



# UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

## TESIS DOCTORAL

Título
<b>Cobertura diferencial en función del género en la información deportiva en prensa: Un caso particular de estudio: el suplemento <i>Juegos Deportivos</i> del diario <i>La Rioja</i> sobre los Juegos Deportivos de La Rioja en la Temporada 2010-2011</b>
Autor/es
<b>Juan José Hermosilla Calvo</b>
Director/es
Ana María Ponce de León Elizondo y Eva Sanz Arazuri
Facultad
Facultad de Letras y de la Educación
Titulación
Departamento
Ciencias de la Educación
Curso Académico
2013-2014



**Cobertura diferencial en función del género en la información deportiva en prensa: Un caso particular de estudio: el suplemento *Juegos Deportivos* del diario *La Rioja* sobre los Juegos Deportivos de La Rioja en la Temporada 2010**

**-2011**, tesis doctoral

de Juan José Herмосilla Calvo, dirigida por Ana María Ponce de León Elizondo y Eva Sanz Arazuri (publicada por la Universidad de La Rioja), se difunde bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported. Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los titulares del copyright.

- © El autor
- © Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones, 2014  
publicaciones.unirioja.es  
E-mail: publicaciones@unirioja.es



UNIVERSIDAD  
DE LA RIOJA

**TESIS DOCTORAL**

---

**COBERTURA DIFERENCIAL EN FUNCIÓN DEL  
GÉNERO EN LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN  
PRENSA**

**Un Caso Particular de Estudio: el Suplemento *Juegos  
Deportivos* del Diario *La Rioja* sobre los Juegos  
Deportivos de La Rioja en la Temporada 2010-2011**

---

**Autor**

**Juan José Herмосilla Calvo**

**Directoras**

**Dra. Ana Ponce de León Elizondo**

**Dra. Eva Sanz Arazuri**



**Departamento de Ciencias de la Educación**

**Universidad de La Rioja**

**2014**





D<sup>a</sup> Ana Ponce de León Elizondo, Profesora Titular de la Universidad de La Rioja y  
D<sup>a</sup> Eva Sanz Arazuri, Profesora Contratada Doctora de la Universidad de La Rioja,

**INFORMAN:**

Que el trabajo de investigación titulado:

*COBERTURA DIFERENCIAL EN FUNCIÓN DEL GÉNERO EN  
LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN PRENSA. Un caso  
particular de estudio: el suplemento Juegos Deportivos del  
diario La Rioja sobre los Juegos Deportivos de la Rioja en la  
Temporada 2010-2011,*

Presentado por el doctorando **D Juan José Hermosilla Calvo** para la obtención del Grado de Doctor, ha sido realizado bajo nuestra dirección y que, cumpliendo con los requisitos formales y el rigor científico exigidos, AUTORIZAN su presentación para ser juzgado ante el correspondiente tribunal en la Universidad de La Rioja.

Para que así conste y surta los oportunos efectos, se firma en Logroño, a dos de junio de dos mil catorce.

**LAS DIRECTORAS DE LA TESIS**

Fdo. Ana Ponce de León Elizondo

Fdo. Eva Sanz Arazuri



Grupo de Investigación: ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTE EN EL ESPACIO Y TIEMPO DE OCIO  
Universidad de La Rioja c/ Luis de Ulloa s/n. LOGROÑO  
Tfno. 941299329 Fax: 941299333 e-mail: ana.ponce@unirioja.es



*A Azucena*





## **Agradecimientos**

El presente trabajo solo ha sido posible gracias a la contribución de muchas personas. Aun a riesgo de olvidarme de alguna trataré de mencionarlas.

En primer lugar, Ana y Eva, os agradezco sobremanera que hayáis accedido a dirigirme en esta tesis, dedicándome un tiempo que, en personas tan ocupadas como vosotras, cobra un especial valor. Como especialista en educación física, es un orgullo para mí haber sido conducido por dos investigadoras que tantas interesantes aportaciones científicas vienen realizando al ámbito del ocio físico-deportivo. Además de vuestra excelente guía académica y siempre acertado consejo, he valorado especialmente vuestra paciencia y constante ánimo. Solo vuestro equilibrio entre comprensión y firmeza han conducido hasta aquí a un doctorando tan inconstante. Además de por este trabajo, Ana, te recordaré siempre también con sincero afecto por tus enseñanzas de Magisterio, que tuve la enorme suerte y deleite de recibir.

Muchas gracias César por tu colaboración, que ha permitido alcanzar el objetivo de este trabajo de un modo mucho más preciso. Cooperar desinteresadamente en una investigación que juzga tu propia labor es un ejemplo de seguridad profesional y responsabilidad social que hoy día no resulta fácil de encontrar. Independientemente de que *Juegos Deportivos*, como cualquier obra humana, sea perfectible, debo felicitarte por tu excelente trabajo al frente de esta interesantísima publicación.

No me olvido tampoco de Gloria, María, Diego, Jesús Vicente y Ricardo. Vuestra sincera implicación permitió garantizar la calidad de los datos en que se sustenta esta investigación. Sé que la vuestra fue una tarea ardua, que no facilitó para nada el hecho de tener que trabajar a ciegas. Gracias.

Quiero agradecer también desde estas líneas al personal de la Biblioteca de La Rioja su profesionalidad, que me permitió desarrollar el trabajo de campo en el mínimo tiempo imprescindible.

Dejo para el final aquí, pero en primer lugar en mis sentimientos, a mi familia. Sin vosotros, está claro, esto sí que no habría sido posible.

Queridos padres, nunca terminaré de estar suficientemente agradecido por vuestros sacrificios y privaciones para brindarnos las máximas oportunidades posibles en la

vida. Habéis hecho por mis hermanos y por mí mucho, mucho más, de lo que podría considerarse moralmente irreprochable.

Querida mamá, a ti muy especialmente te debo reconocimiento. Cada hito académico que culmino no puedo evitar pensar que a pesar de tu origen humilde, o quizá precisamente por él, siempre has comprendido tan bien la importancia del saber y nos has apoyado y animado para alcanzarlo.

Teresa y Mateo, ni esto, ni nada en mi vida, tendría sentido sin vosotros. Siento que mi obsesión por este trabajo, en ocasiones, haya hecho difícil apreciarlo. Espero que su culminación me permita volver a ponerlos otra vez en el centro no ya solo de mi amor, de donde nunca habéis salido, sino también de mi tiempo y atención. Espero que sepáis comprenderme y que al final todos pensemos que ha merecido la pena este viaje.

## Resumen

La investigación actual muestra que los medios de comunicación infrarrepresentan a las mujeres, y que, cuando las retratan, con preocupante frecuencia lo hacen de un modo estereotipado, acorde con modelos normativos de feminidad propios de perspectivas androcéntricas. Al actuar de este modo, los medios no solo coartan una representación ajustada de la verdadera diversidad y contribución de la mujer a la sociedad y la cultura, sino que difunden unos marcos de interpretación de la realidad que pueden contribuir a justificar y perpetuar las desigualdades de género existentes. Como veremos a lo largo del presente trabajo, los medios, en sus representaciones, también discriminan a la mujer al informar sobre el ámbito deportivo.

La presente investigación tiene por objetivo determinar si *Juegos Deportivos*, un suplemento centrado en el deporte infantil y juvenil riojano, al informar realiza un tratamiento diferencial cuantitativo de los deportistas que retrata en función de su sexo.

Partiendo de un análisis del estado de la cuestión científica en este ámbito, se identifica un amplio conjunto de indicadores utilizados por otros investigadores para estudiar las representaciones mediáticas de género en la información deportiva de medios impresos. Una vez sistematizados, tomando como referente conceptual la Teoría del Establecimiento de la Agenda, estos indicadores constituyen la base para el diseño de un instrumento de análisis de contenido que permite recoger la información necesaria para poner a prueba las hipótesis de investigación planteadas. Estas hipótesis postulan que las deportistas de sexo femenino, en lo concerniente a los procesos de *selección y jerarquización* de la información en el suplemento, se verán discriminadas frente a sus homólogos masculinos.

Para la prueba de las hipótesis planteadas, además de la información recogida en el análisis de contenido de los números de una temporada completa de la publicación, se considera la realidad deportiva retratada por el suplemento, así como el proceso de producción mediática de éste, lo que incluye una entrevista focalizada con su Responsable.

Los resultados alcanzados permiten conocer hasta qué punto *Juegos Deportivos* realiza una representación equitativa de los jóvenes deportistas en términos de género.



# Índice

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>25</b>
1.1	El género como categoría de análisis: significado atribuido en la presente investigación	29
1.2	La representación de la mujer en los medios de comunicación	32
1.2.1	La representación mediática de la mujer: un panorama sombrío	32
1.2.2	Los estereotipos/roles de género en las representaciones mediáticas	43
1.2.3	Los estereotipos de género en las representaciones mediáticas deportivas	47
1.2.4	Hacia una representación mediática de los géneros equilibrada: avances, necesidades, retos y oportunidades	52
1.3	Deporte y género	68
1.3.1	El deporte como categoría de análisis: significado atribuido en la presente investigación	68
1.3.2	Deporte y género: un realidad cuantitativa y cualitativa diferente para mujeres y hombres	69
1.3.3	Deporte, socialización y género	73
1.4	Los Medios de Comunicación y el Aprendizaje Social Deportivo de Género	77
1.4.1	La comunicación social como objeto de estudio	77
1.4.2	Los efectos mediáticos y el aprendizaje social deportivo de género	78
1.4.3	La relevancia del sistema deportivo-mediático en España	87
1.5	Representación Diferencial en Función del Género en la Información Deportiva en Prensa: Estado de la Cuestión	90
1.5.1	Revisión cronológico-alfabética de investigaciones sobre representación diferencial en función del género en la información deportiva en prensa	91
1.5.2	Análisis comparativo de las investigaciones sobre el estado de la cuestión	115
1.6	La Teoría del Establecimiento de la Agenda ( <i>Agenda Setting</i> ) como Marco Conceptual para la Identificación de Mecanismos Discriminatorios en las Representaciones de la Mujer en la Información Deportiva en Prensa	133
1.6.1	La Teoría del Establecimiento de la Agenda ( <i>Agenda Setting</i> )	133
1.6.2	Niveles de la <i>Agenda Setting</i> y mecanismos discriminatorios en las representaciones mediáticas de las mujeres en la prensa de carácter deportivo	135
1.7	Definición de la presente investigación: Objetivo, hipótesis, focos de estudio y justificación	147
1.7.1	Objetivo	147
1.7.2	Hipótesis para la consecución del objetivo de la investigación	147
1.7.3	Focos de estudio	151
1.7.4	Justificación	154
<b>2</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>159</b>
2.1	Metodología para el Estudio del Input	161
2.2	Metodología para el Estudio del Through-put	163
2.3	Metodología para el estudio del output	166
2.3.1	Población	166
2.3.2	Técnica de investigación: análisis de contenido	167
2.3.3	Unidades de análisis y variables de estudio	168
2.3.3.1	Unidades informativas como unidades de análisis	170
2.3.3.2	Variables de estudio en las unidades informativas	172
2.3.3.3	Fotografías como unidades de análisis	173
2.3.3.4	Variables de estudio en las fotografías	173
2.3.3.5	Relaciones entre las variables	174
2.3.4	Proceso de análisis del output	179
2.3.5	Determinación de la jerarquía de los elementos textuales en las unidades informativas	181
2.3.6	Validez y fiabilidad. Validación del proceso de recogida de datos	185
2.3.7	Análisis estadísticos	195

<b>3</b>	<b>RESULTADOS</b>	199
3.1	Resultados del Input: Obtención de indicadores de participación en los Juegos Deportivos	201
3.1.1	Porcentaje de participaciones masculinas	201
3.1.2	Porcentaje de participaciones en fútbol	201
3.2	Resultados del through-put: Determinación de subconjuntos de datos para la replicación de pruebas de hipótesis	203
3.3	Resultados del output	206
3.3.1	Estructura general del suplemento Juegos Deportivos	206
3.3.2	Análisis descriptivo	207
3.3.2.1	Variables de las unidades de análisis unidades informativas	207
3.3.2.2	Variables de las unidades de análisis unidades informativas	207
3.3.2.3	Variables de las unidades de análisis fotografías	222
3.3.2.4	Género en las fotonoticias, tablas informativas y tablas de resultados-clasificación	229
3.3.3	Prueba de hipótesis	230
3.3.3.1	Género en las unidades informativas (hipótesis 1.1)	230
3.3.3.2	Número de páginas en función del género (hipótesis 1.2)	231
3.3.3.3	Superficie de la unidad informativa en función del género (hipótesis 1.3)	235
3.3.3.4	Género en los títulos (hipótesis 1.4)	238
3.3.3.5	Género en los antetítulos (hipótesis 1.5)	239
3.3.3.6	Género en los subtítulos (hipótesis 1.6)	240
3.3.3.7	Género en los destacados (hipótesis 1.7)	241
3.3.3.8	Género en los textos (hipótesis 1.8)	242
3.3.3.9	Género en las fotografías (hipótesis 1.9)	243
3.3.3.10	Superficie de la fotografía en función del género (hipótesis 1.10)	244
3.3.3.11	Género de la fotografía principal (hipótesis 1.11)	245
3.3.3.12	Superficie de la fotografía principal en función del género (hipótesis 1.12)	246
3.3.3.13	Ajuste entre representación y participación: unidades informativas (hipótesis 2.1)	250
3.3.3.14	Ajuste entre representación y participación: títulos (hipótesis 2.2)	251
3.3.3.15	Ajuste entre representación y participación: género en el antetítulo (hipótesis 2.3)	252
3.3.3.16	Ajuste entre representación y participación: género en el subtítulo (hipótesis 2.4)	254
3.3.3.17	Ajuste entre representación y participación: género en los destacados (hipótesis 2.5)	255
3.3.3.18	Ajuste entre representación y participación: género preferente en la información en forma de texto (hipótesis 2.6)	256
3.3.3.19	Ajuste entre representación y participación: género de la fotografía (unidad de análisis fotografía) (hipótesis 2.7)	257
3.3.3.20	Ajuste entre representación y participación: género de la fotografía principal (hipótesis 2.8)	258
3.3.3.21	Portadas en función del género (hipótesis 3.1)	260
3.3.3.22	Contraportadas en función del género (hipótesis 3.2)	262
3.3.3.23	Portadas completas en función del género (hipótesis 3.3)	264
3.3.3.24	Contraportadas completas en función del género (hipótesis 3.4)	267
3.3.3.25	Páginas impares en función del género (hipótesis 3.5)	269
3.3.3.26	Páginas completas en función del género (hipótesis 3.6)	272
3.3.3.27	Dobles páginas en función del género (hipótesis 3.7)	274
3.3.3.28	Dobles páginas completas en función del género (hipótesis 3.8)	277
3.3.3.29	Cuadrante superior izquierdo en función del género (hipótesis 3.9)	279
3.3.3.30	Hemisección vertical en función del género (hipótesis 3.10)	282
3.3.3.31	Número de fotografías en la unidad informativa en función del género (hipótesis 3.11)	284
3.3.3.32	Asignación en función del género de los elementos de texto más relevantes en las unidades informativas que citan en sus textos a deportistas de ambos sexos (hipótesis 3.12)	288

3.3.3.33	Portadas en función del género (fotografías) (hipótesis 3.13)	289
3.3.3.34	Contraportadas en función del género (fotografías) (hipótesis 3.14)	290
3.3.3.35	Páginas impares en función del género (fotografías) (hipótesis 3.15)	291
3.3.3.36	Fotografías únicas en portada en función del género (fotografías) (hipótesis 3.16)	293
3.3.3.37	Fotografías únicas en contraportada en función del género (fotografías) (hipótesis 3.17)	294
3.3.3.38	Fotografías a doble página en función del género (fotografías) (hipótesis 3.18)	295
3.3.3.39	Fotografías únicas a doble página en función del género (fotografías) (hipótesis 3.19)	296
3.3.3.40	Unidades informativas y fútbol (hipótesis 4.1)	297
3.3.3.41	Fotografías y fútbol (hipótesis 4.2)	299
3.3.3.42	Ajuste entre representación y participación en fútbol en las unidades informativas (hipótesis 5.1)	300
3.3.3.43	Ajuste entre representación y participación en fútbol en las fotografías (unidad de análisis fotografía) (hipótesis 5.2)	301
3.3.4	Resumen de resultados de prueba de hipótesis	303
<b>4</b>	<b>DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y PROSPECTIVA</b>	<b>309</b>
4.1	Discusión	311
4.2	Conclusiones	335
4.3	Prospectiva	344
<b>5</b>	<b>REFERENCIAS</b>	<b>351</b>
<b>6</b>	<b>APÉNDICES</b>	<b>363</b>
6.1	Esquema de la entrevista para el análisis del through-put	6.1-1
6.2	Información para el Entrevistado y Cuestionario Base para la Entrevista	6.2-1
6.2.1	Información para el entrevistado	6.2-1
6.2.2	Cuestionario base	6.2-2
6.3	Libro de Codificación de las Unidades Informativas	6.3-1
6.4	Libro de Codificación de las Fotografías	6.4-1
6.5	Apoyo Gráfico para la Identificación de Unidades de Análisis (Unidades Informativas y Fotografías), de sus Límites de Superficie y de Otros Elementos sobre una Publicación de Ejemplo	6.5-1
6.6	Jerarquías Textuales y Algoritmos para las Caracterizaciones Globales de Género en las Unidades Informativas	6.6-1
6.6.1	Jerarquía en los elementos considerados en la unidad informativa para la codificación de la variable especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa	6.6-2
6.6.2	Jerarquía para los elementos en el seno de las tablas	6.6-3
6.6.3	Esquema del algoritmo aplicado para la determinación del valor de la variable género preferente en la información en forma de texto	6.6-5
6.6.4	Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable géneros citados en la información en forma de texto	6.6-6
6.6.5	Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable género de la información en forma de texto	6.6-7
6.6.6	Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable género global de la unidad informativa	6.6-8
6.7	Cuestionario para la Determinación de la Jerarquía de los Elementos de Texto	6.7-1
6.8	Dossier de apoyo para los observadores colaboradores en el proceso de validación del procedimiento de recogida de datos	6.8-1





## Índice de figuras

Figura 1. Relación entre objetivos, hipótesis y focos de la investigación	153
Figura 2. Interrelación de los focos de la investigación sobre un modelo del proceso de la comunicación social	157
Figura 3. Códigos utilizados para ilustrar gráficamente relaciones apriorísticas entre variables	175
Figura 4. Relación entre variables de la unidad de análisis unidad informativa	177
Figura 5. Relación entre variables de la unidad de análisis fotografía	178
Figura 6. Superficie de la unidad informativa. Histograma	212
Figura 7. Superficie de la unidad informativa sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa	213
Figura 8. Contribución de cada elemento de texto a la codificación de la variable género preferente en la información en forma de texto	218
Figura 9. Superficie de la fotografía principal. Histograma	220
Figura 10. Superficie de la fotografía principal sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa. Histograma	221
Figura 11. Superficie de la fotografía. Histograma	227
Figura 12. Superficie de la fotografía sobre la superficie de la mancha total de la página de la fotografía. Histograma	227
Figura 13. Página 1 de la publicación de ejemplo	6.5-4
Figura 14. Página 2 de la publicación de ejemplo	6.5-6
Figura 15. Página 3 de la publicación de ejemplo	6.5-8
Figura 16. Página 4 de la publicación de ejemplo	6.5-10
Figura 17. Página 5 de la publicación de ejemplo	6.5-12
Figura 18. Página 6 de la publicación de ejemplo	6.5-14
Figura 19. Página 7 de la publicación de ejemplo	6.5-16
Figura 20. Página 8 de la publicación de ejemplo	6.5-18
Figura 21. Jerarquía en los elementos considerados en la unidad informativa para la determinación del valor de la variable especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa	6.6-2
Figura 22. Esquema del algoritmo aplicado para la determinación del valor de la variable género preferente en la información en forma de texto	6.6-5
Figura 23. Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable géneros citados en la información en forma de texto	6.6-6
Figura 24. Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable género de la información en forma de texto	6.6-7
Figura 25. Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable género global de la unidad informativa	6.6-8
Figura 26. Fotografía apoyo encuesta	6.7-3



## Índice de tablas

Tabla 1. Infrarrepresentación de la mujer y representaciones mediáticas de género estereotipadas sobre el ámbito deportivo y socialización deportiva de género	84
Tabla 2. Discriminación femenina en su representación en la información deportiva en medios impresos. Resumen de casos revisados	126
Tabla 3. Cuadro comparativo de las investigaciones sobre el estado de la cuestión	127
Tabla 4. Indicadores/variables estudiados para la constatación de discriminación en las representaciones mediáticas de la mujer en la prensa deportiva organizados a partir de los niveles de la Agenda Setting	140
Tabla 5. Índices de tendencia central de la jerarquización de los elementos de texto (conjunto total de encuestados)	183
Tabla 6. Índices de tendencia central de la jerarquización de los elementos de texto (subconjunto de lectores habituales de prensa impresa)	183
Tabla 7. Orden de preeminencia en la jerarquía de los elementos de texto según los índices de tendencia central de los datos de los cuestionarios	184
Tabla 8. Proporción de coincidencias inter-observadores para las variables nominales de las unidades informativas consideradas en la validación del proceso de recogida de datos	190
Tabla 9. Concordancia entre el observador principal y observadores colaboradores (índice de concordancia Kappa y grado de acuerdo equivalente según Landis y Koch) para las variables nominales de las unidades informativas consideradas en la validación del proceso de recogida de datos	192
Tabla 10. Concordancia entre el observador principal y observadores colaboradores (coeficiente de correlación de Pearson) para las variables escalares de las unidades informativas consideradas en la validación del proceso de recogida de datos	193
Tabla 11. Proporción de coincidencias inter-observadores para las variables nominales de las fotografías consideradas en la validación del proceso de recogida de datos	194
Tabla 12. Concordancia entre el observador principal y observadores colaboradores (índice de concordancia Kappa y grado de acuerdo equivalente según Landis y Koch) para las variables nominales de las fotografías consideradas en la validación del proceso de recogida de datos	195
Tabla 13. Concordancia entre el observador principal y observadores colaboradores (coeficiente de correlación de Pearson) para las variables escalares de las fotografías consideradas en la validación del proceso de recogida de datos	195
Tabla 14. Número de participaciones por zona deportiva, categoría y sexo en los Juegos Deportivos de La Rioja 2010-2011	201
Tabla 15. Fecha de publicación. Frecuencias	207
Tabla 16. Descripción de la unidad informativa. Frecuencias	208
Tabla 17. Página de inicio. Frecuencias	208
Tabla 18. Página de fin. Frecuencias	209
Tabla 19. Número de páginas. Frecuencias	209
Tabla 20. Portada. Frecuencias	209
Tabla 21. Contraportada. Frecuencias	210
Tabla 22. Portada completa. Frecuencias	210
Tabla 23. Contraportada completa. Frecuencias	210
Tabla 24. Página impar. Frecuencias	210
Tabla 25. Página completa. Frecuencias	211
Tabla 26. Doble página. Frecuencias	211

