició de comptes, la informació amb perspectiva de gènere depèn de l'esforç individual més que no pas d'una pràctica sistèmica. Això perpetua la manca de coherència i alenteix els avenços.	5. Suport institucional i polítiques editorials	Manca d'objectius clars per garantir l'equilibri de gènere en la cobertura mediàtica.

IV. ANNEXOS

2. Principis i Valors fonamentals del document

PRINCIPIS FONAMENTALS	• Enfocament basat en la recerca: Totes les recomanacions i missatges es fonamenten en els resultats de la recerca desenvolupada en el WP2 i en les normes internacionals vigents. Això garanteix la pertinència, la solidesa i la credibilitat de l'estratègia. • Orientació pràctica: L'estratègia es concep com un recurs útil i aplicable per a professionals dels mitjans de comunicació, creadors de contingut i comunicadors esportius. Per aquest motiu, inclou propostes concretes, recomanacions pràctiques i exemples basats en situacions reals. • Adaptabilitat als contextos locals: L'estratègia i les directrius són flexibles i permeten adaptar-se a escala nacional, tenint en compte els diferents ecosistemes mediàtics, les normes culturals i les especificitats lingüístiques de cada context. • Empoderament a través de la sensibilització: L'estratègia pretén no només informar, sinó també promoure canvis d'actitud i de comportament. D'aquesta manera, contribueix a construir una cultura mediàtica més inclusiva, que reforci les veus, la visibilitat i el reconeixement de les dones en l'esport. • Col·laboració i responsabilitat compartida: La representació equilibrada de gènere en els mitjans esportius requereix un compromís col·lectiu. Per això, l'estratègia fomenta la col·laboració entre mitjans de comunicació, federacions esportives, institucions educatives, organismes d'igualtat i altres agents rellevants, amb l'objectiu de generar un impacte sistèmic i durador.
VALORS FONAMENTALS	• Igualtat de gènere: Compromís amb una representació, un tracte i unes oportunitats equitatives per a dones i homes en totes les formes de comunicació i cobertura mediàtica esportiva. • Diversidat i inclusió: Reconeixement i visibilització de la diversitat de les dones esportistes pel que fa als seus orígens, capacitats, ètnies, identitats i trajectòries personals i professionals. • Precisió i equitat en la representació: Foment de representacions equilibrades, respectuoses i no estereotipades de les dones esportistes, posant el focus en les seves habilitats, assoliments, lideratge i contribucions a l'esport. • Comunicació ètica: iPromoció de la integritat i del periodisme ètic, evitant el sensacionalisme, la sexualització o els enfocaments esbiaixats, i garantint relats respectuosos, dignes i basats en criteris professionals. • Responsabilitat i transparència: Promoció d'una cultura de responsabilitat mitjançant el seguiment i l'avaluació periòdics, així com la transparència sobre els avenços assolits en relació amb els objectius d'igualtat de gènere en els mitjans esportius.

IV. ANNEXOS

3. Mapatge de les directrius utilitzades

El consorci del projecte va dur a terme un procés estructurat i col·laboratiu per identificar, analitzar i avaluar les directrius existents relacionades amb la representació de les dones esportistes en els mitjans esportius.

Cada soci va realitzar un exercici de mapatge a escala nacional utilitzant una Plantilla d'Identificació i una Matriu d'Avaluació validades conjuntament. Cada organització va aportar almenys cinc materials pertinents publicats en els darrers deu anys, fet que va donar com a resultat un total de 50 directrius i documents estratègics recopilats de fonts nacionals, de la UE i internacionals, incloent-hi federacions esportives, institucions públiques, ONG i entitats de l'àmbit mediàtic.

Aquests materials es van avaluar de manera sistemàtica d'acord amb criteris comuns, entre els quals s'inclouen el públic destinatari, la rellevància per a la representació de gènere en l'esport, l'orientació pràctica, les fortaleeses i debilitats, i la idoneïtat com a referències per als resultats del projecte POWER. Els materials no recomanats es van excloure d'anàlisis posteriors.

