

¿Qué convierte a una deportista en leyenda?

Por [María Luisa Fanjul Fernández](#), [Francisco José Pradana Pérez](#), [José Jesús Vargas Delgado](#)

17/12/2025 | <https://doi.org/10.63083/lamec.2025.102.fpv>



Este artículo se basa en una investigación académica publicada en el capítulo: “El papel del lenguaje inclusivo en la creación de un ídolo deportivo en la prensa especializada en España: una comparativa de género”, de María Luisa Fanjul Fernández, incluido en el libro Género e igualdad como señas de identidad modernas de la editorial Tirant lo Blanch (Bejarano, Sánchez y Corral, 2022). Aunque el acceso no es abierto, puede consultarse en bibliotecas universitarias o en

la [ficha editorial del libro](#).

En el deporte, el relato forma parte del resultado. En este sentido, la cobertura mediática, y especialmente la [prensa deportiva](#), ha desempeñado un papel clave en la forma en que se perciben y reconocen los logros de las deportistas y los deportistas.

Así queda de manifiesto en un análisis de 18 portadas del [diario Marca](#), publicadas entre 1980 y 2020, que recogen momentos destacados del tenis español. Todas ellas están centradas en logros individuales de tenistas tanto hombres como mujeres en el marco de los cuatro torneos de Grand Slam (Open de Australia, Roland Garros, Wimbledon y US Open) o en periodos en los que figuraron entre los tres primeros puestos del ranking mundial, ya sea ATP o WTA.

La muestra fue configurada de forma intencionada, con el objetivo de comparar representaciones mediáticas en condiciones de visibilidad similares. Entre los nombres incluidos se encuentran Arantxa Sánchez Vicario, Conchita Martínez, Garbiñe Muguruza, Carlos Moyá, Juan Carlos Ferrero y Sergi Bruguera.

Jugador/a	Roland Garros	Open USA	Wimbledon	Open Australia	ATP / WTA
Carlos Moya	Ganador (1998)	—	—	Final (1997)	ATP: 1999-1º
Juan C. Ferrero	Final (2002) Ganador (2003)	—	—	Final (2013)	ATP: 2003-1º
Sergi Bruguera	Ganador (1993, 1994) Final (1997)	—	—	—	ATP: 1994-3º
Arantxa S. Vicario	Ganadora (1989, 1994, 1998)	Ganadora (1994)	—	—	WTA: 1995-1ª
Conchita Martínez	Final (2000)	—	Ganadora (1994)	Final (1998)	WTA: 1995-2ª
Garbiñe Muguruza	Ganadora (2016)	—	Final (2015) Ganadora (2017)	Final (2020)	WTA: 2017-1ª

Los resultados evidencian un tratamiento informativo diferenciado en función del género. Mientras que las mujeres son presentadas con frecuencia mediante expresiones vinculadas

al ámbito emocional o estético como “reina”, “maravillosa” o “amor”, en el caso de los hombres predominan términos asociados a la competición, la conquista o la heroicidad.

En este contexto, resulta relevante examinar el lugar que ocupa la prensa deportiva y en particular sus portadas, en la definición simbólica del reconocimiento en el ámbito deportivo. No siempre son los resultados los que determinan la visibilidad de una figura, sino también el modo en que se articula su representación, puesto que los recursos narrativos, el uso del lenguaje y los estereotipos de género contribuyen a configurar el marco de lectura desde el que se valoran esos logros.

Este artículo profundiza en cómo se han construido las figuras del tenis español en los últimos cuarenta años y qué diferencias presenta su tratamiento mediático en función del género.

La épica y la emoción

A lo largo de cuatro décadas, tenistas como Arantxa Sánchez Vicario, Conchita Martínez o Garbiñe Muguruza han protagonizado momentos históricos para el deporte español. Sin embargo, los titulares que han acompañado sus victorias no siempre han estado centrados en la hazaña deportiva.

Expresiones como “la más joven reina del tenis mundial”, “te comería a besos” o “Garbiñe enamora a la catedral del tenis” consolidan una tendencia a vincular sus logros con el afecto, [la emoción o la estética](#). Son frases que refuerzan una narrativa cercana al ideal romántico, incluso cuando se trata de éxitos profesionales de primer nivel.

En contraste, los tenistas varones reciben portadas que hablan de fuerza, ambición o conquista. La épica, la acción y el poder dominan el relato a través de titulares como “nuestro nuevo campeón”, “alcanzó la cima”, “conquistó Roland Garros”.

La visibilidad de género

Otra forma en la que se expresa esta desigualdad es a través de la visibilidad. En ocasiones, los logros femeninos ni siquiera son nombrados cuando se hace recuento de victorias históricas. Así ocurrió, por ejemplo, cuando Marca celebró que Sergi Bruguera fuera “el cuarto tenista español en ganar Roland Garros”, obviando que Arantxa Sánchez Vicario ya lo había logrado años antes.

Y otras veces, el género se subraya incluso cuando no es necesario. Titulares como “así solo pierden las más grandes” o “se va la mejor deportista de todos los tiempos” visibilizan que se trata de mujeres incluso en contextos donde esa mención no aporta información relevante.

Estas decisiones editoriales tienen un efecto acumulativo en el imaginario colectivo, al reforzar la idea de que el deporte masculino es la norma, y el femenino, la excepción.

Estereotipos que aún persisten

Las portadas analizadas muestran cómo, en muchos casos, el lenguaje sigue anclado en estereotipos de género. Las mujeres son “reinas”, “maravillosas”, “emocionantes”. Los hombres, en cambio, son “campeones”, “líderes”, “ganadores”.

Esta diferencia de enfoque contribuye a crear dos formas distintas de entender el éxito. Para ellos, el logro se vincula con el esfuerzo, la superación y la historia. Para ellas, con la sensibilidad, la belleza o la sorpresa.

La importancia de lo que no se dice

El análisis también revela que el lenguaje inclusivo todavía es una asignatura pendiente en la prensa deportiva. En muchas ocasiones, se recurre al masculino genérico incluso cuando se habla de deportistas de ambos sexos, invisibilizando así la presencia femenina.

Por otro lado, hay momentos en los que el género se menciona sin necesidad, reforzando una diferenciación constante que no siempre es constructiva.

El lenguaje no solo comunica. También modela. Y en el deporte, [ese modelado tiene consecuencias directas sobre la percepción pública](#), el interés mediático y las oportunidades de patrocinio.

Conclusión: hacia un relato más equitativo

El objetivo no es censurar la emoción ni eliminar el carisma de las crónicas deportivas. Al contrario. Es enriquecerlas. Incorporar una mirada más equitativa que reconozca el talento sin recurrir a estereotipos. Que narre los logros de las mujeres con la misma solemnidad, contundencia o entusiasmo con que se cuentan los de los hombres.

Porque lo que no se nombra no existe. [Y lo que se nombra mal, se entiende peor.](#)

BIO

[María Luisa Fanjul Fernández](#)

Universidad Europea de Madrid

[Más artículos del autor](#)

BIO

[Francisco José Pradana Pérez](#)

Universidad Europea de Madrid

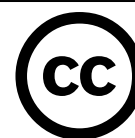
[Más artículos del autor](#)

BIO

[José Jesús Vargas Delgado](#)

Universidad Europea de Madrid

[Más artículos del autor](#)



[La Mecedora Divulga](#) is licensed under [CC BY-NC-ND 4.0](#)