Tabla 27. Doble página completa. Frecuencias	211
Tabla 28. Cuadrante de inicio. Frecuencias	211
Tabla 29. Hemisección vertical. Frecuencias	212
Tabla 30. Especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa. Frecuencias	214
Tabla 31. Cita de varias especialidades deportivas. Frecuencias	214
Tabla 32. Género en el título. Frecuencias	215
Tabla 33. Género en el antetítulo. Frecuencias	215
Tabla 34. Género en el subtítulo. Frecuencias	215
Tabla 35. Género en los destacados. Frecuencias	216
Tabla 36. Género más relevante en las cajas. Frecuencias	216
Tabla 37. Género más relevante en el cuerpo del texto. Frecuencias	216
Tabla 38. Género más relevante en las tablas. Frecuencias	217
Tabla 39. Género del texto dependiente de elementos icónicos	217
Tabla 40. Género preferente en la información en forma de texto. Frecuencias	217
Tabla 41. Géneros citados en la información en forma de texto. Frecuencias	219
Tabla 42. Género de la información en forma de texto. Frecuencias	219
Tabla 43. Número de fotografías en la unidad informativa. Frecuencias	220
Tabla 44. Género de la fotografía principal. Frecuencias	220
Tabla 45. Género global de la unidad informativa. Frecuencias	222
Tabla 46. Fecha de publicación (unidad de análisis fotografía). Frecuencias	223
Tabla 47. Constituye fotografía principal de la unidad informativa relacionada. Frecuencias	223
Tabla 48. Número de fotografías en la unidad informativa relacionada. Frecuencias	224
Tabla 49. Página de inicio (unidad de análisis fotografía). Frecuencias	224
Tabla 50. Portada (unidad de análisis fotografía). Frecuencias	225
Tabla 51. Contraportada (unidad de análisis fotografía). Frecuencias	225
Tabla 52. Página impar (unidad de análisis fotografía). Frecuencias	225
Tabla 53. Fotografía única en portada. Frecuencias	225
Tabla 54. Fotografía única en contraportada. Frecuencias	226
Tabla 55. Doble página (unidad de análisis fotografía). Frecuencias	226
Tabla 56. Única en doble página. Frecuencias	226
Tabla 57. Especialidad deportiva en la fotografía. Frecuencias	228
Tabla 58. Género global de la unidad informativa para el subconjunto de fotonoticias. Frecuencias	229
Tabla 59. Género global de la unidad informativa para las tablas informativas. Frecuencias	229
Tabla 60. Género global de la unidad informativa en las tablas de resultados-clasificación. Frecuencias	230
Tabla 61. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género global de la unidad informativa	230
Tabla 62. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género global de la unidad informativa en subconjunto de noticias y artículos	231
Tabla 63. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Descriptivos	231
Tabla 64. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Tabla resumen del procedimiento	232
Tabla 65. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Comparaciones múltiples (Games-Howell)	232

Tabla 66. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Subgrupos homogéneos	233
Tabla 67. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Descriptivos	233
Tabla 68. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Tabla resumen del procedimiento	233
Tabla 69. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Comparaciones múltiples (Games-Howell)	234
Tabla 70. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Subgrupos homogéneos	234
Tabla 71. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable superficie de la unidad informativa. Descriptivos	235
Tabla 72. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable superficie de la unidad informativa. Tabla resumen del procedimiento	235
Tabla 73. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Comparaciones múltiples (Games-Howell)	236
Tabla 74. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable superficie de la unidad informativa. Subgrupos homogéneos	236
Tabla 75. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Descriptivos	237
Tabla 76. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Tabla resumen del procedimiento	237
Tabla 77. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Comparaciones múltiples (Tukey)	237
Tabla 78. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Subgrupos homogéneos	238
Tabla 79. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género en el título	239
Tabla 80. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género en el título en subconjunto de noticias y artículos	239
Tabla 81. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género en el antetítulo	240
Tabla 82. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género en el subtítulo	241
Tabla 83. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género en los destacados	241
Tabla 84. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género en los destacados en subconjunto de noticias y artículos	242
Tabla 85. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género preferente en la información en forma de texto	242
Tabla 86. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género preferente en la información en forma de texto en subconjunto de noticias y artículos	243
Tabla 87. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género de la fotografía	243
Tabla 88. ANOVA de género de la fotografía para la variable superficie de la fotografía. Descriptivos	244
Tabla 89. ANOVA de género de la fotografía para la variable superficie de la fotografía. Tabla resumen del procedimiento	244
Tabla 90. ANOVA de género de la fotografía para la variable superficie de la fotografía. Comparaciones múltiples (Games-Howell)	245
Tabla 91. ANOVA de género de la fotografía para la variable superficie de la fotografía. Subgrupos homogéneos	245
Tabla 92. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género de la fotografía principal	246

Tabla 93. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos	246
Tabla 94. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal. Descriptivos	247
Tabla 95. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal. Tabla resumen del procedimiento	247
Tabla 96. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal. Comparaciones múltiples (Games-Howell)	247
Tabla 97. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal. Subgrupos homogéneos	248
Tabla 98. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos. Descriptivos	248
Tabla 99. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos. Tabla resumen del procedimiento	249
Tabla 100. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos. Comparaciones múltiples (Tukey)	249
Tabla 101. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos. Subgrupos homogéneos	250
Tabla 102. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género global de la unidad informativa y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja	250
Tabla 103. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género global de la unidad informativa y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)	251
Tabla 104. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en el título y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja	252
Tabla 105. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en el título y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)	252
Tabla 106. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en el antetítulo y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja	253
Tabla 107. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en el antetítulo y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)	253
Tabla 108. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en el subtítulo y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja	254
Tabla 109. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en el subtítulo y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)	255
Tabla 110. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en los destacados y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja	255
Tabla 111. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género preferente en la información en forma de texto y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja	257
Tabla 112. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género preferente en la información en forma de texto y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)	257
Tabla 113. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género de la fotografía (unidad de análisis fotografía) y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja	258

Tabla 114. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género de la fotografía principal y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja	259
Tabla 115. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género de la fotografía principal y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)	259
Tabla 116. Género global de la unidad informativa y portada. Tabla de contingencia	260
Tabla 117. Género global de la unidad informativa y portada. V de Cramer	261
Tabla 118. Género global de la unidad informativa y portada para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	261
Tabla 119. Género global de la unidad informativa y portada para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	262
Tabla 120. Género global de la unidad informativa y contraportada. Tabla de contingencia	262
Tabla 121. Género global de la unidad informativa y contraportada. V de Cramer	263
Tabla 122. Género global de la unidad informativa y contraportada para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	264
Tabla 123. Género global de la unidad informativa y contraportada para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	264
Tabla 124. Género global de la unidad informativa y portada completa. Tabla de contingencia	265
Tabla 125. Género global de la unidad informativa y portada completa. V de Cramer	266
Tabla 126. Género global de la unidad informativa y portada completa para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	266
Tabla 127. Género global de la unidad informativa y portada completa para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	267
Tabla 128. Género global de la unidad informativa y contraportada completa. Tabla de contingencia	267
Tabla 129. Género global de la unidad informativa y contraportada completa. V de Cramer	268
Tabla 130. Género global de la unidad informativa y contraportada completa para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	269
Tabla 131. Género global de la unidad informativa y contraportada completa para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	269
Tabla 132. Género global de la unidad informativa y página impar. Tabla de contingencia	270
Tabla 133. Género global de la unidad informativa y página impar. V de Cramer	271
Tabla 134. Género global de la unidad informativa y página impar para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	271
Tabla 135. Género global de la unidad informativa y página impar para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	272
Tabla 136. Género global de la unidad informativa y página completa. Tabla de contingencia	272
Tabla 137. Género global de la unidad informativa y página completa. V de Cramer	273
Tabla 138. Género global de la unidad informativa y página completa para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	274
Tabla 139. Género global de la unidad informativa y página completa para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	274
Tabla 140. Género global de la unidad informativa y doble página. Tabla de contingencia	275
Tabla 141. Género global de la unidad informativa y doble página. V de Cramer	275
Tabla 142. Género global de la unidad informativa y doble página para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	276

Tabla 143. Género global de la unidad informativa y doble página para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	277
Tabla 144. Género global de la unidad informativa y doble página completa. Tabla de contingencia	277
Tabla 145. Género global de la unidad informativa y doble página completa. V de Cramer	278
Tabla 146. Género global de la unidad informativa y doble página completa para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	279
Tabla 147. Género global de la unidad informativa y doble página completa para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	279
Tabla 148. Género global de la unidad informativa y cuadrante de inicio. Tabla de contingencia	280
Tabla 149. Género global de la unidad informativa y cuadrante de inicio. V de Cramer	280
Tabla 150. Género global de la unidad informativa y cuadrante de inicio para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	281
Tabla 151. Género global de la unidad informativa y cuadrante de inicio para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	282
Tabla 152. Género global de la unidad informativa y hemisección vertical. Tabla de contingencia	282
Tabla 153. Género global de la unidad informativa y hemisección vertical. V de Cramer	283
Tabla 154. Género global de la unidad informativa y hemisección vertical para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia	284
Tabla 155. Género global de la unidad informativa y hemisección vertical para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer	284
Tabla 156. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa. Descriptivos	285
Tabla 157. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa. Tabla resumen del procedimiento	285
Tabla 158. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa. Comparaciones múltiples (Tukey)	285
Tabla 159. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa. Subgrupos homogéneos	286
Tabla 160. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa en subconjunto de noticias y artículos. Descriptivos	286
Tabla 161. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa en subconjunto de noticias y artículos. Tabla resumen del procedimiento	287
Tabla 162. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa en subconjunto de noticias y artículos. Comparaciones múltiples (Tukey)	287
Tabla 163. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Subgrupos homogéneos	288
Tabla 164. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género preferente en la información en forma de texto para el subconjunto de casos codificado como “ambos” en la variable géneros citados en la información en forma de texto	288
Tabla 165. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable género preferente en la información en forma de texto para el subconjunto de casos codificado como “ambos” en la variable géneros citados en la información en forma de texto (subconjunto de noticias y artículos). Frecuencias	289
Tabla 166. Género de la fotografía y portada (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia	290
Tabla 167. Género de la fotografía y portada (unidad de análisis fotografía). V de Cramer	290
Tabla 168. Género de la fotografía y contraportada (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia	291
Tabla 169. Género de la fotografía y contraportada (unidad de análisis fotografía). V de Cramer	291



Tabla 170. Género de la fotografía y página impar (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia	292
Tabla 171. Género de la fotografía y portada (unidad de análisis fotografía). V de Cramer	292
Tabla 172. Género de la fotografía y fotografía única en portada (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia	293
Tabla 173. Género de la fotografía y fotografía única en portada (unidad de análisis fotografía). V de Cramer	294
Tabla 174. Género de la fotografía y fotografía única en contraportada (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia	294
Tabla 175. Género de la fotografía y fotografía única en contraportada (unidad de análisis fotografía). V de Cramer	295
Tabla 176. Género de la fotografía y doble página (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia	296
Tabla 177. Género de la fotografía y doble página (unidad de análisis fotografía). V de Cramer	296
Tabla 178. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa	297
Tabla 179. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa en subconjunto de noticias y artículos. Frecuencias	298
Tabla 180. Prueba de chi-cuadrado sobre la variable especialidad deportiva en la fotografía. Frecuencias	299
Tabla 181. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "fútbol" de especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa y proporción de participaciones en este deporte en los Juegos Deportivos de La Rioja	300
Tabla 182. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "fútbol" de especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa y proporción de participaciones en este deporte los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)	301
Tabla 183. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "fútbol" de especialidad deportiva en la fotografía (unidad de análisis fotografía) y proporción de participaciones en este deporte en los Juegos Deportivos de La Rioja	302
Tabla 184. Resumen de resultados de prueba de hipótesis	303
Tabla 185. Resumen de discusión de resultados. Contraste de hallazgos sobre discriminación femenina, en indicadores y unidades de análisis comparables (noticias y artículos), con investigaciones sobre la representación diferencial en función del género de la información deportiva en prensa	331
Tabla 186. Equidad cuantitativa en las representaciones de género de las noticias y artículos del suplemento Juegos Deportivos. Resumen	343
Tabla 187. Prospectiva. Resumen	349
Tabla 188. Libro de codificación de la unidades informativas	6.3-1
Tabla 189. Libro de codificación de las fotografías	6.4-1
Tabla 190. Signos utilizados en la identificación de objetos en publicación de ejemplo	6.5-3
Tabla 191. Jerarquía para los elementos en el seno de las tablas	6.6-3



---

# **1 INTRODUCCIÓN**

---



Como maestro especialista en educación física concibo esta disciplina no sólo como un área para el desarrollo de un conjunto de habilidades y destrezas motrices más o menos amplio, sino también como una plataforma desde la que fomentar tanto aprendizajes críticos sobre el ámbito físico-deportivo como un placer por la práctica de este tipo de actividades.

Una de mis aspiraciones como docente es impulsar en mi alumnado una práctica físico-deportiva constructiva y autónoma, ajustada a sus propias características e intereses y por lo tanto no necesariamente ligada a los estándares del modelo competitivo, en gran medida definidos por modelos normativos de masculinidad y feminidad patriarcales. En este sentido, una de las directrices autoimpuestas para guiar el proceso de enseñanza-aprendizaje y que abarca todas sus facetas (selección de contenidos, transmisión de la información, gestión de grupos y materiales, evaluación, etc.) es la de tratar de romper estereotipos de género y fomentar una mirada de género crítica hacia el ámbito físico-deportivo en mi alumnado.

A pesar de lo anterior, y no obstante inevitablemente pueda incurrir inadvertidamente en transmisiones indeseadas relativas al género (currículum oculto), constato que muchos de mis alumnos, desde edades muy tempranas incluso, manifiestan creencias, actitudes y conductas ligados al deporte congruentes con modelos de masculinidad y feminidad estereotipados. El contacto con mis colegas me permite afirmar que esta valoración es compartida con muchos de ellos, así como el convencimiento de que resulta muy complicado luchar contra ellas.

Como muchos de mis compañeros y de las personas que por un motivo u otro se interesan por la igualdad de género en diferentes ámbitos, me pregunto hasta qué punto no solo la familia y el grupo de iguales, sino también los medios de comunicación, con su particular tratamiento del ámbito deportivo, focalizado en el deporte profesional, masculino y centrado esencialmente en el omnipresente fútbol, son responsables de esta situación.

La presente investigación se relaciona con esta inquietud, pues específicamente tiene por objetivo comprobar si la publicación *Juegos Deportivos*, del diario *La Rioja*, realiza un tratamiento diferencial cuantitativo de los deportistas en función de su sexo.

Este trabajo por lo tanto ha supuesto para mí una gran satisfacción personal, pues me ha brindado la oportunidad de ampliar mis conocimientos sobre ámbitos conceptuales que me resultan particularmente útiles e interesantes, pudiendo aplicarlos además en un objeto de estudio cercano y singular.

Mi interés por esta publicación se desarrolló particularmente el período en que desarrollé la función de Coordinador Deportivo de Centro para los Juegos Deportivos de La Rioja en el CEIP San Pelayo, de Baños de Río Tobía (2008-2011). Nunca dejó de sorprenderme la fruición con que mi alumnado de entonces, participante en distintos especialidades deportivas, se interesaba por este suplemento, ni la alegría con que celebraban el hecho de aparecer en él retratados.

A mi modo de ver, las características definitorias de *Juegos Deportivos* lo convierten en un instrumento particularmente interesante para la promoción del deporte infantil y juvenil, pero, ¿puede decirse lo mismo de él como ejemplo de equidad de género?

Poder dar respuesta a este interrogante ha supuesto para mí afrontar un duro pero enriquecedor proceso que me ha hecho crecer como profesional y como persona. Ello, unido al convencimiento de haber realizado un trabajo que puede resultar útil y atractivo también a otros me complace enormemente.

Dada su extensión, parece conveniente comentar la estructura de este informe de investigación para guiar al lector. El capítulo de de introducción, tras esta presentación, sigue con un apartado encaminado a definir el género como categoría de análisis, concepto capital en este trabajo (apartado 1.1).

El apartado 1.1 sirve para contextualizar la presente investigación, pues pretende proporcionar una panorámica general del estudio de la representación de la mujer en los medios de comunicación, orientada fundamentalmente desde una perspectiva nacional. Proporciona asimismo una aproximación conceptual a los estereotipos en las representaciones mediáticas en general y en las deportivas en particular y plantea los avances, necesidades, retos y oportunidades que se plantean en este ámbito.

El apartado 1.3 realiza una definición conceptual del deporte, pues este es un concepto clave en esta investigación. Se esboza también en él cuál es la realidad en este ámbito en relación con el género en nuestro país, así como las posibles implicaciones que ello puede tener en el proceso de socialización de los individuos.

El apartado 1.4 realiza una definición conceptual de los medios de comunicación y aborda un acercamiento a los efectos mediáticos desde la perspectiva de sus posibles consecuencias en la socialización deportiva de género.

El apartado 1.5 constituye la revisión del estado de la cuestión en la investigación científica que más directamente atañe a esta investigación. Realiza primero una revisión cronológico-alfabética de investigaciones recogidas en publicaciones de alto

impacto que se interesan por las representaciones diferenciales de género sobre el ámbito deportivo en los medios impresos, para después realizar un estudio comparativo de las mismas.

El apartado 1.6, utilizando como sustento teórico la Teoría del Establecimiento de la Agenda (*Agenda Setting*), sistematiza tanto los indicadores utilizados por otros autores como los finalmente seleccionados en la presente investigación para estudiar las representaciones mediáticas de género del ámbito deportivo en los medios impresos.

En el apartado 1.7 define la presente investigación (objetivo, hipótesis, focos de estudio) y la justifica.

El capítulo 0 da cuenta de las diferentes opciones metodológicas adoptadas en la investigación para cada uno de sus focos de estudio: los Juegos Deportivos de la Rioja (denominado *input*, foco secundario), el proceso de elaboración del suplemento *Juegos Deportivos* (denominado *through-put*, foco secundario) y el suplemento en sí (denominado *output*, foco principal).

El capítulo 3 da cuenta de los resultados planteados, que se discuten con los hallazgos alcanzados por otros autores en el 4. En este capítulo también se enuncian las conclusiones y se determinan los avances prospectivos hacia los que puede partirse desde la presente investigación.

Como es habitual el informe se cierra con las referencias bibliográficas (capítulo 5) y los apéndices (capítulo 6). Estos apéndices incluyen diversos materiales e instrumentos desarrollados y empleados en esta investigación para la recolección de datos, así como información aclaratoria para su interpretación.

### **1.1 El género como categoría de análisis: significado atribuido en la presente investigación**

El concepto género tiene una enorme difusión en el ámbito científico, a pesar de ser relativamente reciente. Sus orígenes se remontan a mediados de los años 50, cuando John Money traslada el constructo género desde la gramática al ámbito de las ciencias biomédicas para mejorar la comprensión de la psicología de los hermafroditas, desvelando la sobrecarga de significados ocultos bajo la variable sexo. A la vista de algunos de sus casos clínicos, Money postula que la *identidad de género*, o vivencia íntima de cada individuo de sentirse niño/hombre o niña/mujer, no viene determinada biológicamente por el sexo al nacer, sino que en su desarrollo intervienen de manera muy importante las conductas dimorfas que el entorno social, y en especial los padres, muestran hacia los individuos en sus primeros años de vida. Robert Stoller, en sus estudios sobre el transexualismo, enriquece esta nueva conceptualización y la acerca al ámbito de las ciencias sociales (García-Mina, 2003).

Desde el final de la década de los 60 la segunda ola del movimiento feminista utiliza el recién desarrollado concepto de género como herramienta de análisis para cuestionar el papel que el orden social atribuye a la mujer. El hecho de que la *identidad de género* y su manifestación externa, el *rol de género*, estén fuertemente determinados por el entorno social permite al movimiento feminista cuestionar las supuestas “naturalidades” atribuidas a los sexos, reexaminar y reconceptualizar el trabajo académico existente así como su metodología, y denunciar las estrategias que legitiman las desigualdades entre los sexos (García-Mina, 2003).

La constatación de que las desigualdades sociales entre hombres y mujeres no eran consecuencia de un determinismo biológico abrió la puerta al estudio de los mecanismos sociales a través de los cuales se reproducen y legitiman estas desigualdades. Como veremos, los medios de comunicación en general, y la prensa en particular, han sido objeto de estudio como parte integrante de esos mecanismos que reproducen el orden androcéntrico.

Si bien la inclusión de la variable género es prácticamente una constante en la investigación sociológica actual, en este trabajo, dado su propósito, resulta un concepto fundamental.

El término género, por una parte, alude a la percepción íntima que un individuo tiene de sentirse hombre o mujer; por otra y en relación con lo anterior alude a un conjunto de comportamientos y valores que las sociedades asignan a los individuos en función de su sexo. En la actualidad el término se caracteriza por una gran polisemia que incluso en el ámbito científico puede llevar a confusión. Fundamentalmente se utiliza con tres acepciones diferentes: sexo y género como dos términos intercambiables; sexo y género como términos presuntamente antónimos; y el género como un término políticamente correcto. Cuando sexo y género son utilizados como términos intercambiables algunos autores justifican la utilización del término género porque enfatiza el carácter social que subyace en las categorías varón y mujer (García-Mina, 2003).

En la presente investigación se utiliza el concepto género como término intercambiable por sexo. Así, aquí se analiza la información de una publicación deportiva con el objetivo de constatar las diferencias que se producen en la cobertura en función del sexo de los participantes. Los textos y las fotografías objeto de análisis nos permiten inferir el sexo de los deportistas sobre los que se informa, pero raramente (por no decir nunca o casi nunca) nos indican cuál es la vivencia íntima que esos deportistas tienen sobre el sentirse niños/hombres o niñas/mujeres. Por ello, al desarrollar los criterios que se utilizan para determinar el valor a asignar a las diferentes variables que aluden a esta realidad se utiliza el término sexo.



Sin embargo, ya desde el título de la investigación, así como en lo relativo al nombre de las variables utilizadas y sus definiciones, se prefiere utilizar el término género. Ello obedece al hecho de considerar que los procesos que subyacen en la selección y elaboración de la información de la publicación analizada se enmarcan dentro de un orden social androcéntrico, que puede determinar el privilegio a los deportistas de sexo masculino sobre los de sexo femenino. Esta perspectiva supone hacer un juicio a partir de una categoría social, no biológica, por lo que la adopción del término género está justificada.

Como podrá observarse en el apartado dedicado a la revisión del estado de la cuestión, esta conceptualización del género, aunque no siempre se explicita, ha sido la adoptada por la mayor parte de los investigadores.

## 1.2 La representación de la mujer en los medios de comunicación

### 1.2.1 La representación mediática de la mujer: un panorama sombrío

Hemos visto anteriormente que “para el movimiento feminista, la categoría género es una opción epistemológica y metodológica fundamental para analizar, cuestionar y transformar las condiciones de vida de las mujeres y los varones” (García-Mina, 2003, p. 41). Esta nueva herramienta y sus derivaciones conceptuales (atributos de género, roles de género, estereotipos de género, identidad de género...) fueron el punto de partida que permitió, desde lo que se ha dado en llamar estudios feministas o estudios de la mujer, revisar las condiciones de vida de las mujeres y los mecanismos de producción y reproducción del sexismo en el orden sociocultural.

En ese sentido, los medios de comunicación, como agentes socializadores de primer orden, también han sido objeto de investigación desde una perspectiva de género.

Así, los estudios sobre la representación de las mujeres en los medios de comunicación que se desarrollan desde los años 70 ponen de manifiesto que la presencia en ellos de las mujeres es muy inferior a lo que les correspondería en condiciones objetivas considerando su presencia real en el mundo laboral y cultural. Asimismo la representación de la mujer responde a patrones estereotipados que obvian los cambios que se han producido en lo relativo al acceso de estas al ámbito público, como los escenarios político, económico y de la cultura. La ausencia de imágenes positivas de las mujeres en los medios se ha demostrado de una magnitud tal que muchos autores se han referido a ella en términos de “aniquilación simbólica” femenina (Rovetto, 2010).