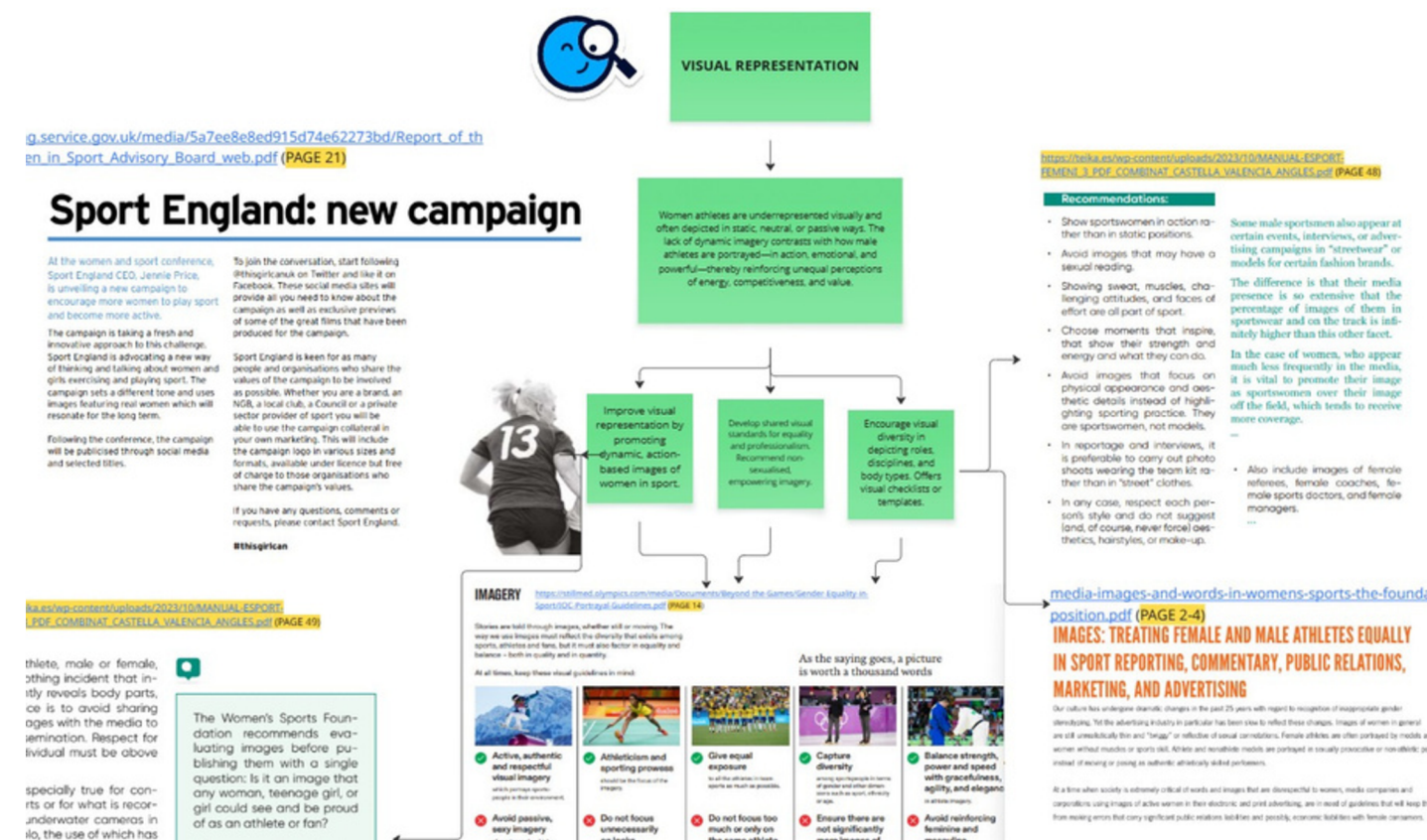
Els 42 documents restants es van redistribuir entre els socis per a la seva revisió per parells, garantint que cada organització analitzés materials diferents dels que havia presentat inicialment i, quan va ser necessari, d'acord amb les competències lingüístiques disponibles.