En España por su parte, los estudios sobre la representación de la mujer en los medios de comunicación vienen consolidándose desde los años 80, centrándose fundamentalmente en los contenidos y su comprensión. La constatación de la presencia de los estereotipos de género y el estudio de las prácticas productivas de los medios han sido ejes centrales en estos estudios (Marín & Ganzabal, 2011).

Desde la entrada en el último siglo el desarrollo en este campo de investigación ha sido espectacular, lo que ha supuesto su consolidación a imagen de lo sucedido previamente en otros países europeos y del ámbito anglosajón. Esta reflexión centrada en la cobertura de los medios ha trascendido la comunidad académica, comenzando a calar entre la profesión periodística y el público en general (Giménez & Berganza, 2009).

Cantón, Altés, Soriano, Gallego, y Melús, (2002) distinguen dos líneas de trabajo fundamentales en los estudios empíricos de género y comunicación de masas. La primera estaría centrada en la incorporación de las mujeres a las estructuras

productivas de los medios. La segunda se ocuparía de estudiar la representación de la mujer en las producciones mediáticas. Dentro de esta segunda línea tendrían cabida estudios cuantitativos y cualitativos. Los estudios cuantitativos, apoyados en el análisis de contenido, han permitido constatar una infrarrepresentación de las mujeres en la información. Los estudios cualitativos por su parte, a través de análisis críticos más o menos complejos, han logrado penetrar en las estructuras de género latentes en los discursos mediáticos, poniendo de manifiesto la representación estereotipada de las mujeres en ellos.

La investigación muestra que la pujante incorporación de las mujeres a las estructuras productivas de los medios no se ve correspondida con un acceso de estas a los puestos más relevantes dentro de las organizaciones. Tampoco parece quedar establecida una relación entre el acceso de las mujeres a los puestos de responsabilidad y el cambio en los contenidos producidos (Cantón et al., 2002).

Cantón et al. (2002) estudiaron el proceso de producción informativo y en especial la reproducción de los estereotipos de género en España desde dentro de los propios medios (*La Vanguardia, El País, El Periódico de Catalunya, Avui y Agencia Efe*). Para ello recurrieron a técnicas de observación y entrevistas formales e informales. Constataron que la presencia de mujeres en las redacciones era significativamente menor que la de hombres, y que a su vez esta presencia se reducía progresivamente a medida que se ascendía jerárquicamente en el organigrama. Asimismo la presencia masculina era decisiva en las secciones más relevantes (contenidos *duros*) y en los espacios de producción de información centrales, mientras que las mujeres quedaban relegadas a secciones de menor consideración social (contenidos *blandos*) y espacios de producción más periféricos y subordinados. Todos los componentes de la redacción percibían la *dureza* de los contenidos como un principio organizativo clave. En lo relativo a la selección de contenidos el recurso a canales estables y previsibles de información proveía a los diarios de la mayor parte de la información. Los consejos de redacción ostentaban la representación simbólica del poder y ejercían de filtro de contenidos, adonde llegaban los temas relativos a cuestiones de género, que siempre se encontraban en la frontera entre la inclusión y exclusión. Los contenidos con presencia femenina apenas ascendían al 5% del total publicado durante el período estudiado y estaban localizados fundamentalmente en un determinado grupo de secciones: Comunicación-Gente, Cultura, Espectáculos y Sociedad. Los contenidos con componente de género, o con perspectiva de género, aún eran más reducidos. A la vista de lo anterior los autores identificaron diferentes mecanismos de transmisión de estereotipos de género (de carácter organizacional, derivados de la cultura periodística, derivados del contexto sociocultural y atribuibles a la dimensión individual) que interactuaban entre sí incidiendo en el discurso informativo y dificultando la atribución causal en la transmisión de estereotipos de género.

Torregrosa (2008) también alude a la situación de la mujer dentro de las organizaciones mediáticas. Afirma que, a pesar de la alta presencia femenina en la profesión, diferentes estudios institucionales autonómicos, universitarios y de asociaciones de prensa ponen de manifiesto la existencia de un *techo de cristal*. Así, la mujer periodista, además de compartir problemas comunes a los hombres en la profesión (alta precariedad, el intrusismo profesional, el acoso moral y psicológico...) debe afrontar otros que la afectan de manera específica (dificultad de acceso a los puestos de responsabilidad o dirección, acoso sexual en ocasiones, dificultades para la conciliación laboral y familiar relacionadas con el embarazo y la maternidad...). La mujer periodista también tiene un déficit de presencia en los puestos directivos de las asociaciones profesionales. Solo en el campo de la comunicación institucional y corporativa parece ser donde la situación de la mujer es mejor, tanto en presencia en primera línea como en calidad de empleo.

Si bien es cierto que, al menos en parte, la investigación que relaciona a la mujer y los medios de comunicación se ha ocupado de su situación dentro de las organizaciones mediáticas, lo cierto es que la mayoría de los estudios se han limitado a la constatación de las diferencias que existen en la representación entre hombres y mujeres en los contenidos producidos por los medios. La representación de las mujeres ha sido estudiada tanto en términos generales como en ámbitos específicos tales como la publicidad, la política, el trabajo, la inmigración, la salud y la belleza, la violencia de género o el deporte.

En lo que se refiere a la representación en general de la mujer en los contenidos mediáticos, y volviendo a Torregrosa (2008), puede afirmarse que la mujer recibe un tratamiento discriminatorio en relación al hombre, tanto en términos de presencia como de enfoque. De este modo la mujer es menos entrevistada y citada como fuente, y en lo que concierne al modo en que se ve retratada:

La representación mediática de la mujer, de lo que tiene que ver con ella, está atravesada muchas veces por tópicos, simplificaciones e incluso agresiones más o menos notorias. Y eso tanto en la información como, sobre todo, en la publicidad. Es una realidad compartida con los tratamientos similares dados a minorías, sectores con dificultades particulares, etcétera. Una realidad propia de una sociedad del espectáculo y la frivolidad, base del éxito social y económico de los productos y los procesos mediáticos (Torregrosa, 2008, p. 131).

Rovetto (2010) coincide también en constatar diferencias simbólicas en la representación de mujeres y hombres en los medios que resultan discriminatorias para las mujeres. Estas diferencias según ella responden a una mirada informativa androcéntrica, que sirve para difundir y legitimar el arquetipo viril, que se manifiesta en los medios de forma unívoca, repetitiva y estereotipada. En este sentido y para esta

autora, la crítica al orden androcéntrico del discurso sería una herramienta más apropiada que el concepto de género para el análisis de las representaciones, pues permite entender no solo la desigualdades de sexo, sino además interrelacionar el estudio de estas con otras variables tales como la edad, la etnia y la clase.

Rodríguez, Matud, y Espinosa (2008) constataron empíricamente las diferencias en la representación entre hombres y mujeres en un diario de tirada nacional a través de un análisis de contenido que tuvo en consideración tanto información publicitaria como no publicitaria. El análisis puso de manifiesto que en menos de un 7% de los casos las informaciones tenían a una mujer como protagonista y que estas ocupaban de media menor número de columnas que las dedicadas a los hombres. Asimismo los roles en que se representaba a mujeres y hombres mostraban una imagen estereotipada de ambos géneros.

Pilar, Rodríguez, y Espinosa (2011) desarrollaron un estudio en el que se examinaba el retrato que de mujeres y hombres realizaba el periódico *El Mundo* y si había diferencias de género entre los autores de los artículos. La investigación se llevó a cabo en concreto sobre una muestra de 24 números tomados al azar entre las publicaciones del mes de junio de 2005 del diario. Este estudio permitió constatar que: los hombres estaban más frecuentemente representados que las mujeres, tanto en número de textos, fotografías y anuncios; las informaciones referidas a hombres ocupaban con mayor frecuencia lugares periodísticamente destacados que las informaciones referidas a mujeres; había diferencias ocupacionales estereotipadas en relación al género en los textos de los diarios, apareciendo los hombres con mayor frecuencia en ocupaciones de mayor prestigio; aparecían más reporteros que reporteras como autores de los artículos; los hombres eran citados como fuente de información más veces que las mujeres.

Las diferencias en la representación entre los géneros también están presentes en el caso de las fotografías. Así Marín y Ganzabal (2011) desarrollaron una investigación encaminada a constatar la desigual presencia de ambos sexos y definir la identidad y arquetipos de las mujeres representadas en las fotografías de *El País* y *El Mundo*. Sobre una muestra de un mes completo llevaron a cabo un análisis de contenido fotográfico. Este análisis desveló, entre otras cosas: que la mujer estaba infrarrepresentada; que las mujeres representadas respondían a un arquetipo ligado a la belleza y la juventud, estando ausente la mujer mayor de 65 años; que entre las mujeres jóvenes retratadas se ofrecían modelos muy limitados (cantantes, actrices, presentadoras y modelos); que las mujeres apenas aparecían en las portadas y contraportadas; que se desterraba a las mujeres de las secciones *duras* (periodísticamente más relevantes, como las dedicadas a noticias y opinión) y por el contrario se las tendía a retratar en secciones *blandas* (periodísticamente menos relevantes, como la de sociedad o cultura), centradas estas

en temas como la salud, la educación, el medio ambiente y las relaciones personales y familiares, incidiendo así en el estereotipo de mujer cuidadora o responsable de la familia, cuando no directamente en el de mujer ornamento; la ausencia absoluta de las mujeres en la sección de deportes; la escasa presencia de mujeres intelectuales; la identificación de las mujeres anónimas con el papel de víctima, marginada, parte de un colectivo o asociación o mero figurante.

Las diferencias en las representaciones mediáticas de género también han sido objeto de investigación en nuestro país en el ámbito específico de la publicidad. Esta investigación, cuyo inicio se remonta a los años 80, se consolida en los 90, y está centrada de nuevo fundamentalmente en el producto mediático más que en las audiencias, sobre todo recurriendo a técnicas de análisis de contenido. Aunque a partir de los 90 se constatan ciertas transformaciones en los estereotipos de género, e incluso una tímida reducción de la representación de la mujer como elemento decorativo y una diversificación en la representación de profesiones que ocupa, lo cierto es que la publicidad, al igual que otro tipo de contenidos mediáticos, muestra una imagen sesgada y discriminatoria de la mujer (García & Martínez, 2009).

Para muchos autores las respectivas representaciones que la publicidad realiza de mujeres y hombres adquiere una gran importancia:

... la influencia social de la comunicación publicitaria va más allá de los meros efectos económico-comerciales, recreando un sistema de representación simbólica en el cual se halla implícito una determinada concepción del mundo y se despliega todo un sistema de valores.

[...]

... la publicidad se configura como una de las formas de comunicación más influyente de la sociedades contemporáneas y se convierte en un marco de referencia fundamental para el análisis de las representaciones sociales de género, porque se trata de un exponente básico de las concepciones e ideas que sobre la identidad femenina y masculina se consideran socialmente válidas, y que se proponen como modelos a imitar y, por tanto, se convierte en un indicador de las condiciones de igualdad o desequilibrio social entre hombres y mujeres en una sociedad y en un tiempo determinado (López & Bernad, 2007, p. 214-215).

Tanto en lo que se refiere a la publicidad como a la información en general de los medios, para López y Bernad (2007, p. 216) “las imágenes que se difunden de la mujer a través de los medios, suelen ser negativas, estereotipadas, inexactas y violentas, describiéndose a las mujeres más por su apariencia que por sus capacidades”. Así, los contenidos publicitarios denunciados con más frecuencia por los ciudadanos al Observatorio de la Publicidad Sexista son: el uso del cuerpo de la mujer como reclamo publicitario, en actitudes sexuales o incluso cuasi-pornográficas; el uso de roles socialmente estereotipados que fomentan la desigualdad de género; la representación

de la mujer en una relación de dependencia respecto al hombre; y la división del trabajo remunerado por género.

Si bien la investigación sobre las representaciones de género ha servido como base para combatir la publicidad sexista, esta se adapta con facilidad a nuevas modas y tendencias. Así por ejemplo en televisión aparecen nuevos formatos que a través de diferentes elementos formales y semánticos vuelven a subrayar actitudes machistas ya denunciadas y en apariencia superadas en los formatos convencionales, aunque esta vez a través de formas solapadas y encubiertas, tales como son los micromachismos (Gordillo & Gómez, 2011). Al igual que la violencia explícita los micromachismos tienen como objetivo fundamental la dominación del hombre sobre la mujer y se definen como

pequeños, casi imperceptibles controles y abusos de poder cuasinormalizados que los varones ejecutan permanentemente. Son hábiles artes de dominio, maniobras y estrategias que, sin ser muy notables, restringen y violentan insidiosamente y reiteradamente el poder personal, la autonomía y el equilibrio psíquico de las mujeres, atentando además contra la democratización de las relaciones. Dada su invisibilidad se ejercen generalmente con total impunidad (Bonino, 2004, p.3, como se citó en Gordillo & Gómez, 2011).

En un estudio desarrollado por Gordillo y Gómez (2011), basado en un análisis de contenido y centrado en espacios de publicidad no convencional (televenta, *brand placement*, patrocinio y momento interno) de cadenas nacionales y autonómicas, se constató la presencia tanto de estereotipos de género como de micromachismos.

Si bien pudiera parecer que el campo publicitario, dada su naturaleza (apelación subjetiva a la emotividad del público con fines comerciales), pudiera prestarse con más facilidad a la inclusión de representaciones sexistas, estas, como veremos, se manifiestan también en otros ámbitos temáticos retratados en los medios.

Como hemos visto la política es uno de los campos temáticos *duros*, es decir, de relevancia jerárquica dentro de las informaciones de los medios de comunicación. Ello se encuentra en sintonía con la enorme influencia que la clase política e institucional puede ejercer sobre su respectivo entorno económico, social y cultural. Resulta lógico por tanto que el estudio de las respectivas representaciones de mujeres y hombres realizan los medios en el ámbito político haya sido objeto específico de estudio.

En consonancia con la representación que de ella hacen los medios, la mujer política es considerada por la opinión pública menos capaz que su homólogo varón para tratar con temas tales como impuestos y presupuestos, resolución de crímenes, defensa nacional y política exterior. A diferencia de los hombres a las mujeres políticas con frecuencia se las trivializa en los medios, haciendo referencia a su vida privada, sus planes domésticos, edad, estilo al vestir o peinado, etc. A las mujeres candidatas se les

otorga menor atención mediática que a los hombres (García, Gómez-Escalonilla, Torregrosa, Rodríguez, & Santín, 2008). En resumen, respecto a la representación de la mujer política

podemos hablar de la trivialización y la marginación como características básicas cuando los medios aluden a la mujer política. De tal modo que se utilizarían marcos tradicionales -basados en la dominación del hombre- en la cobertura de género, incidiendo en su papel casi de intruso en la política. Aunque es un proceso que empieza a variar, dado el incremento de mujeres implicadas en esta actividad en cualquiera de sus formas, todavía es generalizada la conexión entre mujer política y cuestiones anecdóticas o estereotipadas, tales como la maternidad o la presencia física, entre otras (García et al., 2008, p. 180).

La representación de la mujer política en los medios también ha sido estudiada en nuestro país. Así por ejemplo en el trabajo de Gómez-Escalonilla, García, Santín, Rodríguez y Torregrosa (2008), esta se analizó durante un mes, a través de un análisis de contenido y sobre una muestra de diarios nacionales e informativos de televisión. Constataron que las mujeres políticas aparecían menos que sus homólogos varones. Asimismo ellas, según la lógica de los medios, recibían coberturas jerárquicamente menos destacadas que ellos. Los autores achacaron los resultados a la distribución real en función del sexo de la clase política (mayor número de hombres políticos y situados en los puestos más relevantes del gobierno y/o sus respectivos partidos) y a las prácticas rutinarias de los medios (tendientes a informar sobre los líderes de cada una de las formaciones políticas). Asimismo, en cuanto a la temática con que se relacionaba a mujeres y hombres políticos, existían diferencias. Los hombres eran asociados más frecuentemente a temas relacionados con la alta política, mientras que las mujeres lo eran a cuestiones sociales, y solo en la temática específica de género la mujer resultaba protagonista. Una vez más los autores consideraron que esto podía ser una consecuencia lógica de la distribución de los cargos y carteras ministeriales, aunque los medios no solo reproducían esa realidad sino que la agudizaban, representando con mucha más frecuencia a las mujeres en ámbitos temáticos relacionados con la sociedad y la cultura.

El acceso a ámbitos laborales de la esfera pública ha sido considerado tradicionalmente uno de los hitos en la progresiva equiparación de las mujeres en derechos y atribuciones con los hombres. Hasta qué punto este avance social se ve reflejado en los medios también ha sido objeto de interés en la investigación.

Para Rovetto (2011) el estudio de la representación de la mujer en los medios debe partir de una reconceptualización de las categorías tradicionales utilizadas para definir el trabajo y la lógica del mercado laboral, que permita otorgar reconocimiento social, objetivo y subjetivo, a todos los tipos de trabajo. Hasta hace poco se ha obviado la fundamental contribución a la economía y sociedad del trabajo doméstico,



desempeñado fundamentalmente por las mujeres, siendo solo apreciado y considerado para la investigación y construcción simbólica del conocimiento el trabajo asalariado, tradicionalmente asociado al hombre. Para una adecuada comprensión de la representación mediática del trabajo femenino, también deben tenerse en cuenta los nuevos modelos laborales derivados de la incorporación a la esfera pública de la mujer. Así, el acceso femenino al trabajo asalariado se produce más en términos de acumulación que de conciliación con las tareas domésticas. Sin embargo estas últimas no son consideradas a la hora de valorar la *carga total del trabajo*. De este modo:

Los EM [estudios de la mujer] en comunicación han demostrado ampliamente, gracias a muchos trabajos realizados desde la perspectiva de género y desde la crítica al androcentrismo, que el tratamiento informativo de la realidad que hacen la mayoría de los medios de comunicación actualmente, no solo favorece los prejuicios sexistas, sin[o] que además y lo que es más preocupante aún, construye un relato sesgado de la realidad, que da cuenta de una parte de la población, y por tanto, de una parte de la historia (Rovetto, 2011, p.394).

[...]

... la representación del trabajo de las mujeres en la prensa no se corresponde con las transformaciones en el trabajo y en las relaciones entre mujeres y hombres en las últimas décadas, y por tanto no nos ayudan a comprender cabalmente la trascendencia de los procesos que nos han conducido a las actuales sociedades plurales, diversas y en constante cambio (Rovetto, 2011, pp. 394-395).

La representación de las mujeres en los medios de comunicación es muy inferior a su presencia en el mundo laboral y cultural. Además estas representaciones tienen un enfoque estereotipado, tanto en la información, ficción y, especialmente, en la publicidad. En la representación de la mujer se enfatiza el aspecto físico y los vínculos familiares y se incide en la reproducción de roles tradicionales que pasan por alto la contribución de la mujer al desarrollo social. Todo ello condiciona la posición social, expectativas y valoraciones de la mujer, e incluso contribuye a configurar en ella misma un autoconcepto androcéntrico limitador (Rovetto & Simelio, 2012).

Por su parte tanto el trabajo de las mujeres inmigrantes en particular, como el fenómeno migratorio femenino en general, o bien son invisibles o se encuentran distorsionados en medios impresos. Las mujeres inmigrantes son presentadas como colectivos anónimos, enfocadas en espacios marginales, con escasa agencia o independencia de su contexto o circunstancias individuales. Se las asocia a la ilegalidad, el trabajo mal remunerado o la explotación sexual o laboral, ofreciendo una imagen distorsionada de su integración en la vida profesional. Por último no se recurre a ellas como fuentes a la hora de retratar su propia realidad, sino que se confía más en portavoces gubernamentales e institucionales (Rovetto & Simelio, 2012).

En la prensa, las mujeres inmigrantes, al igual que los hombres, suelen aparecer retratadas en el marco de temáticas tales como el control de entrada, la delincuencia, la prostitución y violencia, la legislación y las políticas migratorias, el racismo y la discriminación. Además, y de manera específica, ellas suelen aparecer vinculadas a la ejecución de la prostitución o a la violencia de género, y son infrarrepresentadas y retratadas de forma estereotipada (Martínez-Lirola, 2010).

Quizá, por sus características, una temática proclive a sustentar estereotipos de género sea la de la salud y la belleza, que también ha sido objeto de investigación en lo tocante a las representaciones mediáticas de la mujer en nuestro país.

Los estudios de representaciones sobre género en relación a la salud en los medios se han abordado escasamente de forma global. Habitualmente la investigación se ha realizado desde perspectivas concretas, en las que el género era considerado una variable independiente de otras de carácter clínico tales como la imagen corporal, los trastornos de alimentación, la influencia de los medios en el desarrollo del tabaquismo, etc. (Revuelta, Alonso, Tomas, Guerrero, & Rohlf, 2003).

Entre las investigaciones sobre representaciones globales de género en relación a la salud nos encontramos la de Revuelta et al. (2003). Estas autoras realizaron un estudio centrado en la trasmisión por parte de la prensa de informaciones, imágenes y opiniones relacionadas con las cuestiones de género y salud. Para ello se centraron en datos provenientes de un *Informe Quiral*, que analizaba textos sobre medicina y salud publicados en los cinco principales periódicos del país durante el período 1997-2001. El estudio mostró que en el período analizado las decisiones que afectaban a los diarios estudiados eran tomadas mayoritariamente por hombres. También la mayor parte de los textos con firma pertenecían a hombres y estos eran citados como fuente con mucha mayor frecuencia que las mujeres. Por último las autoras, a la vista del lenguaje y tipo de cobertura periodística dada a determinados temas, concluyeron que aún se seguían reproduciendo determinados estereotipos que distorsionaban la información y contribuían a perpetuar ciertos roles sociales.

Ruiz y Rubio (2004), revisaron la evolución de los estereotipos y la imagen de la mujer en medios como la prensa y la televisión, especialmente a través de la publicidad. También estudiaron la importancia de la belleza femenina en nuestra sociedad y trataron de evidenciar cómo las mujeres viven los distintos estereotipos transmitidos desde la publicidad, así como la relación con sus propios cuerpos y el ideal social de belleza femenina. A través de la técnica de grupos de discusión las investigadoras constataron que los medios transmitían y exigían a las mujeres participantes un canon de belleza ideal inalcanzable, presionándolas para perseguirlo aún a riesgo de desarrollar hábitos, conductas y actitudes que en muchas ocasiones atentaban contra su salud y suponían una forma de sometimiento. Las mujeres participantes mostraban

por ello, en el mejor de los casos, una relación de “conformidad” con su propio cuerpo, pero nunca de satisfacción.

Si la investigación sobre las representaciones mediáticas de la mujer en relación a la salud en términos generales no ha sido muy prolífica, no sucede lo mismo en lo concerniente a la violencia de género. El trágico coste humano y social que inflige esta realidad, manifestación más extrema de las desigualdades de género, determina su importancia como foco de investigación.

Actualmente la violencia de género forma parte de la agenda informativa y política, y la sensibilización social sobre esta violencia se ha convertido en un objetivo prioritario. Además el tratamiento que los medios han dispensado a este problema, tanto en lo relativo a la selección, como a la presentación y tratamiento de la información, ha evolucionado enormemente desde los años 90. Los medios han dejado progresivamente de presentar la violencia de género en forma de crónica, como algo propio del ámbito privado y circunstancial, para ir retratándola como lo que en realidad es: una lacra social con raíces de cariz estructural y que afecta a los derechos humanos (Marín, Armentia, & Caminos, 2011).

Numerosos organismos han desarrollado directrices cuyo cumplimiento facilite a los medios dispensar un adecuado tratamiento a la hora de informar sobre la violencia de género. Marín et al. (2011), tomando como referente la teoría del *framing*, analizaron distintos diarios nacionales y autonómicos durante el período 2002-2009 para contrastar hasta qué punto se seguían estas recomendaciones, así como para comparar las diferentes estrategias discursivas presentes en cada uno de los medios en relación a la violencia de género. Del estudio se desprende que a pesar de que en todos los periódicos se aprecia una evolución hacia un correcto tratamiento de este tipo de informaciones, todavía se encuentran presentes ciertas contradicciones y no se asumen criterios claros y uniformes para retratar a la violencia de género como el problema social y estructural que constituye.

En lo que al ámbito del deporte se refiere, puede afirmarse con rotundidad que los medios infrarrepresentan y muestran a la mujer de un modo estereotipado (López, 2011). En este documento, dentro de un apartado propio (1.5), se exponen las investigaciones de carácter internacional más relevantes sobre las representaciones de género en la información deportiva en medios impresos, cuestión que más directamente atañe a esta investigación.

En nuestro país, la investigación en la que confluyen los medios de comunicación, el deporte y el género es exigua. Aun así, apunta en la misma dirección que la llevada a cabo sobre otros ámbitos: una representación de las mujeres estereotipada e inferior a la esperada.

En lo que a la información deportiva se refiere, y desde un punto de vista cuantitativo, los medios representan con mucha más frecuencia a hombres que a mujeres, y al deporte masculino que al femenino. Además, los deportistas varones también son con mucha mayor frecuencia protagonistas en la publicidad. Desde el punto de vista cualitativo los medios especializados en actividad física y deportiva transmiten modelos altamente estereotipados con carácter masculino. El modelo de hombre deportista transmitido se asocia con musculación, ropa deportiva, competitividad y triunfo, mientras que el modelo de mujer deportista alude a la delgadez, las prácticas tradicionalmente consideradas femeninas (no competitivas), la actitud pasiva (posado), acompañamiento al hombre y desnudez como reclamo publicitario (Castillo del, 2012).

Estas diferencias pueden correlacionarse con el perfil del consumidor de espectáculos deportivos, mayoritariamente de sexo masculino, tanto por televisión como en directo. Sin embargo, la desproporción en cantidad y enfoque de la cobertura de deportes/deportistas de diferente sexo no responde a una realidad de práctica variada y significativa en la población. Tampoco discrimina, salvo excepciones, a quién va dirigida la información ni su capacidad de análisis y asimilación. De este modo niños y niñas de corta edad, además de ser fácilmente presa de patrones consumistas, pueden llegar a asimilar como naturales modelos deportivos que discriminan a la mujer y empobrecen a la sociedad en su conjunto en términos de valoración, cantidad y variedad de práctica de la actividad físico-deportiva (Castillo del, 2012).

Las diferencias entre las representaciones del deporte y los deportistas de diferente sexo parecen exacerbarse en los medios especializados impresos. Así, Angulo (2007) argumenta que, mientras que el número de deportistas hombres y mujeres más susceptibles de ser noticia (los integrantes de la alta competición) se encuentra relativamente equilibrado, la información que de unos y otras se ofrece en este tipo de medios no lo está. Para esta autora este desequilibrio en las informaciones podría venir condicionado por los intereses del público, que se decantaría por el deporte masculino en general y por el fútbol en particular, configurado este como un deporte-espectáculo que eclipsa a los otros.

A través de un análisis de contenido de 16 días de duración sobre diarios deportivos españoles (Marca, As y Mundo Deportivo) Angulo (2007) constató que: las páginas exclusivamente dedicadas a mujeres constituían solo el 0,44% del total; las noticias dedicadas al deporte femenino eran solo el 8,61% del total; solo un 7% de las fotografías (excluidas las de fútbol) retrataban a mujeres; la mayor parte de las noticias y fotografías de deporte femenino eran de tamaño pequeño o muy pequeño; casi un tercio de las páginas dedicadas por completo al deporte femenino se centraban en acontecimientos negativos; en algunas ocasiones la aparición de fotos o noticias

referentes a mujeres o al deporte femenino eran negativas o incluso denigrantes (desnudos, por ejemplo) para la imagen de la mujer. Para la autora la diferente valoración que los medios proporcionan respectivamente al deporte femenino y masculino se manifiesta también en otros aspectos. Así, ante eventos deportivos equiparables, son los masculinos los que reciben mayor atención. Además, las deportistas femeninas, a pesar de lograr éxitos iguales o superiores a los de sus homólogos varones, reciben menor cobertura mediática. No obstante lo anterior el interés mediático de los eventos no solo dependería del sexo de los deportistas implicados, sino de otros factores tales como la disciplina deportiva, que haya representación del país, que los deportistas nacionales triunfen y que el evento se desarrolle en España.

### **1.2.2 Los estereotipos/roles de género en las representaciones mediáticas**

Como hemos visto, la diferencias en la representación mediática de mujeres y hombres, al menos si nos remitimos a aspectos cualitativos o de enfoque, frecuentemente se sustentan sobre estereotipos de género. Pero, ¿qué son exactamente los estereotipos?, ¿cuál es su función?, ¿por qué es un término frecuentemente asimilado a situaciones de discriminación?

La estereotípa [sic] puede definirse como un mecanismo mental mediante el cual se asigna a cada una de las realidades que percibimos en nuestro entorno una referencia, una marca. Dichas referencias nos facilitan nuestra interacción diaria con dicho entorno, pero pueden convertirse en fuente de confusión y de discriminación cuando pierden representatividad. Si la distancia ente el objeto referenciado y la referencias es demasiado grande o se erosiona, se corre el riesgo de hacer una interpretación negativa del entrono, cayendo en el error (Roca, 2005, p. 1).

Los estereotipos por lo tanto nos facilitan la interacción y posibilitan la convivencia en un entorno socio-cultural extremadamente complejo. Se configuran como elementos estructuradores de la realidad que permiten crearnos una imagen ordenada, aunque incompleta, de la realidad, en la que cada elemento ocupa su lugar. Son también mecanismos que facilitan la cohesión intragrupal y agrandan las diferencias respecto a los “otros”, que se conciben como una amenaza potencial. De este modo psicológicamente las características e intereses del propio grupo adquieren connotaciones positivas, mientras que a las de los individuos extragrupales se les asigna connotaciones negativas. No existen por lo tanto estereotipos neutros, pues alguien solo está dentro o fuera del grupo (Roca, 2005).

Así, aunque el estereotipo pueda ser considerado como un mecanismo mental para relacionarnos con el entorno socio-cultural eficientemente, la acepción más común del

término en la investigación sobre género es la que lo concibe como fuente de confusión y discriminación. La siguiente definición se ajustaría más a esta acepción:

El estereotipo es una representación social compartida por un grupo (comunidad, sociedad, país, etc.) que define de manera simplista a las personas a partir de convencionalismos que no toman en cuenta las verdaderas características, capacidades y sentimientos de los propios sujetos. Son ideas adoptadas de algo o de alguien originada por lugares comunes, transmitidas por la iglesia, la familia, la escuela, las instituciones políticas, los medios de comunicación, en donde se introyectan las formas de pensar de la ideología dominante. Francisco Gómez-Jara señala que los estereotipos o fracción de la realidad están integrados por conceptos simplistas, fijos, generalmente superficiales y aparentes (López, 2007, p. 103).

Los estereotipos de género, a la vez que los refuerzan, se desarrollan a expensas de determinados modelos normativos o roles diferenciados para hombres y mujeres. Estos modelos, llamados de “masculinidad y feminidad”, son construcciones culturales, específicos para cada cultura y momento histórico, que organizan las sociedades y participan en la estructuración de la subjetividad humana (García-Mina, 2003).

Aunque las atribuciones contempladas para cada modelo de masculinidad y feminidad difieran entre distintas culturas, es un hecho común a casi todas ellas que el modelo asignado a los hombres aparezca más valorado y goce de mayor prestigio social que el modelo asignado a las mujeres. Ambos modelos se encuentran estrechamente vinculados, ya que han sido elaborados dicotómicamente a través de un proceso de exclusión. Así, a los niños/chicos/hombres se los socializa para la producción y el progreso en el ámbito público, mientras que a las niñas/chicas/mujeres se las socializa para la reproducción y la permanencia en el ámbito privado (García-Mina, 2003).

Las organizaciones mediáticas, quienes las componen, y por lo tanto sus producciones, forman parte de la propia realidad sociocultural sobre la que informan y a la que retratan. Parece por lo tanto inevitable que se produzca cierta sintonía entre los estereotipos de género presentes en las representaciones mediáticas y los imperantes en el medio sociocultural y sus modelos normativos diferenciados para hombres y mujeres. Desde esta lógica nada podría reprocharse a los medios, y de hecho esta es una de las principales líneas de argumentación que utilizan en su defensa cuando se le acusa de producir representaciones sexistas.

Sin embargo, como hemos visto, los modelos normativos de masculinidad y feminidad, al igual que las sociedades que los desarrollan, promueven y sostienen, no son inmutables, ni tan siquiera homogéneos. De este modo y a través del devenir histórico, primero entre ciertos sectores y después, con mayores o menores resistencias, en el grueso de la sociedad, se han ido produciendo cambios en los modelos normativos para hombres y mujeres. Estos cambios, aunque todavía hoy distan mucho de ser

completos, han supuesto modificaciones en las atribuciones conferidas socialmente a cada sexo, equiparándolos progresivamente en una sociedad más igualitaria en términos de género.

Los medios de comunicación, como agentes activos de socialización y a través de sus representaciones, son capaces de contribuir o entorpecer en el proceso de cambio que se viene produciendo en los modelos normativos y el sistema de relaciones entre los géneros. Así, las representaciones igualitarias serían precursoras de mayor igualdad real, aunque en un tempo más lento del que la propia conciencia social consiga asumir. Por el contrario, las representaciones no igualitarias, propias de modelos/estereotipos más tradicionales y obsoletos, contribuirían a transmitirlos y perpetuarlos (Rodríguez et al., 2008).

La investigación de los últimos años sobre la representación de género en los medios impresos de tirada nacional españoles muestra que esta es desigual entre ambos sexos. Esta desigualdad se manifiesta en cuanto a roles, conducta y vocablos propios de los rasgos de personalidad (Rodríguez et al., 2008).

A pesar de ello no puede decirse que las representaciones mediáticas de los respectivos roles de mujeres y hombres no hayan evolucionado a lo largo de los últimos años. Aunque, como veremos, esta evolución no siempre deba entenderse como un progreso hacia modelos de entender la feminidad y masculinidad deseables desde una sociedad madura e igualitaria.

Hernández (2011) identifica una evolución en la representación mediática de mujeres y hombres en nuestro país que parte desde posiciones muy distantes (“mujer sumisa” y “macho ibérico”) hasta confluir en una imagen bastante unificada para ambos (“ser andrógino”).

Los modelos de “mujer sumisa” y “macho ibérico” se corresponderían con el período que media entre el tardofranquismo y el inicio de la transición. En este, la identidad femenina se concibe casi exclusivamente en relación con la procreación y el vínculo a un espacio familiar. Así, la mujer solo podía definirse en términos de virgen, esposa o madre. Una mujer modélica marcada por las referencias de la belleza y el sentimentalismo, que debía ser virtuosa y mostrarse siempre sumisa a la figura masculina, encarnada en la figura del esposo o padre.

En el mismo período el hombre por el contrario fundamentalmente era representado en el papel de principal instancia social y familiar, siempre con una función representativa respecto a la mujer. Aparte de esto su imagen quedaba algo desdibujada, mostrándose como un ser misterioso y distante, a medio camino entre la divinidad y una naturaleza salvaje. También se caracterizaba por mostrar una rudeza elemental en lo que al plano afectivo y sentimental se refiere.

Para Hernández (2011), a pesar de la evolución que se ha producido en la representación simbólica de los modelos normativos de feminidad y masculinidad, los paradigmas “de mujer sumisa” y “macho ibérico” continúan teniendo en el presente una vigencia mayor de la que cabría esperarse en una sociedad que proclama la igualdad entre los sexos. Así, en relación con el ascenso de la importancia de la moda y, en relación a ella, la publicidad como elementos de influencia social, los respectivos arquetipos en la representación de mujeres y hombres han venido a confluír en la actualidad en una novedosa y peculiar *versión del mito andrógino*, que conforma un arquetipo caracterizado por la ambigüedad sexual y el culto a la imagen corporal, con la esbeltez y juventud como exponentes (Hernández, 2011).

Este “arquetipo andrógino”, no obstante, no dejaría de constituir un modelo impuesto “desde arriba” con un trasfondo consumista, más que la consecuencia de un discurso social reflexivo con fines igualitarios. En el “arquetipo andrógino” aún son fácilmente distinguibles dos modelos diferenciados para mujeres y hombres, a cada uno de los cuales les correspondería un tipo de servicios y productos también diferenciados, hacia el que el sistema mediático-publicitario trataría de encaminarlos. El modelo masculino del “arquetipo andrógino” se correspondería con el del que ha venido a denominarse *hombre metrosexual*. El modelo femenino del “arquetipo andrógino” se correspondería con el de la *mujer de hoy*, que a pesar de su perfil posmoderno e incuestionable emancipación tendría mucho más en común con el modelo de “mujer sumisa” tardofranquista de lo que pudiera parecer (Hernández, 2011).

Si, dentro del entramado de las representaciones mediáticas, nos centramos exclusivamente en el ámbito publicitario, también puede observarse una evolución en la representación de la imagen femenina y los roles que le son atribuidos.

López y Bernad (2007) distingue tres etapas en esta evolución. Los cambios que describe, como puede observarse, muestran cierto paralelismo con los descritos por Hernández (2011) para el conjunto de las representaciones mediáticas.

La primera etapa mostraría una “*Mujer inferior al hombre y subordinada a él*”, que enfatiza una división sexual del trabajo en la que la esfera pública (trabajo fuera de casa) se asocia al hombre y la privada (tareas de casa) siempre a la mujer. La segunda es la de “*La liberación de la mujer. Las mujeres son iguales ante la Ley*”, en la que la equiparación jurídica de la mujer al hombre se traduce en la apertura de la esfera pública a la mujer, sin que ello suponga que la esfera privada deje de considerarse como un ámbito privativo de ella. La “liberación” de la mujer impone la adopción del modelo masculino, considerado el referente, por parte de esta, así como la renuncia al papel femenino de la maternidad como peaje para poder acceder a la cúspide laboral. La tercera etapa sería la de “*Corresponsabilidad mujer y varón*”, en la que tanto mujeres como hombres aparecen representados en los ámbitos público y privado,



compartiendo las responsabilidades laborales, familiares y domésticas de forma más equilibrada. La última etapa sería la de *“Cosificación de la mujer”*, en la que esta se convierte en un objeto más de consumo, se utiliza su imagen y cuerpo con fines comerciales y se transmiten modelos y estereotipos susceptibles de ser imitados por el público femenino en muchas ocasiones. Este tipo de representaciones publicitarias de la mujer, en actitudes sexuales e incluso cuasi-pornográficas, es de hecho en España el principal motivo de denuncias ciudadanas recogidas en el Observatorio de la Publicidad Sexista (López & Bernad, 2007).

### **1.2.3 Los estereotipos de género en las representaciones mediáticas deportivas**

Anteriormente se ha mostrado cómo los roles de género representados a través de los medios transmiten imágenes estereotipadas de mujeres y hombres que responden a modelos de feminidad y masculinidad tradicionales. Estas imágenes no reflejan la compleja diversidad de intereses, atribuciones, cometidos y relaciones que se establecen realmente en la actualidad en y entre los géneros, y su difusión mediática puede fomentar el desarrollo de patrones androcéntricos en las relaciones sociales, o al menos dificultar su superación.

Las representaciones del fenómeno deportivo también muestran estereotipos de género que, aunque puedan presentar características específicas, no se encuentran desvinculados ni de los estereotipos de género en su conjunto ni de los modelos normativos de masculinidad y feminidad tradicionales que sustentan a estos últimos.

Los estereotipos de género en la actividad físico-deportiva han sido estudiados fundamentalmente desde tres enfoques distintos, según Blández, Fernández y Sierra (2007, p.3):

- a) la atribución de rasgos de masculinidad y feminidad y orientación de los roles de género en la actividad física y el deporte (Duquin, 1968; Ostrow y cols., 1981; Coley y cols., 1985); b) la integración de rasgos o características físicas en las diferentes actividades físico-deportivas con su subsiguiente estereotipia de género (Mead e Ignico, 1992; Pellet, 1994; o McDonald, 1990) y c) los estereotipos en relación con la aceptabilidad social que reunían diferentes actividades, su tipificación de género y la participación en ellas de las chicas y de los chicos, desde los pioneros trabajos de Eleanor Metheny (1965) hasta las contribuciones de Kane y Snyder (1989) o Csizma y cols. (1988).

En líneas generales, la investigación sobre estereotipos de género vinculados a la actividad físico-deportiva identificaría los rasgos instrumentales, relacionados con los roles activos y la capacidad para manipular el entorno eficientemente, con el hombre. Los rasgos afectivos-expresivos, relacionados con los roles afectivos y asistenciales,

propios de personas volcadas en los otros, se encontrarían identificados con la mujer (Blández et al., 2007).

Hemos visto que los estereotipos de género son de naturaleza dinámica. Por su parte, los estereotipos de género específicos del ámbito deportivo también están sujetos a procesos de evolución. Para Puig (2000) los cambios en los estereotipos se relacionarían con cambios estructurales que, en el seno de las sociedades, habrían inducido un proceso de individualización. Para esta autora la enorme evolución social, cultural y económica de las últimas décadas habría traído aparejada una diferenciación progresiva de los sistemas educativo, profesional, deportivo, mediático, etc., que se habrían ajustado para permitir a los individuos patrones de comportamiento cada vez más autónomos y diferenciados. Las personas cada vez estarían menos definidas por los valores y normas fijados por las instituciones sociales y tendrían más responsabilidad en la elaboración de sus formas de comportamiento.

El conjunto de actividades relacionadas con el cuerpo, incluido el deporte, habrían sido de gran importancia en este proceso de individualización, que afectó a hombres y mujeres a diferente ritmo (para ellos se inició en los albores del capitalismo y para ellas no habría llegado hasta la segunda mitad del siglo XX). El cuerpo sería un lugar de expresión del propio yo que en el que se manifestaría la individualización del género. Esta individualización, en lo que al sistema deportivo se refiere, habría permitido el cuestionamiento de la masculinidad hegemónica, que daría paso a nuevas masculinidades en el deporte, donde se contemplarían sin pudor las emociones, debilidades e inseguridades. Para las mujeres habría supuesto la posibilidad de acceder a disciplinas tradicionalmente masculinas desarrollando una feminidad propia, que se apartaría del estereotipo hegemónico femenino, pero no se limitaría a reproducir o adaptar para ellas el masculino. Es decir, el proceso de individualización social produciría en el deporte ambivalencias de género, en las que el género no desaparece, pero se individualiza (Puig, 2000).

Pero una cosa es que los modelos normativos de feminidad y masculinidad hayan evolucionado en el ámbito deportivo, y otra muy distinta es que los medios de comunicación representen esta evolución.

López (2011) refiere como habituales estereotipos o rasgos estereotipados de género en las representaciones del deporte en los medios en aspectos tales como: la importancia de la belleza; las referencias sexistas; la definición por el estatus vicario y las referencias a la vida personal y familiar; la asignación estereotipada de roles de género en función del sexo (corresponsabilidad familiar); las atribuciones sobre el control emocional; la tipificación de deportes como masculinos o femeninos; y el uso de un lenguaje no inclusivo o sexista.

Para esta autora el estereotipo de belleza sería el primero y más abundante, y supone considerar a la deportista como objeto sexual de deseo. Un ejemplo representativo es la injustificada atención que, desde el punto de vista deportivo, reciben algunas deportistas, de gran atractivo pero con un éxito competitivo muy relativo.

Las referencias sexistas, muy relacionadas con el estereotipo de belleza, destacan aspectos de las deportistas no relacionados con el contexto deportivo en el que se producen. De este modo, se focalizan situaciones anecdóticas o poco relevantes para el hecho sobre el que se informa (una fotografía desafortunada, una supuesta rivalidad entre competidoras, etc.). No ocurre otro tanto con los deportistas de sexo masculino.

También se producen representaciones estereotipadas de género cuando se presenta a las deportistas por su estatus vicario o se hacen referencias a su vida personal y familiar. Así, se define a las mujeres por una relación familiar mucho más que a los hombres, y cuando aparecen en las secciones de deportes muchas veces lo hacen como madres, esposas o novias de deportistas.

La asignación estereotipada de roles de género en función del sexo también es frecuente en la información deportiva. Los deportistas de sexo masculino son representados en modo tal que se les supone dedicación completa de su tiempo y energía al entrenamiento para la consecución de éxitos deportivos, sin contemplar la posibilidad de su implicación en otro tipo de tareas, propias del ámbito privado. Se ofrece así una estereotipada asignación dicotómica de roles para mujeres y hombres.

El control emocional en función del sexo también es un ámbito donde se constatan representaciones estereotipadas. Así, es complicado encontrar a los hombres mostrando emociones alejadas de la masculinidad hegemónica, caracterizada por la fortaleza, espíritu combativo, etc.. Sin embargo, y aunque las mujeres puedan ser retratadas en actitudes emotivas, no se evita mostrarlas manifestando emociones tradicionalmente entendidas como masculinas. Ello refleja la asimetría en los valores culturales en relación al género: los rasgos tradicionalmente considerados masculinos son ensalzados, mientras que los tradicionalmente considerados femeninos se devalúan.

La concepción estereotipada de los deportes como “masculinos” o “femeninos”, independientemente de que en la actualidad la práctica totalidad de ellos sean practicados por ambos sexos, todavía sigue arraigada en las representaciones mediáticas. Tras un largo proceso de equiparación histórica la práctica de la mayoría de los deportes está abierta para ambos sexos, y la concepción estereotipada de unos u otros como propios de hombres y de mujeres comienza poco a poco a ser desterrada. Sin embargo, los medios, todavía la traslucen, pues tienden a representar con mucha mayor asiduidad a las mujeres deportistas en aquellas prácticas tradicionalmente consideradas “femeninas”. Además, cuando representan a mujeres

en deportes tradicionalmente considerados “masculinos”, todavía a veces inciden en tópicos tales como la supuesta virilización y falta de atractivo consecuencia de estas prácticas para las mujeres, e incluso, en relación a lo anterior, focalizan la atención en las posibles derivaciones en sus preferencias sexuales, asunto este que parece despertar especial morbo.

Por último, los medios, al utilizar el lenguaje de un modo no inclusivo, o incluso abiertamente sexista, tienden a reforzar distintos estereotipos tradicionales de género. Son ejemplos de uso no inclusivo la utilización del término “hombre” con valor genérico, así como el uso de nombres de profesiones, cargos de responsabilidad y fórmulas en masculino, aunque se refieran a mujeres. Ejemplos de usos sexistas del lenguaje en la cobertura mediática serían: la utilización de adjetivos, diminutivos y frases condescendientes que no contribuyan a tomar en serio a las deportistas; el uso del nombre de pila o apodos para referirse a las mujeres deportistas, mientras que para referirse a los hombres deportistas suelen utilizarse sus apellidos; la disimétrica denominación de las deportistas como “damas” y de los deportistas como “hombres”; la especificación del sexo al que van dirigidos los eventos exclusivamente cuando se trata de mujeres (“Campeonato del Mundo de Balonmano” -hombres-, “Campeonato del Mundo de Balonmano Femenino” -mujeres-); elección de términos no paralelos para hombres y mujeres, o marcados por el género (por ejemplo cuando se define a las deportistas como guapas, encantadoras, fornidas o animadas, pero no como poderosas, hábiles, ágiles, fuertes, veloces o capaces).