Durant la fase de revisió per parells, els materials es van examinar en profunditat a la llum de les principals bretxes identificades en la recerca del WP2: visibilitat i continuïtat, diversitat narrativa, desequilibri estructural, representació visual, i governança i rendició de comptes. Això va garantir que el procés de mapatge estigués directament vinculat als reptes reals identificats en la fase de recerca del projecte.

Els resultats es van organitzar en un mapa mental visual en un "tauler de Miro", fet que va permetre al consorci identificar amb claredat fortaleeses, solapaments i àmbits en què l'orientació disponible continua sent insuficient.

Finalment, es va dur a terme una comparació creuada entre els resultats del WP2 i les directrius analitzades. Aquesta avaluació de rellevància i aplicabilitat va garantir que la futura Estratègia i Directrius POWER no dupliquessin recursos existents, sinó que abordessin les bretxes identificades de manera innovadora i basada en l'evidència.

Els documents clau que han alimentat el desenvolupament de l'Estratègia i les Directrius POWER s'enumeren a l'Annex IV.



IV. ANNEXOS

4. Bibliografia i referències

AGCOM. (2017). *Raccomandazione sulla corretta rappresentazione dell'immagine della donna nei programmi di informazione e di intrattenimento.*
<https://www.agcom.it/provvedimenti/delibera-442-17-cons>

Aristotle University of Thessaloniki. (2015). *Οδηγός καταπολέμησης των διακρίσεων λόγω φύλου στα ΜΜΕ [Guide for combating gender discrimination in the media].*
https://jour.auth.gr/wp-content/uploads/sites/332/2024/11/odigos_final_%CE%9C%CE%9C%CE%95.pdf

Bilitis Foundation. (2022). *Handbook for improving the prevention and combating of gender-based violence in sport.*
<https://bilitis.org/wp-content/uploads/2022/09/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F-%D0%B8-%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B1%D0%B0-%D1%81-%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B0-%D0%B2-%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B0.pdf>

Bulgarian Ministry of Labour and Social Policy. (2020). *National strategy for promoting equality between women and men 2021–2030.*
<https://www.mlsp.government.bg/uploads/41/test/strategy2021-2030.pdf>

CGBV Basketball Project. (2024). *Early detection of GBV in basketball: Raising awareness handbook for coaches, trainers and staff.*
https://cgbvbasket.eu/wp-content/uploads/dlm_uploads/2024/02/Raising-Awareness-Handbook-on-Early-Ditection-of-GBV-in-Basketball.pdf

Commission for Protection Against Discrimination (Bulgaria). (2025). *The diversity toolkit for media.*
<https://kzd-nondiscrimination.com/wp-content/uploads/2025/06/diversitytoolkit-1.pdf>

CONI Trento. (2024). *Parità di genere – Linguaggi, norme, pratiche: Spazi sportivi e parità di genere.*
https://trento.coni.it/images/trento/trento/documenti_scaricabili/2024/1_da_condividere_Formazione_CONI_Trento_110423-compresso.pdf

4. Bibliografia i referències

Council of Europe. (2025). *Gender equality in sport: Greece (ALL IN Plus country report)*.

<https://rm.coe.int/all-in-plus-greece-05022025/1680b420ee>

Council of Europe. (2019). *How to make an impact: Gender equality toolkit*.

<https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-on-gender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2>

European Commission. (2014). *Gender equality in sport: Proposal for strategic actions 2014–2020*.

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7e7a7ff2-5bff-42b4-90f9-8266b3ddc01c>

European Commission. (2022). *Towards more gender equality in sport: Recommendations and action plan*.

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/684ab3af-9f57-11ec-83e1-01aa75ed71a1>

European Institute for Gender Equality. (2014). *Greece: Advancing gender equality in decision-making in media organisations*.

https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/advancing_gender_equality_in_decision-making_in_media_organisations_-_greece.pdf

European Institute for Gender Equality. (2019). *Toolkit on gender-sensitive communication*.

<https://eige.europa.eu/publications-resources/publications/toolkit-gender-sensitive-communication>

European Union. (2020). *A union of equality: Gender equality strategy 2020–2025*.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0152>

Fédération Internationale de Motocyclisme. (2024). *FIM portrayal guidelines*.

https://www.fim-moto.com/fileadmin/user_upload/Documents/2024/FIM_Portrayal_Guidelines_Final.pdf

Getty Images. (2016). *Guidelines for women & girls in sport*.