Los estereotipos de género presentes en las representaciones mediáticas sobre el fenómeno deportivo no son exclusivas de un medio o tipo de producción concreta, sino que se diseminan prácticamente a lo largo de todo el espectro mediático. En el apartado 1.5 se detallan investigaciones que han encontrado este tipo de estereotipos en los medios impresos (periódicos y revistas, fundamentalmente), que para el objetivo de esta investigación interesan particularmente. A continuación, a modo de ejemplo y para darnos una idea de la dimensión del problema, se citan otras que han constatado la presencia de estereotipos en producciones mediáticas tan variadas como las películas de cine, los videojuegos o los libros de texto.

Ramírez, Piedra, Ries y Rodríguez (2011) muestran cómo los estereotipos de género todavía tienen una fuerte presencia en el cine de temática deportiva. Un análisis de contenido aplicado sobre un total de 76 películas, seleccionadas por sus buenos resultados en taquilla, permitió constatar que todavía en el cine se reflejan con fidelidad los modelos normativos tradicionales de masculinidad y feminidad asociados al deporte.

Aunque en ocasiones se mostraba una visión crítica de la mujer dependiente o directamente se mostraban mujeres independientes o incluso transgresoras, el

prototipo de mujer representado era muy tradicional: mujer joven en un rol secundario, con cualidades de maternidad, belleza y ternura. Además estas características tradicionales simbólicamente eran interpretadas de un modo positivo.

Los atributos físicos femeninos más comunes eran la belleza, delgadez y juventud. La cualidades asignadas a la mujer eran las actitudes maternas, la ternura, el aprecio de la estética, la manipulación, etc., cualidades que raramente aparecían asociadas a los hombres.

El argumento más recurrente en las películas estudiadas gira en torno a la práctica de deportes tradicionalmente no adecuados para el ideal femenino (boxeo, fútbol americano o fútbol 11). La práctica deportiva de las mujeres en estas películas se identifica con actividades coreográficas (animadoras), a veces de forma exclusiva, y en un rol de apoyo o incluso de premio para los deportistas varones. Pero lo más habitual es que las mujeres aparezcan en un rol pasivo, de mero apoyo al varón protagonista, aunque haya algunas excepciones de “heroínas subversivas”.

La discriminación de las mujeres en las películas analizadas se refleja en su escasa presencia en papeles principales, pero también en el frecuente uso del cuerpo de la mujer como herramienta provocativo-sexual, extremo muy frecuentemente en las figurantes.

La investigación de Ramírez (2011), basada en un análisis de contenido efectuado sobre portadas de videojuegos de temática deportiva, puso de manifiesto que también en estos productos mediáticos se reflejan los cánones y estereotipos corporales de género predominantes en la sociedad actual.

Así, el modelo masculino reflejado se corresponde con el de un hombre fuerte, de raza blanca, joven y con indumentaria deportiva, que suele pertenecer a la élite del deporte que aparece representado (preponderantemente deportes de equipo) y que se muestra realizando gestos competitivos propios de este.

El modelo femenino representado se corresponde con el de una mujer joven de raza blanca, con indumentaria deportiva, que destaca por su delgadez y esbeltez, las cuales practican actividades relacionadas con la estética corporal y la salud.

Los resultados de Ramírez (2011) coinciden con los de investigaciones previas, que

defienden que la figura femenina de los videojuegos se conforma a partir de rasgos casi imposibles: cinturas exageradamente estrechas con grandes pechos y, por supuesto, con largas, delgadas y agraciadas piernas. Como afirma Pita (2004), lo que suponía un paso en la equiparación de sexos (se refiere a la participación de las mujeres en los videojuegos como protagonistas) acabó por convertirse en un icono sexual para el público masculino (p. 416).

Por su parte, la investigación de Moya, Ros, Bastida y Menescardi (2013), centrada en libros de texto del área de educación física para el tercer ciclo de educación primaria y desarrollada a partir de una técnica de análisis de contenido, confirmó la persistencia de un modelo masculino hegemónico, de raza blanca y practicante de actividades de condición física y deportivas como el dominante en las representaciones.

#### **1.2.4 Hacia una representación mediática de los géneros equilibrada: avances, necesidades, retos y oportunidades**

Si se analiza la evolución social e histórica desde una perspectiva de género, puede entenderse esta como una lucha de la mujer por acceder progresivamente a los derechos, oportunidades y reconocimiento que indefectiblemente ya habían sido alcanzados previamente por los varones, también en el ámbito del deporte.

La historia muestra también cómo la consecución formal de los derechos no se traduce necesariamente en la capacidad de ejercerlos en la práctica. Así, aunque sobre el papel, la mujer en Occidente se ha equiparado al hombre en la práctica totalidad de derechos y obligaciones, en la realidad todavía se encuentra relegada, posiblemente mucho más de lo que el orden patriarcal y androcéntrico, que en buena medida todavía rige nuestro sistema social, nos permite apreciar.

Podría afirmarse entonces que la próxima frontera en la lucha hacia la igualdad entre los géneros sería el paso desde la igualdad formal, prerequisite indispensable ya conseguido, a la igualdad real. En la transición entre ambos escenarios los medios de comunicación tienen un importante papel que jugar, pues su contribución, de enorme potencial en el tipo de sociedad en la que vivimos actualmente (no en vano es denominada como “de la información”), puede facilitarla o entorpecerla. Los medios de comunicación pueden bascular por lo tanto entre erigirse en motores de cambio o configurarse como mecanismos que favorecen el statu quo.

Tanto la infrarrepresentación como la representación estereotipada de la que, como hemos visto a lo largo de apartados precedentes, son responsables los medios al retratar a la mujer, denotan que actualmente estos se posicionan más cerca de la segunda opción.

En este apartado repasaremos distintos avances, legislativos e institucionales, que a lo largo de las últimas décadas se han producido en el escenario internacional y nacional, en lo relativo al impulso en los medios de representaciones más equitativas desde una perspectiva de género. A continuación apuntaremos algunas de las necesidades que se plantean para lograr que se produzcan cambios en este ámbito. Por último analizaremos nuevos retos y oportunidades a los que los medios se enfrentan.

El mundo actual está caracterizado por una profunda reconfiguración de las relaciones entre Estados nacionales y organismos internacionales, que además deben incluir en

su dialéctica a nuevos actores, como pueden ser las organizaciones no gubernamentales, incluidas las de mujeres. De estas complejas relaciones, durante las últimas décadas, han surgido avances legislativos, manifestativos e institucionales que son un buen indicador de las aspiraciones y los derechos adquiridos por los colectivos sociales, incluido el de las mujeres (Fernández, 2009).

En el ámbito internacional ha sido la Organización de Naciones Unidas (ONU) la principal promotora de estos avances para las mujeres. Ya en 1946 estableció el Comité Sobre la Situación de la Mujer, que influyó en iniciativas relacionadas con la demografía, la agricultura y la modernización de los países periféricos, que afectaban al desarrollo social femenino. Sin embargo es a partir de 1975, con la Conferencia por el Año Internacional de la Mujer realizada en México y su declaración de la Década de la Mujer, cuando se produjo un salto cualitativo. Se han venido desarrollando desde entonces muchas convenciones relacionadas con la promoción de los derechos humanos que, directa o indirectamente, han afectado a las mujeres: Convención Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Convención para los Derechos Políticos de la Mujer; Convención Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación Racial, Convención contra todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, Convención contra la Tortura y otros Tratamientos Crueles y Convención sobre los Derechos del Niño (Fernández, 2009).

La Convención contra todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) es

el primer instrumento con perspectiva de género porque amplía la responsabilidad estatal a actos que cometen personas privadas, empresas o instituciones no estatales y no gubernamentales. Además obliga a los Estados a adoptar medidas concretas para eliminar la discriminación hacia las mujeres y permite medidas transitorias de acción afirmativa, o de acción positiva.

Entre sus puntos más destacados la CEDAW reconoce el papel de la cultura y las tradiciones en el mantenimiento de la discriminación y obliga al Estado a eliminar los estereotipos en los roles de hombres y mujeres, define la discriminación y establece un concepto de igualdad sustantiva.

La convención no solamente equiparó las mujeres a los hombres como cuando se logró el sufragio, sino que está pensada en femenino, por lo cual incluye cuestiones relativo tanto al ámbito privado como al público; a lo productivo y lo reproductivo (Fernández, 2009, p. 5).

Para el apoyo a la implementación, desarrollo y evaluación de las políticas de género promovidas por la ONU la organización ha contado con distintas entidades. En 2010 creó ONU Mujeres, Entidad de la ONU para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer. Ello supuso la unificación de recursos y mandatos para

obtener un mayor impacto en sus objetivos. En ella se integraron la División para el Adelanto de la Mujer (DAW), el Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación para la Promoción de la Mujer (INSTRAW), la Oficina del Asesor Especial en Cuestiones de Género (OSAGI) y el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM) (UN Women).

Si nos centramos en el avance de la mujer en relación a los medios de comunicación muchos autores ponen como referente la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en 1995 en Pekín (en adelante Conferencia de Pekín) (Balaguer, 2008; Fernández, 2009; López & Bernad, 2007). En ella

los gobiernos se comprometieron a garantizar la libertad de los medios de comunicación, promoviendo la participación plena y equitativa de las mujeres en ellos y a tomar medidas efectivas contra la pornografía y la proyección de la violencia contra las mujeres y las niñas/os en los medios (Fernández, 2009, p. 7).

Como en tantos otros asuntos, en lo relativo a los derechos de las mujeres, la ONU, como espacio de neutralidad y escenario privilegiado del proceso de globalización, se ha convertido en tribuna para voces que han propuesto avances irrealizables en sus respectivos países. Sin embargo se produce el inconveniente de que la ONU solo legisla a nivel formal y de modo declarativo. Es la responsabilidad de los estados, sobre los que el organismo internacional solo ejerce cierta vigilancia, la implementación efectiva de las disposiciones, resoluciones y planes de acción acordados (Fernández, 2009).

No obstante lo anterior, es indudable que tanto el debate ideológico como la producción normativa en la ONU son un referente para múltiples organizaciones. Así, las Naciones Unidas han influido positivamente en la legislación y medidas efectivas adoptadas por los gobiernos de muchos países para la igualdad de género en general y la de los medios de comunicación en particular.

Por ejemplo, en el ámbito internacional, además de la ya citada Conferencia de Pekín, destaca la Conferencia de la Unión Interparlamentaria que se celebró en Nueva Delhi en 1997. En ella se alude a la necesidad de formar mujeres en los medios y se invita a las organizaciones mediáticas a introducir una nueva óptica sobre la mujer, sobre todo de la mujer política (Balaguer, 2008).

López y Bernad (2007) también destacan, como disposición del ámbito internacional y en relación a la imagen y los derechos de la mujer, el Código de Práctica Publicitaria de la *International Chamber of Commerce*, referente para el sector que establece que los anuncios deben evitar cualquier forma de discriminación por razón de sexo.

Balaguer (2008) destaca, del ámbito europeo, la Directiva del Consejo de 3 de octubre de 1989, sobre coordinación de las disposiciones legales en el ejercicio de las actividades de radiodifusión televisiva, modificada por la Directiva del Consejo y del



Parlamento Europeo de 1997, conocida como de la Televisión Sin Fronteras. Esta Directiva prohíbe explícitamente la publicidad subliminal, encubierta y discriminatoria. Conviene aquí puntualizar que, respecto a esta Directiva, el Parlamento Europeo propuso modificarla haciendo constar, en lo relativo a la retransmisión de acontecimientos de gran importancia, la necesidad de que los Estados miembros garanticen la retransmisión de las competiciones deportivas femeninas (López, 2011).

Balaguer (2008) también se refiere a la Resolución 1557 de 26 de junio de 2007, de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, sobre la imagen de las mujeres, que controla la actividad publicitaria para garantizar el respeto a la dignidad y cuerpo de la mujer.

López y Bernad (2007) destacan la Resolución del Parlamento Europeo A4-0258/1997, que sobre la base de un informe centrado en la discriminación de la mujer en la publicidad, redactado por el Comité sobre los Derechos de la Mujer, introdujo una serie de recomendaciones y propuestas encaminadas a mejorar la situación de las mujeres en los medios de comunicación

Ya en el ámbito legislativo nacional, Balaguer (2008) apunta que desde el derecho constitucional se ha prestado poca atención a las cuestiones relacionadas con el derecho de la imagen de las mujeres en los medios. No obstante, esta autora considera que hay varios artículos en la constitución española que afectan más o menos directamente a esta: el art. 1.1, al referirse a los valores de igualdad y de libertad; el art. 9.2, que obliga a los poderes públicos a remover obstáculos para lograr el cumplimiento de la igualdad y libertad de los individuos y grupos (desigualdad compensatoria); art. 10, que hace referencia a la dignidad de la persona y al libre desarrollo de la personalidad; el art. 14, que consagra la igualdad ante la ley de todos los españoles; art. 18, que reconoce el derecho al honor, la intimidad personal y familiar y la propia imagen; art. 20 que garantiza la libertad de expresión e información.

Balaguer (2008) también se refiere a la Ley 34/1988, General de publicidad, que considera ilícita aquella que atente contra la dignidad de la persona o vulnere valores o derechos constitucionales, sobre todo en lo referido a la infancia, la juventud y la mujer.

Por su parte, varios autores (Balaguer, 2008; López & Bernad, 2007) destacan la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género, que reconoce explícitamente una protección contra cualquier tipo de publicidad sexista.

Balaguer (2008) también se refiere a la ley 22/1999, de 7 de junio, que incorpora la directiva de la Televisión sin Fronteras al ordenamiento español, prohibiendo la

discriminación por razón de sexo e impidiendo que la publicidad asocie al consumo de bebidas alcohólicas virtudes de tipo sexual o social.

La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres también es tenida en cuenta por Balaguer (2008). Esta ley, según esta autora, remitiendo a la legislación general, considera ilícita cualquier tipo de publicidad que suponga una conducta discriminatoria.

Por último, Balaguer (2008) también refiere la existencia de leyes autonómicas con la pretensión de contribuir a la igualdad efectiva de género.

Una derivación de algunos de los avances legislativos anteriormente expuestos ha sido la creación, por parte del Estado y de las comunidades autónomas, de diferentes Observatorios de la Publicidad. Estos observatorios, dependientes orgánicamente de sus respectivos Institutos de la Mujer, y con distintos niveles de institucionalización y cobertura legal, tienen como finalidad esencial la erradicación de la imagen estereotipada de la mujer en la publicidad (Balaguer, 2008). En relación al deporte, es de destacar el convenio que en 2010 la Corporación Radio Televisión Española (RTVE) estableció con el Instituto de la Mujer, por el que el ente mediático asumía el compromiso de incrementar la difusión de la práctica deportiva de las mujeres y la retransmisión de los eventos protagonizados por ellas (López, 2011).

La propia oportunidad de introducir avances legislativos e institucionales en pro de la equiparación de los géneros es un indicador de que la igualdad en el ámbito de las representaciones mediáticas todavía no se ha alcanzado. Sin embargo, el entramado normativo y la vigilancia institucional han propiciado, cuando menos, la inclusión en las organizaciones mediáticas del debate sobre la necesidad de dotarse de una “perspectiva de género” a la hora de elaborar sus contenidos (López, 2008).

En este contexto, la autorregulación, que por otra parte ya se contemplaba en algunas disposiciones legislativas (Ley Orgánica 1/2004 y Ley Orgánica 3/2007), se configura como una alternativa más para lograr una representación mediática equilibrada para ambos géneros. Así, algunas asociaciones profesionales de medios se dotan a sí mismas de normas de autodisciplina. Por ejemplo la Asociación de Autocontrol de la Publicidad aprobó un Código de Conducta Publicitaria, donde se prohíbe la discriminación por sexo u orientación sexual (Balaguer, 2008).

La perspectiva de género, que entró en principio en las redacciones gracias a las profesionales sensibilizadas sobre el tema y las críticas de algunas lectoras, dio paso a debates en las asociaciones profesionales, y cristalizó finalmente en la publicación de propuestas elaboradas desde los propios medios. Asimismo, por parte de multitud de instituciones de distinto rango territorial (Direcciones Generales de la Mujer, Institutos de la Mujer, diputaciones, ayuntamientos, etc.) se vienen desarrollando actividades

que contribuyen a difundir entre distintos sectores el problema que supone la escasa atención mediática a las desigualdades de género (López, 2008).

Específicamente en lo concerniente al ámbito deportivo, destaca el “Manifiesto por la igualdad y la participación de la mujer en el deporte”, promovido por el Consejo Superior de Deportes, que recomienda una representación de las mujeres en los medios positiva, diversificada y exenta de estereotipos, que sirva de modelo de éxito profesional, personal y social (López, 2011).

Es indudable que todos los avances anteriormente descritos han influido positivamente sobre las formas de trabajo de las organizaciones mediáticas, impulsándolas a producir contenidos más responsables en relación al tratamiento del género y la imagen de la mujer. Sin embargo, si nos remitimos a la distancia que media entre el alcance de las propuestas y la realidad efectiva de su aplicación, vemos que las mejoras son todavía muy relativas.

Así, por ejemplo, y en relación a los avances legislativos para la protección de la imagen de la mujer en la publicidad, a pesar de que nuestro ordenamiento jurídico cuenta con un número importante de normas, estas son vulneradas por la industria permanentemente. Ello sería consecuencia de la difícil defensa jurídica de este tipo de derechos, así como de la lenta y complicada gestión procesal (Balaguer, 2008).

En cuanto a las medidas autorregulatorias el problema estriba fundamentalmente en que solo constituyen recomendaciones y guías de actuación, pero no normas de obligado cumplimiento, lo que promueve que las industrias mediáticas actúen muchas veces de modo excesivamente autoindulgente (Balaguer, 2008; López, 2008). Son pocos los medios que han asumido compromisos explícitos con la audiencias como el diario *Público*, que lo hizo con un decálogo para informar sobre la violencia de género constituyéndose así en un referente (López, 2008).

Se plantean por lo tanto nuevas necesidades para seguir avanzando en una representación mediática de la mujer más justa e igualitaria. Desde el punto de vista judicial, Balaguer (2008) propone cambios legislativos y en las estrategias de quienes son demandantes en causas sobre discriminación de género, que permitan superar el enfoque comercial y mercantil ahora imperante en el tratamiento de los litigios sobre la imagen de la mujer en el derecho.

También es necesario un compromiso creciente de las organizaciones mediáticas con el ejercicio responsable de su profesión. Este compromiso se traduciría en el acatamiento real de las disposiciones y recomendaciones autorregulatorias para la protección de la imagen de la mujer.

Las producciones responsables desde un punto de vista de género deberían incorporar elementos de reflexión y evitarían asociaciones automáticas (implícitas o explícitas) de

estereotipos discriminatorios; también potenciarían materiales que contribuyeran a contrarrestar los efectos discriminatorios de los estereotipos negativos (discriminación positiva) (Roca, 2005).

Para facilitar la aplicación de la actividad autorregulatoria en el ámbito de las representaciones de género, sería conveniente asimismo que los colegios profesionales promovieran códigos deontológicos y se dotaran de libros de estilo acordes a las necesidades de progreso en este campo (Roca, 2005).

En relación a esto resultan muy interesantes las aportaciones de Rojas (2010). El autor desarrolla una tesis doctoral que pretende facilitar la elaboración de libros de estilo de última generación para los medios deportivos. En ella se reconoce la recurrencia del sexismo en los medios deportivos, atribuyendo el hecho a que estos fundamentalmente se centran en noticias futbolísticas y están elaborados y consumidos por hombres. El sexismo, para este autor, puede reconocerse en la presencia estereotipos de género y en usos sexistas del lenguaje (sexismo lingüístico - léxico y sintáctico- y sexismo social). Asimismo, aduce que el argumento de la economía del lenguaje, sostenido por los medios cuando se les acusa de invisibilizar a la mujer a través de este, no es justificable, pues no se aplica en otras situaciones.

Al realizar recomendaciones para la elaboración de libros de estilo para medios deportivos, el autor alude a la necesidad de que estos promuevan la formación en valores y la defensa de la Carta Olímpica. Así:

Por su gran dimensión, este tipo de periodismo ha de explotar su verdadero potencial actuando como un fuerte resorte de cohesión y convivencia social, como un factor de integración de determinados colectivos como la población inmigrante o personas con algún tipo de discapacidad, así como un elemento que fomente la igualdad de género.

Debe aspirar, por tanto, a educar y formar en valores, sobre todo a los más jóvenes, grandes aficionados al deporte y a quienes se les puede marcar el mejor camino a seguir mediante la transmisión de unas determinadas pautas expresivas y de conducta, contribuyendo así al desarrollo integral de su persona.

Por todo ello, los profesionales de la información deportiva habrán de asumir y aplicar en su labor diaria el cumplimiento de los Principios de la Carta Olímpica, formulado por el Comité Olímpico Internacional (COI) para así vincular el deporte con la cultura y la educación y favorecer la generalización y mantenimiento de un estilo de vida basado en la satisfacción del esfuerzo, el juego limpio, la solidaridad y el compromiso por la paz social (Rojas, 2010, p. 388-389).

En esta línea, Rojas (2010) considera que los libros de estilo deberían contemplar directrices para facilitar representaciones más plurales del deporte (deportes minoritarios, deporte no profesional, deporte de base, deporte de colectivos con

necesidades especiales, etc.). En relación a las representaciones y al género, específicamente, el deporte femenino debería contar con espacios más destacados y se debería evitar cualquier tipo de discriminación (estereotipos y uso del lenguaje). Los medios serían así un mecanismo de gran influencia para la educación en igualdad del público receptor. Los libros de estilo también deberían fomentar la elaboración de una información promotora del deporte salud (deporte para todos), primar la información sobre el espectáculo y evitar el sensacionalismo injustificado y la incitación a la violencia, poniendo especial énfasis en proteger a la infancia.

El Consejo Superior de Deportes, a través de la obra de López (2011), también establece recomendaciones útiles para los medios. Así, en relación a las representaciones de las mujeres deportistas, debería evitarse: usar el cuerpo de las deportistas como reclamo publicitario, hacer referencias a relaciones estereotipadas negativas de las relaciones entre las competidoras, mencionar gratuitamente las relaciones familiares de las jugadoras cuando no sea relevante para el tema, coartar del conocimiento del público la implicación de los hombres deportistas en la esfera social íntima (dedicación a la familia, por ejemplo), ilustrar asuntos emotivos y de interés humano exclusivamente través de las mujeres deportistas, presentar estereotipadamente deportes como “masculinos” o “femeninos” y utilizar lenguaje no inclusivo o sexista.

Otra necesidad, identificada por diversos autores para el avance, se centra en la formación/educación en medios desde una perspectiva de género. Esta consideraría tanto a los emisores (integrantes de las organizaciones mediáticas) como a los receptores (audiencias o público) de los mensajes mediáticos. La promoción de la educación en medios no estaría reñida con la promoción de la educación en general, que, como subraya Guisán (2010), tiene una incidencia positiva sobre el desarrollo económico y social, la igualdad de oportunidades para las mujeres y la calidad de vida.

En relación a esto López (2008) contempla la necesidad de que las redacciones cuenten con expertos en temas de género, tanto para guiar sobre la forma de informar como para implementar políticas de igualdad. De este modo, las Facultades de Ciencias de la Información y Comunicación deberían incluir conocimientos sobre género, tradicionalmente ausentes en los currículos universitarios.

Los receptores de los mensajes mediáticos también deberían ser educados en medios. En este caso se trataría de instaurar o promover en ellos una capacidad crítica, que “implica identificar el carácter político de la industria cultural y del proceso comunicacional; supone sospechar en la transparencia de mensajes mediáticos; y propone la creación/formación de un ciudadano independiente, cuestionador y creativo” (Alvarado-Miquilena, 2012, p. 106).

Debería promoverse en especial la alfabetización en medios entre quienes se interesan por la promoción de los derechos de la mujer (grupos y asociaciones feministas, por ejemplo). Un mayor bagaje en la interpretación de los contenidos mediáticos permitiría al público ejercer con mayores garantías de contrapeso a los intereses económicos y corporativos de los productores mediáticos, evitándose así muchos desmanes (López, 2008). Los resultados de esta alfabetización, en el ámbito de la publicidad, podrían sentirse rápidamente dado que

parece claro que los/as anunciantes no buscan la ofensa a sus potenciales consumidores/as. En concreto, los/as anunciantes diseñan su acción publicitaria en función del público consumidor/a de su producto (*target*).

En este sentido hemos de indicar que la publicidad discrimina por consumo, y esto les llevará a modificar sus estrategias publicitarias en cuanto detecten que la sociedad se lo demanda (López & Bernad, 2007, p. 223).

En lo referente a la alfabetización en medios entre los más jóvenes, el ámbito de la educación formal resulta esencial, pues la “alianza estratégica entre los campos de la Comunicación y la Educación ofrece unas extraordinarias potencialidades que no se puede dejar de aprovechar” (Torregrosa, 2008, p. 135). Particularmente sobre las representaciones mediáticas de género sobre el ámbito deportivo se hace necesario, desde el área de educación física, “diseñar estrategias de intervención que compensen esta tendencia sexista [presente en los medios] proporcionando a nuestro alumnado modelos representativos de los dos géneros, en igualdad cuantitativa y cualitativa y que, además, estén vinculados a las necesidades e intereses tanto de alumnos como de alumnas” (Castillo del, 2012, p. 70). El desarrollo de una adecuada capacidad crítica permitiría al alumnado desactivar las perniciosas consecuencias inducidas por los medios, que transmiten modelos deportivos estereotipados en relación al género que pueden tener reflejo en el área de educación física (Castillo del, 2012).

La educación sobre medios en el ámbito escolar es ya una realidad que va abriéndose paso en las escuelas gracias a experiencias como la descrita por (Francisco, 2011), que tras un período de formación, fomentó en sus alumnos (4º de la ESO) lecturas críticas de medios para la identificación y deconstrucción de estereotipos de género. Los alumnos valoraron la actividad muy positivamente y, sobre todo, se constataron entre el alumnado participante conocimientos y competencias sobre medios de comunicación superiores respecto a otros grupos paralelos no implicados en la experiencia.

Otro ejemplo relacionado con la alfabetización en medios en el entorno escolar, esta vez encaminada a la prevención de la violencia de género, es el modelo propuesto por (Falcón, 2009). Está pensado para, desde una perspectiva de género, ser aplicado en el análisis de las narraciones audiovisuales centradas en el tópico de las relaciones sentimentales. Pretende desarrollar en el alumnado destrezas de detección y análisis

de elementos, frecuentemente presente en este tipo de narraciones, que pueden fomentar la interiorización de patrones peligrosos en lo concerniente al reparto de roles de género o a las estructuras de las relaciones amorosas. Se aspira así a fomentar en el alumnado el desarrollo de esquemas propios, no estereotipados, a la hora de definir las, y definirse en, las relaciones sentimentales en la vida real.

Además de acciones centradas en la educación/formación mediática, existen otro tipo de vías para lograr una mejora en las representaciones de la imagen de la mujer, como las relacionadas con la promoción de una mayor pluralidad en los medios.

A este respecto, López (2008) aboga por incrementar el acceso a los medios de las mujeres, individualmente o a través de grupos u organizaciones que las representen, en calidad de fuentes, portadoras de información y de opinión.

En relación a lo anterior, por ejemplo, varios autores (Balaguer, 2008; López, 2008) refieren que el artículo 28 de la Ley 17/2006 de la radio y la televisión de titularidad estatal estipula que en la programación de RTVE debe reflejarse la pluralidad social, ideológica, política y cultural de la sociedad española. Aunque la interpretación de este artículo, en la práctica, se ha traducido exclusivamente en la aplicación de los espacios electorales para los partidos políticos, podría entenderse también como una vía para dar mayor voz a la mujer.

Por último López (2011) considera de gran importancia que los medios contribuyan a visibilizar el compromiso, real y simbólico, de las más altas instituciones y de las personalidades con gran representatividad social con la causa de la igualdad de género.

A las necesidades, anteriormente apuntadas, para impulsar en los medios representaciones más equitativas desde una perspectiva de género, habría que sumar nuevos retos y oportunidades a la que estos se enfrentan. Los retos para los medios fundamentalmente se derivan de los últimos avances tecnológicos, marcados por el signo de la comunicación social a través de internet.

A este respecto García y Núñez (2008) afirman que

el ciberespacio se desplegaría como un nuevo espacio público en el que se sitúa la necesidad de adquirir un mayor grado de visibilidad y de potenciar la aparición de medios alternativos a los tradicionales a través de los cuales se pueda canalizar la defensa del reconocimiento de la mujer. En efecto, Internet se presenta como una opción que potencia la posibilidad de nuevos modelos de difusión (p. 51).

La preocupación por las implicaciones que el desarrollo tecnológico puede tener para la identidad de género se relaciona con la aparición de un sector, dentro del feminismo cultural, denominado ciberfeminismo. El concepto ciberfeminismo

en la actualidad aparece con tres usos: en primer lugar, en relación a la utilización del ciberespacio y de la tecnología en red para desarrollar los postulados feministas y poder conseguir sus objetivos; en segundo lugar, el estudio, por parte de las feministas, de la presencia del modelo patriarcal en las propuestas tecnológicas y en sus diversos usos; en tercer lugar, la posibilidad de crear comunidades en las que las mujeres puedan reconstruir la propia identidad, tras superar las bases de los modelos de dominación (García y Núñez, 2008, p. 54).

Enmarcadas en el movimiento ciberfeminista se encontrarían un gran número de iniciativas redes e iniciativas en internet como foros o chats como medios para facilitar la comunicación a las mujeres, repositorios de noticias y documentos, que cubren opciones informativas desde una perspectiva de género, y otros servicios de apoyo (García & Núñez, 2008).

Y es que las relaciones que se establecen entre la mujer y las nuevas tecnologías son objeto de interés por parte del movimiento feminista desde finales de los 70. La concepción de estas relaciones ha pasado por varios períodos. Los estudios feministas iniciales, de enfoque liberal, celebraban el desarrollo tecnológico. Este optimismo inicial se trocó en pesimismo por las críticas de ecofeministas y feministas socialistas, que consideraron las nuevas tecnologías como parte del sistema patriarcal, cuyo desarrollo aparejaba efectos negativos para las mujeres, y propiciaron una tecnofobia feminista que hasta los 90 conllevó el distanciamiento entre la tecnología y el género femenino. A partir de los 90, la irrupción del posfeminismo junto al espectacular desarrollo tecnológico aparejado a internet vinculó de nuevo tecnología y progreso; las nuevas tecnologías volvieron a ser consideradas una herramienta beneficiosa para la emancipación social (Vergés, Cruells, & Hache, 2009).

El posfeminismo todavía es crítico con las desigualdades de género presentes en las nuevas tecnologías, pero reconoce a su vez su potencial transformador. Este potencial se sustentaría en las nuevas posibilidades de apropiación por parte de la mujer que supone la novedad de estas tecnologías, los procesos horizontales que en gran medida presiden su funcionamiento, la generación de nuevos espacios a ocupar para el colectivo femenino (ciberespacio) y sobre todo las posibilidades que ofrecen para deconstruir categorías prefijadas y unitarias en torno al género (Vergés et al., 2009).

Al iniciar el siglo XXI el optimismo retornado en los 90 en lo que toca a las relaciones de la mujer con las nuevas tecnologías se ve atemperado por la persistencia de ciertos problemas tales como la subrepresentación, la invisibilidad y discriminación de las mujeres en este ámbito. También existen dificultades en el acceso y apropiación de las nuevas tecnologías de la comunicación por parte de las mujeres, tanto como usuarias como desarrolladoras. Por último también se dan barreras de acceso a la participación



de las mujeres en la toma de decisiones y el diseño tecnológico futuro (Vergés et al., 2009).

En la actualidad, las relaciones que se establecen entre nuevas tecnologías y mujeres, más que pensarse en términos de efectos positivos o negativos, deberían concebirse en términos de retos o potencialidades debidamente contextualizados (Vergés et al., 2009).

Al hablar de retos parece obligado hacer referencia a la brecha digital, que

suma varios tipos de exclusión digital e impacta de manera diferente a distintas categorías de población. La edad, la pertenencia étnica, la categoría socio-profesional o el lugar, o país, de residencia constituyen algunos factores que conllevan una exclusión social agravada por una exclusión digital.

Las feministas han demostrado, también, la existencia de la brecha digital de género (Vergés et al., 2009, p. 167).

La brecha digital de género, que se aprecia en la mayoría de indicadores de casi todos los países del entorno europeo, es mayor que la media en nuestro país. Así, las mujeres acceden en menor medida al ordenador que los hombres, y cuando acceden a internet desarrollan usos y tareas que reproducen la división sexual del trabajo presente en el entorno social. El conocimiento avanzado (estudios universitarios y de formación profesional) y la participación laboral en el sector tecnológico es menor en mujeres que en hombres. En el entorno laboral tecnológico existe a su vez segregación horizontal (las mujeres apenas acceden a tareas de mantenimiento) y vertical (las mujeres apenas ocupan puestos directivos) (Vergés et al., 2009).

En la actualidad, las relaciones que se establecen entre nuevas tecnologías y mujeres, más que pensarse en términos de efectos positivos o negativos, deberían concebirse en términos de retos o potencialidades debidamente contextualizados (Vergés et al., 2009).

La inferior vinculación de las mujeres con las nuevas tecnologías no es sin embargo óbice para poder encontrar nuevas oportunidades de progreso en esta relación. Así, la brecha digital de género, que se constata para el conjunto de la población, entre los sectores de población más jóvenes no solo parece reducirse sino que incluso se invierte (Montenegro & Pujol, 2010; Vergés et al., 2009).

Asimismo, la vinculación de ciertas disciplinas, en las que el peso de la mujer es mayor o se incrementa (biblioteconomía, comunicación, economía, biología, arte), a los procesos tecnológicos, abre nuevas oportunidades para las mujeres en este campo. Por otra parte, el incremento de vías de acceso alternativas a las profesiones tecnológicas (cursos cortos, formación laboral promovida por ONGs, autodidactismo, etc.), tienden a paliar la escasa presencia de la mujer en los estudios tecnológicos

formales específicos. El propio desarrollo actual de la sociedad de la información, caracterizado en gran medida por el componente comunicacional y el trabajo horizontal y en red, aptitudes tradicionalmente consideradas femeninas, se perfila como una ventaja para la integración de la mujer en el campo tecnológico. Así por ejemplo, las redes sociales características de la web 2.0 estimulan la participación de la mujer (Vergés et al., 2009).

Puede concluirse que se vislumbra un escenario en el que el papel de la mujer en las nuevas tecnologías de la información y comunicación será mayor, lo que tendrá importantes implicaciones en la forma de trabajar y desarrollar la sociedad de la información futura (Vergés et al., 2009).

La vinculación de la mujer con las nuevas tecnologías, especialmente internet, puede analizarse específicamente desde el punto de vista la contribución de estas a la construcción de la identidad de género y la representación mediática de la mujer.

Para Francés, Llorca, y Mollà (2009) Internet se caracteriza por constituir un espacio de comunicación flexible que posibilita la interacción entre emisor y receptor, con la información y con otros usuarios. Esta última característica se acentúa con la generalización de la venida a denominarse *web 2.0*:

Esta expresión va a ser propuesta por Dale Dougherty en el año 2004, para hacer referencia a las comunidades de usuarios que utilizan una generación de herramientas e interfaces avanzadas de comunicación basadas en la colaboración y el intercambio (blogs, wikis, fóruns, etc.) potenciados por las posibilidades multimedia y de hipertextualidad de la red Internet y las tecnologías digitales (Francés et al., 2009, p. 107-108)<sup>1</sup>.

Los usuarios de la comunicación 2.0 se convierten así en creadores/colaboradores/conversadores/participantes, superando el papel de lectores/consumidores que les otorgan los medios de comunicación tradicionales, caracterizados por la linealidad, centrados en el emisor de las informaciones y que permiten poca o ninguna participación de los receptores. Hay incluso quienes ya hablan de una *web 3.0*, una de cuyas características definitorias es la interconexión total entre espacios virtuales de internet en los que se desarrollan acciones comunicativas y los espacios reales externos internet (Francés et al., 2009).

Para Francés et al. (2009) las características precedentes, especialmente las que aluden a los conceptos de red social y *networking*, convierten a internet en un entorno ideal desde el que plantear iniciativas en materia de igualdad y equilibrio informativos. Internet se erige así como una herramienta que empondera a las mujeres y sirve de lugar de encuentro para numerosas asociaciones, mujeres particulares y colectivos que

---

<sup>1</sup> En el original en catalán.

luchan por compartir información y generar una comunicación más democrática desde una perspectiva de género. Es en este contexto donde puede enmarcarse la aparición en la última década en España de determinadas experiencias tales como agencias de noticias, portales y listas de distribución, que constituyen referentes en temas de género y permiten a su vez a las mujeres periodistas tratar temas que no podrían desarrollar en medios tradicionales (Francés et al., 2009).

El traslado de iniciativas de género a las nuevas plataformas de comunicación tiene importantes implicaciones para las reivindicaciones feministas. En primer lugar la ganancia para las mujeres de un cómodo lugar de visibilización y crecimiento, sin apenas limitaciones para la expresión y el debate, desde donde además puede incidirse directamente en otros entornos de lucha. En segundo lugar la posibilidad de invertir un proceso histórico que ha excluido a las mujeres de los ámbitos de decisión. En tercer lugar la promoción de iniciativas que garanticen a las mujeres el acceso a las nuevas tecnologías (sirva como ejemplo la Convocatoria de Igualdad de Género del Plan Avanza). Y por último la posibilidad de vigilar si la producción informativa y publicitaria actual que pasa por las plataformas digitales contempla la perspectiva de género (Francés et al., 2009).

El auge de la *web 2.0*, al permitir entablar una comunicación bidireccional con sus audiencias, quizá haya apercebido a las organizaciones mediáticas de que el público, al contrario de lo que pueda parecer desde una óptica comercial, no solo está preparado, sino que demanda activamente representaciones más plurales, justas y equilibradas en sus contenidos desde una perspectiva de género. Sin embargo es posible que esta demanda ya estuvieran latente desde hace tiempo, aunque no encontraran vías para expresarse.

Puede sorprender, por ejemplo, que hasta un 10% de las valoraciones recibidas el período 2005-2007 en el Instituto Catalán de las Mujeres, no fueran realizadas para denunciar algunos contenidos, sino para loar otros como constructivos. En líneas generales se apreciaron como positivas aquellas representaciones que se alejaban de los arquetipos tradicionales de género (García & Martínez, 2009).

En lo que respecta a los contextos y escenarios, el público apreciaba la representación plural de géneros en relación a los espacios laborales y de ocio (incluido el deporte), que se mostrase la cultura como un factor de desarrollo personal y que las actividades de las mujeres representadas respondiesen a una realización personal-social-profesional. Así, se valoraba que aparecieran hombres liderando o compartiendo las tareas domésticas y mujeres realizando tareas profesionales (García & Martínez, 2009).

En lo referente a las relaciones interpersonales el consumidor consideraba conveniente mostrar los éxitos profesionales y personales de la mujer como vía para la

propia realización y no como servicio a los demás. En este sentido se apreciaba la representación de mujeres con capacidad de agencia en su entorno personal y profesional (García & Martínez, 2009).

En lo tocante a las representaciones físicas de mujeres y hombres el público apreciaba como positivas aquellas alejadas de un canon específico. Ello permitía tanto a ellas como a ellos identificarse con realidades que les eran más cercanas (García & Martínez, 2009).

Pero es que la demanda por parte del público de un nuevo tratamiento mediático en la imagen de la mujer también afecta al ámbito del deporte. De este modo, López (2011), citando la Encuesta sobre los hábitos deportivos en España de 2010, destaca que el 88% de los hombres y el 87% de las mujeres consideraba que los medios de comunicación dedican más atención al deporte practicado por hombres que al practicado por mujeres. Asimismo, y contradiciendo el principal argumento esgrimido desde los medios de que el deporte masculino es foco mediático en mayor medida porque así lo demanda el público, el 80% de las mujeres y el 72% de los hombres opinaron que las retransmisiones de competiciones deportivas masculinas y femeninas deberían ocupar el mismo tiempo en máxima audiencia (López, 2011).

Los medios de comunicación, posiblemente considerando que son los hombres los principales consumidores de la información deportiva, no parecen preocuparse por incrementar la audiencia femenina para ella. No puede afirmarse sin embargo que las mujeres no sean consumidoras de medios, ya que cierto tipo de publicaciones, por ejemplo suplementos y revistas, tienen mayor penetración entre este público. ¿No será simplemente que no se ofrece a las mujeres algo que les interese, cuando de información de carácter deportivo se trata? Nunca se han puesto en marcha experiencias para comprobar la manida hipótesis de que una mayor atención de los medios al deporte femenino expulsaría a los hombres de las audiencias. Sin embargo al contrario, aunque no específicamente en referencia al deporte, sí se ha comprobado experimentalmente que el incremento de representación de las mujeres ha atraído a estas como público, sin que aparejadamente se haya constatado una reducción de la audiencia masculina (López, 2011).

Parece el momento oportuno de que los medios comiencen a atender al deporte practicado por mujeres. Ello podría contribuir a romper el círculo vicioso que supone una menor participación de la mujer en el deporte respecto al hombre y una aún menor representación mediática de las mujeres deportistas frente a sus homólogos masculinos. Un incremento en la práctica deportiva de las mujeres, en retroalimentación con una cobertura mediática respetuosa con esta, animaría a más niñas y jóvenes a integrarse en actividades físico-deportivas, lo que a su vez abriría la

puerta al aumento de patrocinios y elevaría el poder de las federaciones y sus recursos (López, 2011).

Podemos así concluir que una representación mediática de las mujeres más positiva, también en lo que al ámbito deportivo se refiere, contribuiría a la justicia y avance de la sociedad en su conjunto. El equilibrio en las representaciones mediáticas de género supondría un beneficio tanto para las mujeres como para los hombres, y no debería entenderse por lo tanto como un avance de unas a expensas de los otros.

### 1.3 Deporte y género

#### 1.3.1 El deporte como categoría de análisis: significado atribuido en la presente investigación

El término “deporte”, de empleo corriente y significado en apariencia claro, alberga sin embargo una enorme polisemia, lo que requiere de su definición operacional. (Parlebas, 2001, p. 106) lo define como un “conjunto de situaciones motrices\* codificadas en forma de competición\* e institucionalizadas”. Este autor, a su vez, define situación motriz como el “conjunto de elementos objetivos y subjetivos que caracterizan la acción motriz\* de una o más personas que, en un medio físico determinado, realizan una tarea motriz\*” (Parlebas, 2001, p. 423) y competición motriz como “situación objetiva de enfrentamiento motor en la que uno o más individuos realizan una tarea motriz\* sometida obligatoriamente a reglas que definen sus obligaciones, su funcionamiento, y muy especialmente los criterios de éxito y de fracaso” (Parlebas, 2001, p. 79).

El deporte, por lo tanto, se definiría en torno a la presencia de tres elementos: situación motriz, reglas de competición e institucionalización, que se enmarcarían en un ámbito ludomotor (Parlebas, 2001). Para Parlebas (2001) el carácter institucional del deporte reviste una gran importancia y lo distingue de otras prácticas físicas:

El deporte es fundamentalmente un hecho social e institucional. Este último calificativo tiene aquí un significado denso; corresponde a un fenómeno a gran escala que impone un dispositivo oficial y aparatos materiales extremadamente poderosos: federaciones, controles del Estado, reglamentos, instancias de autoridad, calendarios, protocolos, árbitros y auxiliares, sanciones, recompensas y penalizaciones. Una práctica instituida localmente, por ejemplo un juego deportivo\* que recibe el favor de un centro de enseñanza entero, no está dotado del estatuto de práctica institucionalizada. Por un lado, las federaciones, debidamente entronizadas y unidas al poder estatal y, por otro, las organizaciones internacionales, constituyen el indicador objetivo de la institucionalización. El reconocimiento por las instituciones tiene una serie de consecuencias económicas y políticas puesto que hace bascular manifiestamente las prácticas hacia un nuevo mundo ideológico y simbólico (p. 114).

Tanto la presencia de reglas de competición como su institucionalización vendrían a distinguir al deporte como una manifestación específica dentro de las denominadas actividades físico-deportivas, que pueden definirse como el “conjunto de acciones compuestas por ejercicios físicos, técnicos, tácticos y psicológicos, encaminados al desarrollo de las cualidades físicas básicas o deportivas de la persona” (Morales & Guzmán, 2000, p. 40).

Si bien la diferencia entre deporte y actividad físico-deportiva entre los profesionales de este ámbito debería ser clara, no parece que suceda otro tanto para los profanos. Así por ejemplo la mayoría de la población española otorga al término deporte un significado abierto, que incluiría al conjunto de las actividades físicas en general (García & Llopis, 2011). El cambio de paradigma en la conceptualización del deporte en este sentido, forjado en los países europeos occidentales durante las tres décadas anteriores, recibió un reconocimiento oficial con la definición de la Carta Europea del Deporte en 1992, que lo definió como “todo tipo de actividades físicas que mediante una participación organizada o de otro tipo tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles” (García & Llopis, 2011, p. 72). Esta definición fue ratificada por los 15 gobiernos de Unión Europea a lo largo de 1993 y 1994 (García & Llopis, 2011).

La presente investigación analiza, de forma cuantitativa, las representaciones de género en una publicación (*Juegos Deportivos*), que focaliza un fenómeno deportivo infantil y juvenil (los Juegos Deportivos de La Rioja). El concepto de deporte en este trabajo está supeditado al concepto que de él se encuentra implícito en las representaciones de *Juegos Deportivos*. A su vez, y dado su foco de interés, el concepto de deporte implícito en las representaciones de *Juegos Deportivos* depende del conjunto de “deportes” presentes en los Juegos Deportivos de La Rioja. La Resolución nº 2941 (2010), que regula esta manifestación, incluye un amplio abanico de actividades físico-deportivas, la inmensa mayoría de las cuales se ajustarían al concepto restringido de deporte propuesto por Parlebas, aunque también recoge otras (“actividades en la naturaleza” y “multideporte”) que, por sus características (ausencia de carácter competitivo), en puridad no deberían ser consideradas deportes, aunque así se les denomine.