<https://engage.gettyimages.com/women-in-sports-form>

4. Bibliografia i referències

Getty Images. (2022). *Visual GPS: Women and girls in sport guidelines.*

<http://reports.gettyimages.com/VisualGPS-Women-And-Girls-In-Sport-Guidelines.pdf>

Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes. (2025). *Media and gender equality guidelines.*

https://www.egalsport.com/files/ugd/64d17e_14ceaf40e7274980ab11e679301cdb82.pdf

Inclusion Playbook. (2024). *Ultraviolet & the inclusion playbook.*

https://www.inclusionplaybook.com/files/ugd/eba935_ccce78dcfd97485b9859d9063842c07a.pdf

International Federation of Journalists. (2012). *Learning resource kit for gender-ethical journalism and media house policy: Book 1 – Conceptual issues.*

https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/Learning_Resource_Kit_Book_1_EN.pdf

International Federation of Journalists. (2012). *Learning resource kit for gender-ethical journalism and media house policy: Book 2 – Practical resources.*

https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/Learning_Resource_Kit_Book_2_EN.pdf

International Hockey Federation. (2024). *FIH portrayal guidelines review.*

<https://www.fih.hockey/static-assets/pdf/fih-gedi-portrayal-review-july-2024.pdf>

International Olympic Committee. (2024). *IOC portrayal guidelines.*

<https://stillmed.olympics.com/media/Documents/Beyond-the-Games/Gender-Equality-in-Sport/IOC-Portrayal-Guidelines.pdf>

POWER – The portrayal of women athletes in sports media. Deliverable D2.1 – Output 1: Research methodology, production of national reports and the EU report (2025, August). (Grant Agreement No. 101185115).

https://project-power.eu/wp-content/uploads/2025/10/101185115_D2.1-Output-1.pdf

Research Centre for Gender Equality (KETHI). (2018). *Guide for the media on the elimination of sexism and gender discrimination.*

https://www.kethi.gr/sites/default/files/wp-content/uploads/2018/03/%CE%9F%CE%94%CE%97%CE%93%CE%9F%CE%A3_mme_publ.pdf

4. Bibliografia i referències

Sport e Salute. (2024). *ALL IN Plus: Promoting greater gender equality in sport.*

https://www.sportesalute.eu/images/studi-e-dati-dello-sport/schede/2024/202_all_in_plus.pdf

Teika Comunicación. (2023). *Manual de tratamiento periodístico del deporte femenino y las mujeres deportistas.*

https://teika.es/wp-content/uploads/2023/10/MANUAL-ESPORT-FEMENI_3_PDF_COMBINAT_CASTELLA VALENCIA ANGLÉS.pdf

UK Government. (2015). *Final report of the Government's Women and Sport Advisory Board.*

<https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a755da3e5274a59fa717970/FINAL.pdf>

UK Government. (2016). *Interim report of the Government's Women and Sport Advisory Board.*

https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7ee8e8ed915d74e62273bd/Report_of_the_Government_s_Women_in_Sport_Advisory_Board_web.pdf

UNESCO. (2012). *Gender-sensitive indicators for media.*

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217831>

UNESCO. (2024). *Sport and gender equality game plan: Guidelines for gender-transformative sport policies and programmes.*

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390527>

Women's Sport Trust. (2021). *Closing the visibility gap: Growing the value of women's sport through the impact of visibility.*

https://www.womenssporttrust.com/wp-content/uploads/2021/04/WST_Closing-the-Visibility-Gap_vFINAL-VERSION.pdf

Women's Sports Foundation. (2016). *Media images and words in women's sports.*

<https://www.womenssportsfoundation.org/wp-content/uploads/2016/08/media-images-and-words-in-womens-sports-the-foundation-position.pdf>

Women's Sports Foundation. (2024). *Play to lead: The generational impact of sport on women's leadership.*

<https://www.womenssportsfoundation.org/wp-content/uploads/2024/09/Play-to-Lead-Report-2024.pdf>