En vista de lo anterior, en este trabajo se utiliza el término deporte en su sentido más amplio y por lo tanto, debe reconocerse, más ambiguo, englobando en él a la actividad físico-deportiva en general. Esta concepción del término deporte ha guiado también la búsqueda documental para el estudio del estado de la cuestión, que ha incluido descriptores tales como “actividad física” o “actividad físico-deportiva”.

### **1.3.2 Deporte y género: un realidad cuantitativa y cualitativa diferente para mujeres y hombres**

Tal y como ha sucedido en otros ámbitos, y en paralelo a la evolución de su rol social, la incorporación de la mujer a las prácticas físicas y el deporte ha sido progresiva y ha estado condicionada por el concepto del cuerpo de la mujer culturalmente predominante en cada momento histórico. Los estereotipos de género en relación con la mujer y su participación en el deporte han apuntalado a lo largo del tiempo una

serie de mitos que, a pesar de ser refutados científicamente, todavía condicionan el acceso, práctica y reconocimiento de las mujeres en este espacio (Díez, 2006).

El acceso masivo a la actividad físico-deportiva comienza a producirse en Europa a partir de la segunda mitad del siglo XX, de la mano del creciente interés social por elevar la esperanza y calidad de vida. Este fenómeno fue consecuencia de diferentes factores tales como el establecimiento progresivo del Estado de Bienestar (interés por de los poderes públicos en la actividad física como vía de promoción de la salud de los ciudadanos), cambios en la estructura del trabajo (incremento del sector terciario) y el avance de ideas post-materialistas (interés por mejorar la calidad de vida). Por su parte, la revolución de las tecnologías de la comunicación vivido en este período posibilitó que el deporte de élite se convirtiera en un espectáculo de masas y los deportistas de élite (generalmente masculinos) en modelos culturales (Domínguez, 2011).

El desarrollo del fenómeno deportivo en España en esta época tuvo sus características particulares, derivadas de la dictadura franquista que, respecto al anterior período de la II República, supusieron un retroceso para la incorporación de la mujer al ámbito del deporte. Así, en la sociedad franquista se promocionarían roles claramente diferenciados para mujeres y hombres, lo que suponía para ambos la programación de actividades diferenciadas también, incluidas las de la esfera físico-deportiva. En el seno del Movimiento, la interpretación que se hacía del deporte y la educación física para mujeres y hombres era totalmente contrapuesta. Mientras que las actividades corporales deberían desarrollar en ellas la gracia y la belleza, en ellos deberían fomentar la fuerza y la destreza. Ello supuso el desarrollo de una práctica deportiva diferencial entre ambos géneros, basada en sus respectivos modelos de masculinidad y feminidad programados (Manrique, 2011).

Los avances económicos y cambios sociales de la década 1960-70 fueron cimentando futuras demandas de práctica físico-deportiva entre los españoles (González, 2011). Desde la Transición, la cooperación entre los poderes públicos y la sociedad civil fue estrechándose, lo que redundó en un gran crecimiento de la realidad deportiva del país. Para el fin de este período, aunque todavía no se logró una equiparación con los principales países europeos del entorno, se establecieron las bases del modelo que permitió la democratización de la práctica físico-deportiva futura (Abadía, 2011).

Desde el retorno de la democracia, tal y como demuestran las sucesivas encuestas quinquenales sobre los hábitos deportivos en España (García & Llopis, 2011), la práctica físico-deportiva no para de incrementarse. Este incremento en la práctica deportiva, sin embargo, no se produce de la misma forma en mujeres y hombres.

Durante este período se producen una serie de cambios sociales que afectan a la mujer española (acceso al mundo laboral, reorganización de las tareas domésticas, cambios



en el empleo del ocio y tiempo libre), permitiéndole un proceso de individualización con respecto al hombre. Lo anterior se asocia a un cambio de mentalidad que facilita la incorporación de la mujer al deporte (Bodin, 2011). Sin embargo, estos cambios todavía no permitieron superar la brecha de género en lo que participación en actividades físico-deportivas se refiere, que por otra parte sigue sin cerrarse, siendo siempre mayor el porcentaje de participación masculina en ellas (García & Llopis, 2011).

Además, esta incorporación al sistema deportivo adoptó en las mujeres unas características propias, diferenciadas de las del modelo masculino. Esta diferenciación

se ha ido consolidando en el sistema deportivo siguiendo la línea del género, lo que está contribuyendo a conformar dos formas de entender y practicar el deporte que no siguen caminos convergentes; por un lado, la práctica deportiva orientada, aunque sea con un marco de referencia lejano, por la competición y por la intensificación de las relaciones sociales, y por otro lado, la práctica deportiva en su vertiente de cultura física centrada preferentemente en los componentes estético-corporales de la práctica en sí. La primer forma de entender y de hacer el deporte se alinearía con la visión masculina que se tiene de esta actividad, en tanto que la segunda forma de entender y practicar el deporte tiene que ver más con los hábitos desarrollados por un amplio segmento de población femenina, que aporta de esta manera otra visión de lo que es o pudiera ser el deporte (García, 1998, p. 45).

La última encuesta sobre los hábitos deportivos en España (García & Llopis, 2011) revela que en la actualidad persisten importantes diferencias cuantitativas y cualitativas en relación a la práctica físico-deportiva en función del género. Así, según esta encuesta, las mujeres, en relación a los hombres: disponen de menor tiempo libre; manifiestan menor interés por el deporte; tienen inferiores niveles de práctica, especialmente multideportiva; son menos precoces en la iniciación deportiva; pertenecen con menor frecuencia a entidades deportivas; realizan más práctica recreativa y menos competitiva; y valoran peor su propia imagen corporal. También según esta encuesta las motivaciones para la práctica difieren entre mujeres y hombres: mientras que ellas refieren con más frecuencia la salud y el cuidado de la línea que ellos como motivo para practicar deporte, ellos refieren con más frecuencia la diversión, el placer por el deporte y la competición que ellas como aliciente.

En sus conclusiones, en relación a la persistencia de la brecha de género entre mujeres y hombres durante los últimos 30 años en la práctica deportiva, no obstante el incremento general de esta, García y Llopis (2011) afirman:

Estos datos reflejan un comportamiento estructural que muestra la persistencia de unos grupos de referencia, modelos de rol y valores bien diferenciados para hombres y mujeres, que no pueden ser modificados sencillamente con medidas estrictamente deportivas sino, más bien,

estableciendo políticas de carácter más radical que permitieran romper estereotipos y moldes masculinos y femeninos que se resisten, hoy por hoy, a su modernización y democratización.

Aunque carecemos de la suficiente evidencia empírica de lo que viene ocurriendo en las dos o tres últimas décadas, los estudios en profundidad de índole sociocultural más recientes ponen de manifiesto que en España las chicas que se encuentran en la adolescencia tardía perciben más impedimentos para ser físicamente más activas que las adolescentes más jóvenes. Lo que implica que para muchas chicas españolas la práctica de actividades físico-deportivas es poco importante, al no adecuarse a la noción dominante de feminidad, especialmente en aquellas actividades tradicionalmente consideradas como masculinas, tales como el fútbol, lanzamientos en atletismo, artes marciales y muchas otras más (p. 241).

En los datos sobre la encuesta de hábitos deportivos en España (García & Llopis, 2011), la variable sexo, tras la práctica físico-deportiva presente o pasada por parte de los progenitores, es la que mayor poder de discriminación tiene para predecir la práctica deportiva de los individuos. Además, y respecto a la variable de práctica físico-deportiva de los progenitores, García y Llopis (2011) afirman que “la influencia de los precedentes familiares de carácter deportivo es claramente superior en los hijos que en las hijas en la determinación de los hábitos deportivos” (p. 250).

A la vista de todo lo anteriormente expuesto podemos concluir que actualmente en la población española persiste todavía una brecha de género en lo concerniente a la práctica deportiva. Además, esta adopta entre mujeres y hombres unas características diferenciales, que se relacionan con sus respectivos modelos de feminidad y masculinidad tradicionales.

Dado que el presente estudio implica más o menos directamente a los Juegos Deportivos de La Rioja, resulta interesante cuestionarse si las diferencias de género en relación a la práctica deportiva presentes en la población española son extrapolables a este contexto, máxime cuando la encuesta de hábitos deportivos en España 2010 (García & Llopis, 2011) muestra que La Rioja, junto a Navarra, es la Comunidad Autónoma con mayor nivel de práctica físico-deportiva según los encuestados.

Si ampliamos el foco al ocio físico-deportivo juvenil en general, sin duda el estudio más completo centrado en La Rioja es el efectuado por Ramos, Ponce y Sanz (2010), que realiza una completa radiografía de las prácticas, comportamientos, actitudes y motivaciones hacia ellas en los adolescentes.

En este trabajo se constata que la mayoría de los adolescentes riojanos practicaba y practica actividad físico-deportiva, existiendo además una relación significativa entre esta y la satisfacción personal en la ocupación del tiempo libre.

En relación al género es interesante constatar que, en concordancia con lo puesto de manifiesto por García y Llopis (2011) para la población española en general, también entre los adolescentes riojanos la práctica entre los hombres es significativamente superior a la de las mujeres, aunque en este caso estas diferencias no pueden ser atribuidas a diferencias en la respectiva disponibilidad de tiempo libre.

Asimismo, y en paralelo de nuevo a lo descubierto por García y Llopis (2011) para la población española, Ramos et al. (2010) constatan que las adolescentes riojanas abandonan con más frecuencia la práctica físico-deportiva que sus homólogos varones. Este abandono, entre ellas, se produce además a edades más tempranas, y se ve acompañado de un menor valor otorgado a las prácticas físico-deportivas.

Además de lo anterior, Ramos et al. (2010) constatan que existe una relación significativa entre el género y la satisfacción con la propia práctica físico-deportiva actual en los adolescentes, manifestándose ellas menos satisfechas que ellos. A tenor de lo anterior Ramos et al. (2010) afirman:

Los resultados alcanzados dan a conocer cómo los chicos se presentan como el colectivo más satisfecho con su situación de práctica físico-deportiva. Sin embargo, el colectivo de chicas se manifiesta como un sector eminentemente insatisfecho con su estado, realidad que predispone a la posibilidad de cambio de su situación actual y que reitera la necesidad de otorgar una mayor atención a las necesidades e intereses de las mujeres en futuros programas de intervención físico-deportivos (p. 193).

### 1.3.3 Deporte, socialización y género

En relación a la socialización García, Lagardera & Puig (1998) afirman:

Para comprender mejor el proceso de adaptación de una persona a la dinámica de una determinada sociedad se ha creado el concepto de socialización, mediante el cual entendemos la transmisión de las pautas culturales vigentes en un determinado grupo (enculturación) y la interiorización singular que hace de ellas cada persona y que, llegando a formar parte de su personalidad, le capacitan para desenvolverse con eficiencia y soltura en el seno de la sociedad (p. 88).

Las prácticas físico-deportivas constituyen un ejemplo de elementos culturales que son transmitidos mediante un proceso de socialización. Podemos hablar por lo tanto de una *socialización deportiva*. Esta socialización se produce por la acción de distintos agentes socializadores, entre los que se encuentran la familia, las instituciones escolares y otros agentes educativos no formales (García et al., 1998).

La familia sería el primer y gran agente socializador, pues es responsable de la socialización primaria de los individuos, donde se transmiten condicionamientos precoces, *esquemas incorporados* y *habitus*. El padre tradicionalmente se ha erigido como el agente socializador del *habitus* deportivo, al ser la conceptualización del

modelo deportivo concordante con los valores del modelo social de masculinidad tradicional, que es el que se transmite a los varones. A su vez, a las niñas, en su socialización, se las introduce al modelo de feminidad social tradicional, que contrariamente al de los varones, es disonante con los valores del modelo deportivo (García et al., 1998). Ya hemos visto cómo una de las variables más significativamente relacionadas con los hábitos de práctica físico-deportiva de los individuos es la práctica presente o pasada de actividad físico-deportiva de sus progenitores, especialmente en el caso de los varones (García & Llopis, 2011).

Otro agente socializador relevante sería el medio escolar. En lo que concierne al *habitus* deportivo la educación física puede resultar particularmente influyente (García et al., 1998). Así por ejemplo, la motivación del profesorado hacia la actividad físico-deportiva puede relacionarse con el incremento de la práctica físico-deportiva del alumnado (Ramos et al., 2010).

En la socialización deportiva también tienen su papel otros agentes, como son el grupo de iguales y los medios de comunicación. Los amigos o el grupo de iguales, por ejemplo, son uno de los agentes de mayor influencia en la práctica físico-deportiva entre los adolescentes (Ramos et al., 2010). El papel socializador de los medios de comunicación, por su parte, y dada la importancia que presenta para el presente trabajo, se desarrolla en un apartado específico.

Además de una *socialización deportiva* también puede hablarse de una *socialización a través del deporte* (García et al., 1998). En la *socialización a través del deporte* las prácticas físico-deportivas, de forma fortuita o deliberada, ya no serían los elementos culturales a transmitir, sino los vehículos o medios para la transmisión de otros.

El género y la edad, junto a la clase social, resultan fundamentales para comprender las relaciones y estructuras sociales y sus formas de organización derivadas, y en este sentido el deporte no constituye una excepción (Mosquera & Puig, 1998).

El deporte tradicionalmente ha sido identificado como un ámbito privilegiado para la construcción de la masculinidad patriarcal, aunque este tipo de masculinidad, por sus consecuencias negativas (violencia, competitividad exacerbada, lesiones, etc.), haya sido objeto de constantes críticas y reciba en la actualidad una reacción social contraria generalizada. Como respuesta a lo anterior hay quienes abogan por la búsqueda en el deporte de una masculinidad más allá del machismo, lo que se vería favorecido por el proceso de individualización que ha venido caracterizando a la sociedad contemporánea, que posibilita una vivencia propia del deporte a pesar de la existencia de una cultura masculina de referencia (Mosquera & Puig, 1998).

Ya hemos visto que por su parte la mujer, posiblemente como respuesta natural a un sistema deportivo con cuyos valores (competición) y modelo de género (modelo

normativo de masculinidad) dominantes no se identificaba, al incorporarse a la práctica físico-deportiva lo hizo adoptando un modelo propio, más orientado hacia una cultura física de carácter estético-corporal.

No obstante lo anterior la mujer también fue aumentando su participación en la práctica competitiva y/o de alto rendimiento. Esta incorporación se vivió en las mujeres sin conflictos, a pesar de que este tipo de prácticas se alejara del modelo tradicional de feminidad (Mosquera & Puig, 1998). En este sentido Mosquera y Puig (1998) consideran “interesante el observar cómo el control social o la penalización que se deriva del mismo han perdido fuerza frente a la posibilidad de modelarse como persona más allá de los estereotipos dominantes asociados al género” (p. 112). En tanto que lo masculino y lo femenino son construcciones sociales, y como tales, transformables a cada momento, las mujeres se adaptan a la competición, pero también proyectan valores y comportamientos relacionados con su propia socialización. Puede concluirse que tanto mujeres como hombres van siendo cada vez más libres de escoger las prácticas físico-deportivas que más les plazcan. A pesar de ello las mujeres, tal y como sucede en otros ámbitos sociales, continúan siendo más autocríticas que los varones con sus propias actuaciones y rendimiento, a pesar de estar sometidas aquí también a discriminación (Mosquera & Puig, 1998).

Como sea, en la actualidad existe un amplio acuerdo en reconocerle al deporte un elevado potencial socializador. Sin embargo este potencial debe ser examinado con precaución pues la socialización que promueva puede tener consecuencias sociales positivas o negativas (García et al., 1998). Así, según Valdemoros (2010), aunque a priori las experiencias de ocio físico-deportivo como vía de socialización constituyan un contexto axiológico neutro, en relación a la promoción de los valores estas prácticas albergan un enorme potencial, que correctamente orientado permitiría fomentar el desarrollo integral de los individuos, especialmente niños y adolescentes.

Un ejemplo de consecuencia socializadora positiva del deporte sería su capacidad para la promoción de la integración de las personas inmigrantes, aspecto percibido tanto por la población nacional como en especial por la foránea (García & Llopis, 2011).

Valdemoros (2010), en un estudio sobre adolescentes riojanos, padres y profesorado de los mismos, centrado en los valores en la esfera del ocio físico-deportivo, constató que los medios de comunicación y las nuevas tecnologías son condicionantes de las experiencias físico-deportivas.

Así, el profesorado, en mayor medida el de educación física, es quien sostiene con más frecuencia el poder condicionante de estos agentes sociales, criticando especialmente que los adolescentes practiquen casi exclusivamente aquellas actividades físico-deportivas reflejadas por los medios de comunicación social. El profesorado de educación física opina que las nuevas tecnologías restan tiempo para el ocio físico-

deportivo y añoran los tiempos en los que se jugaba en la calle con frecuencia. En opinión de estos especialistas las nuevas tecnologías desplazan el ocio a casa, lo que se traduce un abandono de las prácticas. El profesorado de otras áreas, por su parte, considera que las nuevas tecnologías proporcionan conocimientos sobre el deporte, pero no ayudan a elevar sus niveles de práctica. El alumnado y los padres, por otro lado, aunque con un menor índice de alusiones, también coinciden con las afirmaciones del profesorado (Valdemoros, 2010).

Los resultados del estudio de Valdemoros (2010) constatan una asociación entre el uso de las nuevas tecnologías y el estilo de vida sedentario en los adolescentes riojanos: las experiencias físico-deportivas estarían condicionadas por los medios de comunicación, que dirigirían a los adolescentes hacia especialidades y estilos que cubren los intereses del momento y mediatizarían las prácticas y las formas de practicarlas.

En vista de todo lo anterior Valdemoros (2010) afirma que

se hace necesario contemplar en la propuesta de directrices para la elaboración de programas de intervención, el adecuado tratamiento de cuestiones referentes a las nuevas tecnologías y los medios de comunicación social. Asuntos inseparables de nuestra realidad social actual, motivo por el que se precisa dotar a los jóvenes de los mecanismos necesarios para llevar a cabo un uso responsable de los mismos que extraiga sus beneficios -tales como la adquisición de conocimientos sobre el ámbito físico-deportivo, las posibilidades de juegos compartido e interactivo, el fomento de aptitudes de coordinación viso-manual, la promoción de reto y la superación personal, el impulso de la agilidad mental y el desarrollo de la actividad física, facilitado por algunos elementos en relación con las nuevas tecnologías, entre otras- y soslaye los perjuicios relacionados con el uso abusivo de estos mecanismos, que puede confluír en comportamientos obsesivos que ocupan gran parte del tiempo libre de los jóvenes -y, en ocasiones, del tiempo de trabajo y de otras responsabilidades-, minando las posibilidades de relación social y perjudicando el progreso de las experiencias de ocio físico-deportivo del adolescente.

Por último, se considera que en dichas propuestas debería incluirse un espacio para el trabajo de las habilidades sociales y personales que faciliten hacer frente a la presión de algunos mensajes ofrecidos por los medios de comunicación social, muy influyentes en general, y no siempre encaminados a favorecer la formación integral del individuo (p. 248).

## 1.4 Los Medios de Comunicación y el Aprendizaje Social Deportivo de Género

### 1.4.1 La comunicación social como objeto de estudio

La presente investigación, al tener como foco principal los contenidos de una producción de prensa impresa, puede considerarse un estudio de comunicación mediática. Parece pertinente por lo tanto comenzar definiendo este concepto, que a su vez se relaciona con el término comunicación:

La voz comunicación tiene diversas acepciones: *a)* la acción de hacer partícipe a otros de algo, *b)* la interacción entre dos o más personas, *c)* la unión que se establece entre elementos, *d)* los medios a través de los cuales se produce esta unión y, por último, *e)* el mensaje transmitido (Igartua & Humanes, 2004, p. 34).

Igartua & Humanes (2004) definen la “comunicación Mediática como los procesos de producción, transmisión y recepción de contenidos simbólicos a través de las instituciones de los medios” (p. 45).

La comunicación mediática se caracteriza por tener como emisor a los medios de producción y difusión técnicos e institucionales (organizaciones mediáticas), por una ruptura estructural entre la producción y recepción de los contenidos mediáticos, que a su vez se relaciona con una superación de las limitaciones espaciales y temporales de otros modos de comunicación, y por la difusión pública de los contenidos (Igartua & Humanes, 2004).

Tanto la investigación en comunicación como los marcos teóricos desde los que se aborda consideran niveles que van desde lo microestructural (individuos, familia...) a lo macroestructural (culturas, sistemas políticos...), y desde lo objetivo (hechos materiales) a subjetivo (mundo de las ideas, del pensamiento). A su vez esos niveles se aplican sobre sectores del proceso comunicativo mediático tales como los emisores, los contenidos, los medios (cine, televisión, prensa...), las audiencias y los efectos (Igartua & Humanes, 2004).

Respecto al estudio teórico de esta comunicación mediática Lozano (2007), aunque reconociendo la existencia de múltiples subdivisiones y énfasis dentro de ellos, distingue dos grandes grupos: quienes consideran factible la constitución de una ciencia de la comunicación genuina y quienes consideran que la comunicación es un proceso social que, por su complejidad y su amplitud, requiere para su estudio del concurso de diversas disciplinas. A grandes rasgos estos dos grupos se corresponderían respectivamente con los enfoques teóricos *empiristas-positivistas*, desarrollados principalmente en Estados Unidos, y con los enfoques *críticos*, en gran medida desarrollados en Europa (Lozano, 2007).

Independientemente del enfoque teórico que se tome como referencia, y admitiendo que entre ellos quizá se produzcan discrepancias en lo relativo a los mecanismos a través de los cuáles se produce, a los medios de comunicación se los reconoce como importantes mediadores sociales.

Así, la investigación social actual asume implícita o explícitamente que los medios de comunicación, al interponerse entre nosotros y cualquier experiencia del mundo, superando la observación sensorial directa, tienen efectos profundos y a largo plazo sobre el desarrollo social y cultural de las personas, tal y como postula la teoría de la mediación. Los medios por lo tanto no deben ser considerados como meras técnicas de reproducción o de difusión, sino como agentes culturales y socializadores activos, aunque su mediación comporte limitaciones y restricciones, y en ocasiones conlleve derivaciones o efectos no previstos (Igartua & Humanes, 2004).

En la actualidad la importancia de los medios de comunicación de masas es tal que constituyen una institución social esencial:

La institución de los medios de comunicación de masas consiste en un conjunto de organizaciones (corporaciones) y de actividades (funciones de los medios) regidas por una serie de normas, formales e informales, y que están reguladas legal y éticamente. Las instituciones mediáticas tienen como actividad principal la producción y distribución de contenidos simbólicos. Los medios de comunicación actúan en el ámbito público y por ello necesitan estar regulados. Las instituciones mediáticas han ido creciendo paulatinamente alrededor de las actividades clave de publicación y difusión de información y cultura (Igartua & Humanes, 2004, p. 54).

#### **1.4.2 Los efectos mediáticos y el aprendizaje social deportivo de género**

El estudio de los efectos mediáticos constituye uno de los sectores más relevantes en la investigación en comunicación social. Históricamente este estudio ha ido evolucionando a lo largo de diferentes momentos, en cada uno de los cuáles un paradigma se ha impuesto como el dominante, lo que a su vez ha condicionado la formulación y desarrollo de determinados enfoques teóricos (Igartua & Humanes, 2004; Lozano, 2007).

De 1920 a 1940 predominó el *paradigma de los efectos directos*, que suponía a los medios una gran capacidad de influencia y manipulación sobre los individuos, por entenderse las audiencias como entes pasivos y maleables (Igartua & Humanes, 2004).

Desde 1940 hasta mediados de 1960 se impone el *paradigma de los efectos limitados*, en el que los receptores son considerados capaces de enfrentarse activamente a los mensajes mediáticos, relativizando por lo tanto su posible influencia (Igartua & Humanes, 2004).



El *paradigma de los efectos poderosos bajo condiciones limitadas* es sobre el que la investigación en comunicación social trabaja desde mediados de la década de los 60 hasta la actualidad. La omnipresencia de los nuevos medios (televisión), la dependencia cognitiva mediática de los receptores para construir conocimientos sobre ámbitos no directamente accesibles para ellos, las características de los receptores y su formas de consumo mediático, así como la constatación de la uniformidad de los contenidos (Teoría del Análisis del Cultivo), condicionarían que los medios volvieran a ser considerados agentes capaces de generar fuertes influencias sobre los receptores. Sin embargo el estudio de los efectos mediáticos bajo este paradigma se sofisticó: ya no se plantea si los medios tienen efectos sobre las audiencias, sino *cómo, cuándo y por qué* se dan estos efectos (Igartua & Humanes, 2004).

Perse, como se citó por Lozano (2007), postula que las teorías contemporáneas sobre los efectos de los medios pueden dividirse en cuatro modelos diferenciados: efectos directos, efectos condicionales, efectos acumulativos y efectos cognitivo-transaccionales. La *Agenda Setting* o teoría del Establecimiento de la Agenda, principal referente teórico para el diseño de la presente investigación (ver apartado 1.6), se enmarcaría dentro del modelo de los efectos acumulativos.

El modelo de los efectos acumulativos considera que las conductas humanas se producen partiendo de actitudes ya formadas en los individuos. Estas a su vez se configuran a partir de la acumulación de cogniciones y mensajes en períodos dilatados. Los efectos mediáticos por lo tanto, más que a corto plazo (conductas), deberían estudiarse a largo plazo (cogniciones y actitudes). Según este modelo la recurrencia de ciertos contenidos mediáticos impediría a las audiencias exposiciones selectivas y diversas, lo que propiciaría que los individuos paulatinamente fueran adoptando el encuadramiento mediático como la propia representación de la realidad (Lozano, 2007).

La mujer en los medios de comunicación se encuentra muy infrarrepresentada (ver apartado 1.2.1). Además, las representaciones de género que los medios difunden son muchas veces estereotipadas, difundiendo imágenes tanto de mujeres como de hombres acordes con unos respectivos roles y modelos de feminidad y masculinidad muy tradicionales (ver apartado 1.2.2). Estos sesgos mediáticos de género también se encuentran arraigados en lo que concierne a la información sobre el ámbito deportivo en la prensa (ver apartados 1.2.3 y 1.5). La constatación de estos hechos pone de manifiesto una situación de injusticia social en términos de género. Para los investigadores, sin embargo, ello preocupa no tanto per se como por sus posibles derivaciones sobre las audiencias. Así, cuando se estudian diferencias en los respectivos modos en que mujeres y hombres son representados, se hace reconociendo implícita o explícitamente que estas pueden tener efectos sobre los

receptores. Dicho de otro modo, ¿qué consecuencias podrían tener los efectos mediáticos sobre el aprendizaje social de género? ¿y en el aprendizaje social deportivo de género específicamente?

Según Bandura (1996) el ser humano se caracteriza por una enorme capacidad de manipulación simbólica, que le permite aprender de experiencias personales y vicarias, incluso más allá de la experiencia sensorial directa. Los medios de comunicación constituyen modelos simbólicos capaces de transmitir, simultáneamente a un gran número de personas, información sobre valores humanos, patrones de pensamiento y conducta. Ello les otorgaría una enorme capacidad de influencia social, especialmente cuando los individuos, para la construcción de sus imágenes de la realidad, dependen de estos modelos simbólicos mediáticos (en parcelas de esta realidad a las que no tienen acceso sensorial directo). La Teoría del Aprendizaje Social postula que el aprendizaje observacional se desarrolla a través de un modelado que implica cuatro subfunciones principales: *procesos de atención*, *procesos de retención*, *procesos de producción* y *procesos de motivación*.

En Igartua & Humanes (2004) se realiza una revisión de clasificaciones de efectos mediáticos propuestas por diversos autores. Entre los efectos identificados en estas taxonomías se encuentran: la socialización, la definición de la realidad (construcción de significado), el cambio cultural, el *framing* sobre la vida social, la generalización, la creación y cambio de opinión, la internalización, el refuerzo, la imitación, la formación de hábitos y la desinhibición.

Si se relacionan los efectos mediáticos anteriormente citados con el tipo de representaciones que de la mujer llevan a cabo los medios de comunicación, pueden inferirse probables consecuencias nocivas en la socialización deportiva de género de los receptores de sus mensajes (ver Tabla 1).

De partida, la infrarrepresentación de la mujer en la información deportiva mediática podría condicionar en gran medida el primer subproceso dentro del aprendizaje social: la atención. De este modo, las representaciones mediáticas, al centrarse más en los hombres y retratarlos de modo más benevolente, se alinearían más con sus intereses, captándolos con mayor facilidad como receptores. Este hecho condicionaría ya de partida las respectivas posibilidades que los medios tienen de desencadenar en mujeres y hombres aprendizajes referidos al ámbito del deporte, fomentándolos en ellos y coartándolos en ellas.

A este respecto conviene recordar que, si bien es cierto que los consumidores habituales de información deportiva son mayoritariamente hombres, este hecho no parece obedecer tanto al desinterés de las mujeres por ella, sino que es más bien una consecuencia lógica del modo en que es presentada, que determina la expulsión de estas como audiencia (López, 2011).

El segundo subproceso postulado por la Teoría del Aprendizaje Social es el de la retención. El modo en que las representaciones mediáticas, estereotipadas en términos de género, abordan el fenómeno deportivo, influyen sobre el modo en que los receptores desarrollan aprendizajes mentales sobre él. Los efectos mediáticos de creación y cambio de opinión, de *framing*, generalización y definición de la realidad operarían en este nivel.

Así, las representaciones mediáticas de la mujer ligada a la práctica deportiva, inferiores a lo que correspondería en términos de práctica real, podría, por ejemplo, fomentar la creación de opiniones del tipo “el deporte es más cosa de hombres que de mujeres”, o cuando menos dificultaría el cambio de opinión desde este tipo de posiciones.

A su vez, las representaciones estereotipadas en términos de género, ofrecidas por los medios al retratar el fenómeno deportivo, sustentarían opiniones, también estereotipadas, de catalogación de ciertas disciplinas como “masculinas” o “femeninas”, aun cuando en la realidad tanto mujeres como hombres participen actualmente en ellas. Otro tanto sucedería con ciertas condiciones o atributos, físicos y mentales, que de modo estereotipado serían considerados más “aptos”, “propios” o “naturales” para mujeres u hombres, aunque en la realidad caractericen a personas de ambos sexos. Los efectos de *framing* (ver apartado 1.6.1) y generalización operarían del mismo modo, contribuyendo al desarrollo de imágenes mentales estereotipadas en términos de género sobre el deporte y la actividad física.

El efecto mediático de definición de la realidad (construcción de significado) también operaría en el nivel del subproceso de la retención, de la Teoría del Aprendizaje Social. Si para Igartua & Humanes (2004) la exposición a los medios condiciona el desarrollo en los receptores de estructuras de conocimiento y marcos de interpretación acordes con las representaciones ofrecidas por aquellos, podría suponerse que las representaciones mediáticas deportivas, sesgadas desde una perspectiva de género, condicionarían en las audiencias esquemas mentales de la misma naturaleza. Lo más grave en este caso es que, aunque en su origen los esquemas mentales estereotipados sobre el ámbito deportivo hubieran sido originados por la exposición mediática, estos constituirían el anclaje conceptual para la construcción de nuevos aprendizajes, incluso para los desarrollados por los individuos a través de la experiencia directa. Para Rovetto (2010) las estructuras de pensamiento constituyen “cárceles de larga duración” muy difíciles de cambiar. Ello podría contribuir a explicar la aparente indiferencia con la que tanto mujeres como hombres contemplan situaciones manifiestamente injustas en términos de género, incluidas las del ámbito del deporte y su retrato mediático.

Los últimos subprocesos definidos en la Teoría del Aprendizaje Social son los de producción, que hace referencia a la manifestación de determinadas conductas, y motivación, que se relaciona con los incentivos que se ofrecen a los individuos para reproducirlas. Tal y como habitualmente se configuran, las representaciones mediáticas deportivas no solo podrían promover conductas de práctica diferenciadas entre mujeres/niñas y hombres/niños, sino que además, una vez se han manifestado, podrían incentivarlas o desincentivarlas de forma diferencial también. Es en estos subprocesos de la Teoría del Aprendizaje Social donde operarían la imitación, internalización, refuerzo, formación de hábitos y desinhibición.

Así, cuando los medios sobrerrepresentan el deporte masculino o sobredimensionan sus éxitos, atribuyen estos a la competencia de los deportistas y loan su habilidad, condición física y capacidad profesional, estarían incentivando en los hombres/niños receptores la práctica deportiva. Por el contrario, cuando los medios infrarrepresentan el deporte femenino o trivializan sus méritos, focalizan su atención en atributos ajenos al desempeño atlético de las deportistas, como su aspecto físico o relaciones familiares, o las retratan con un lenguaje sexista, estarían desincentivando en las mujeres/niñas receptoras la práctica deportiva.

La constante exposición mediática de arquetipos femeninos y masculinos fuertemente estereotipados en términos de género en el entorno del deporte también tendría un impacto significativo sobre las niñas/mujeres y niños/hombres, que tenderían a emularlos. Es quizá el caso de la publicidad, que, con fines comerciales, conscientemente construye y difunde estos arquetipos, caracterizados por atributos físicos y mentales bien diferenciados para mujeres y hombres, presentándolos como socialmente deseables y/o como fuente de recompensas, el tipo de producción mediática más influyente. La anorexia y bulimia (especialmente ligadas a las mujeres) y la vigorexia (típicamente masculina), en cuya aparición y curso pocos dudan de la influencia mediática, serían las manifestaciones más extremas de cambios en las conductas de los individuos, que perseguirían moldear sus propios cuerpos a imagen y semejanza de modelos inalcanzables y desconectados de la realidad, aun a riesgo de comprometer su salud.

La presentación mediática estereotipada de ciertos deportes como “masculinos” o “femeninos”, aun cuando estos deportes sean desde hace tiempo practicados tanto por mujeres como por hombres, estaría relacionada con los arquetipos anteriormente descritos, y como ellos tendría una influencia en las conductas físico-deportivas de los receptores. Los medios fomentarían la polarización de la práctica de ciertas disciplinas entre los sexos. Así, la presentación mediática como “masculina” de prácticas que supongan desarrollos anatómico funcionales ligados a la fuerza e incremento muscular y se asocien a la agresividad (los deportes luctatorios, por ejemplo) acercaría a los

hombres a estas prácticas y alejaría a la mujeres de ellas. En paralelo, la presentación mediática como “femenina” de prácticas que supongan adaptaciones físicas relacionadas con la esbeltez y manifestaciones estético-expresivas (el aeróbic, por ejemplo) acercaría a las mujeres a estas disciplinas y alejaría a los hombres de ellas. De este modo los medios de comunicación contribuirían a circunscribir de manera diferencial a mujeres y hombres en determinadas manifestaciones físico-deportivas que estarían en resonancia con los modelos normativos de feminidad y masculinidad tradicionales, privándoles de la oportunidad de acceder a parcelas de práctica que podrían enriquecer y satisfacer a ambos.

Otro de los efectos de las representaciones mediáticas de género estereotipadas, en especial las más burdas y explícitas (pensemos por ejemplo en “las chicas de la contraportada” del diario deportivo *As*), pero también las menos evidentes y solapadas, sería la de provocar entre ciertos colectivos masculinos la desinhibición necesaria para desplegar conductas y manifestar opiniones abiertamente sexistas, que habitualmente serían socialmente sancionables.

Por último resta afirmar que los aprendizajes sociales promovidos por los medios en relación a la actividad físico-deportiva trascendería de los individuos alcanzando a la colectividad. Es en este nivel donde se ubicarían los efectos mediáticos de control social, socialización y cambio cultural. Los aprendizajes sobre este ámbito promovidos por los medios a nivel individual, al desplegarse en conductas e interacciones con otros individuos, constituirían también modelos o pautas normativas, a su vez origen de nuevos aprendizajes sociales, aunque esta vez en el ámbito de la realidad deportiva y no solo de las representaciones mediáticas de esta. Finalmente, estas manifestaciones sociales estereotipadas, presentes de facto en la realidad, serían nuevamente focalizadas y magnificadas por los medios, cerrándose así un círculo vicioso.

Todo lo expuesto con anterioridad podría invitar a pensar exclusivamente en los medios como mecanismos de legitimación del orden social androcéntrico imperante. No obstante lo anterior, la mayoría de quienes investigan las representaciones de género los conciben como agentes socializadores capaces también de promover avances hacia posiciones socio-culturales más igualitarias y justas desde una perspectiva de género (ver apartado 1.2.4).

En relación a la capacidad de los medios para promover la equidad social en términos de género, y en lo que concierne específicamente al deporte López (2011) afirma:

Los medios deberían atender al deporte practicado por mujeres más de lo que lo han hecho hasta ahora, no solamente porque no perjudicaría el interés de la audiencia masculina por la retransmisión del deporte practicado por hombre, sino porque se rompería el círculo vicioso de la escasa práctica deportiva de las mujeres y la más escasa representación en los medios. Más deporte practicado por mujeres y una cobertura respetuosa

desde los medios de comunicación animaría a más niñas y jóvenes a integrarse en actividades físicas y deportivas, de manera que aumentarían los patrocinios y el poder de las federaciones y sus recursos. Dado que la excelencia solo puede surgir de la abundancia, si los medios mejoran su política informativa respecto a las deportistas, no solo ganaría el deporte sino también el conjunto de la sociedad. En este sentido, los medios pueden dar cobertura a otras formas de actividad físico-deportiva relacionadas con el ocio, la educación y la salud que constituyen una alternativa para miles de mujeres y como tal debería quedar reflejada (p. 18-19).

**Tabla 1. Infrarrepresentación de la mujer y representaciones mediáticas de género estereotipadas sobre el ámbito deportivo y socialización deportiva de género**

Subproceso de la Teoría del Aprendizaje Social	Efectos mediáticos	Probables consecuencias nocivas en la socialización deportiva de género en los receptores
Atención		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Captación de los hombres y pérdida de las mujeres como audiencias de las representaciones mediáticas deportivas.</li> <li>• Fomento de la posibilidad de nuevos aprendizajes sobre el ámbito físico-deportivo a través de los medios en los hombres y desincentivo del mismo en las mujeres.</li> </ul>
Retención	Creación de opinión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento de opiniones que identifican el deporte en general como una actividad propia de los hombres.</li> <li>• Fomento de opiniones que identifican determinadas prácticas como más propias de hombres o de mujeres y/o las identifican como más aptas para cada uno estos grupos.</li> <li>• Fomento de opiniones que identifican determinadas condiciones/atributos físicos y mentales relacionados con la práctica deportiva como más propios de hombres o de mujeres.</li> </ul>
	Cambio de opinión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Involución hacia opiniones que identifican el deporte en general como una actividad propia de los hombres.</li> <li>• Involución hacia opiniones que identifican determinadas prácticas como más propias de hombres o de mujeres y/o las identifican como más aptas para cada uno estos grupos.</li> <li>• Involución hacia opiniones que identifican determinadas condiciones/atributos físicos y mentales relacionados con la práctica deportiva como más propios de hombres o de mujeres.</li> </ul>
	<i>Framing</i> sobre la vida social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de la valoración del deporte masculino sobre el femenino.</li> <li>• Desarrollo de anclajes conceptuales y marcos de</li> </ul>

Subproceso de la Teoría del Aprendizaje Social	Efectos mediáticos	Probables consecuencias nocivas en la socialización deportiva de género en los receptores
		<p>interpretación del fenómeno deportivo estereotipados desde una perspectiva de género.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Condicionamiento de nuevos aprendizajes desarrollados sobre el ámbito deportivo.</li> </ul>
	Generalización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepción del deporte como un fenómeno fundamentalmente ligado al varón.</li> <li>• Desarrollo de imágenes mentales del fenómeno deportivo estereotipadas desde una perspectiva de género.</li> <li>• Condicionamiento de nuevos aprendizajes desarrollados sobre el ámbito deportivo.</li> </ul>
	Definición de la realidad (construcción de significado)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepción del deporte como un fenómeno fundamentalmente ligado al varón.</li> <li>• Interiorización de estructuras de conocimiento y marcos de interpretación (esquemas y representaciones) del fenómeno deportivo estereotipados desde una perspectiva de género.</li> <li>• Condicionamiento de nuevos aprendizajes desarrollados sobre el ámbito deportivo.</li> </ul>
Producción	Imitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio/incremento de la práctica físico-deportiva en los hombres y abandono/reducción de la práctica físico-deportiva en las mujeres.</li> <li>• Adopción de prácticas físico-deportivas diferenciadas por parte de mujeres y hombres, acordes con las imágenes de género estereotipadas de las representaciones mediáticas.</li> <li>• Abandono de prácticas físico-deportivas no congruentes con los modelos estereotipados de masculinidad o feminidad de referencia representados en los medios.</li> <li>• Adopción de hábitos nocivos para la salud relacionados con la práctica físico-deportiva y/o la alimentación encaminados a perseguir imágenes corporales irreales y estereotipadas desde una perspectiva de género.</li> <li>• Imitación de actitudes y conductas manifestadas por modelos deportivos de conducta (deportistas de élite) del mismo sexo, muchas veces claramente estereotipadas desde una perspectiva de género.</li> </ul>
	Internalización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asunción de que el fenómeno deportivo es un ámbito ligado preferentemente al varón.</li> </ul>

Subproceso de la Teoría del Aprendizaje Social	Efectos mediáticos	Probables consecuencias nocivas en la socialización deportiva de género en los receptores
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asunción de que ciertas prácticas físico-deportivas son más propias y adecuadas para los hombres y otras sin embargo lo son para las mujeres.</li> <li>• Asunción de que mujeres y hombres poseen por naturaleza atributos mentales y físicos claramente diferenciados, que tienen correspondencia con determinadas disciplinas deportivas, los que las hace más aptas para mujeres o para hombres.</li> <li>• Asunción de determinados modelos de imagen corporal (irreales, estereotipados desde una perspectiva de género y claramente diferenciados para hombres y mujeres) como únicos referentes ideales de belleza a alcanzar.</li> <li>• Interiorización como propias de actitudes y conductas manifestadas por modelos deportivos de conducta (deportistas de élite) del mismo sexo, muchas veces claramente estereotipadas desde una perspectiva de género.</li> </ul>
Motivación	Refuerzo --- Formación de hábitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adherencia de los hombres a la práctica físico/deportiva y abandono de la misma en las mujeres.</li> <li>• Adherencia de mujeres y hombres a las prácticas físico-deportivas congruentes con los respectivos modelos de feminidad y masculinidad representados en las imágenes mediáticas y abandono de las prácticas no congruentes con los mismos.</li> <li>• Sostenimiento de hábitos físico-deportivos y/o alimentarios que acerquen a mujeres y hombres a los respectivos ideales de belleza propuestos para unas y otros por los medios, especialmente cuando estos logran su propósito y aun cuando supongan riesgos evidentes para la salud.</li> <li>• Repetición de conductas y actitudes reflejo de las manifestadas por modelos de deportivos de referencia del mismo sexo (deportistas de élite), aunque estas sean estereotipadas desde una perspectiva de género.</li> </ul>
	Desinhibición	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manifestación de conductas y actitudes machistas en el ámbito deportivo.</li> <li>• Transferencia de conductas y actitudes machistas desde el ámbito deportivo a otros contextos sociales.</li> </ul>



### 1.4.3 La relevancia del sistema deportivo-mediático en España

Lo expuesto hasta el momento ha permitido ilustrar cómo los medios de comunicación son agentes socializadores capaces de producir diferentes efectos sobre los receptores de sus mensajes. Estos mensajes, también respecto al ámbito deportivo y sus prácticas asociadas, son la base para la creación y cambio de opiniones, la construcción de marcos de referencia de apropiación de la realidad (y por lo tanto su definición) y el despliegue y repetición, a través de su refuerzo, de determinadas actitudes y conductas. Dado que en última instancia la influencia mediática depende de la exposición mediática, resulta interesante cuestionarse hasta qué punto se produce esta exposición en nuestra sociedad.

La realidad es que en nuestro país el deporte competitivo, fundamentalmente el fútbol, viene integrándose desde la Transición hasta la actualidad progresivamente en el sistema mediático. En este período el deporte ha ido aumentando cuantitativa y cualitativamente su presencia en los medios españoles, fenómeno que se ha disparado a partir de la primera década del siglo XXI, manifestando las audiencias una clara preferencia por este tipo de contenidos. Los nuevos avances tecnológicos (web 2.0), además, han sofisticado las interrelaciones entre el complejo cultural deportivo-mediático y las audiencias (López, 2011).

La enorme exposición al sistema deportivo-mediático al que los españoles nos vemos sometidos puede inferirse del Resumen General de Resultados del EGM, elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), del que, dado el objeto de esta investigación, se citan algunos datos referidos a los medios impresos.

Entre los 9 diarios más leídos de España se encuentran nada menos que 4 de temática deportiva: *Marca*, con 2699 miles de lectores diarios<sup>2</sup>, primer diario de España en número de lectores; *As*, con 1770 miles de lectores diarios, tercero; *El Mundo Deportivo*, con 617 miles de lectores diarios, sexto; y *Sport*, con 583 miles de lectores diarios, noveno. La suma de lectores diarios de periódicos deportivos alcanza por tanto la impresionante cifra de 5243 miles. El diario *El País*, segundo más leído de España y primero entre los de temática general, tiene 929 miles de lectores menos que *Marca*. De los tres diarios más leídos de España dos son de temática deportiva (AIMC). Además de lo anterior, debe tenerse en cuenta que los diarios de temática general también cuentan con secciones dedicadas en exclusiva al deporte.

Además, existen revistas de periodicidad semanal dedicadas al mundo del motor que, o bien se centran en el deporte competitivo en este ámbito, como *Auto Hebdo Sport*, o

---

<sup>2</sup> El Resumen General de Resultados del EGM (AIMC) utiliza los miles como unidad para expresar la audiencias.

bien tienen secciones dedicadas a él, como *Motociclismo*, *Autopista*, *Solo moto Actual*, *Motor 16* y *Auto Bild*. Según la AIMC los lectores semanales para estas publicaciones son: *Auto Hebdo Sport*: 108 miles; *Motociclismo*: 186 miles; *Autopista*: 126 miles; *Solo Moto Actual*: 124 miles; *Motor 16*: 94 miles; *Auto Bild*: 79 miles.

En el *ranking* de las revistas de periodicidad mensual del Resumen General de Resultados del EGM (AIMC) encontramos varias relacionadas con el deporte. Tanto *Sport Life* como *Men's Health* tratan este tema en general (actividad físico-deportiva, salud, nutrición, etc.), aunque la segunda estaría dirigida específicamente a un público masculino. Por su parte, hay otras que se dedican al mundo del motor, pero que tienen secciones dedicadas al deporte competitivo en este ámbito: *Moto Verde* (motocross, enduro, etc.), *Car and Driver* (coches -con una sección destacada dedicada a la Fórmula 1-) y *Solo Moto 30* (motociclismo). Según la AIMC el número de lectores mensuales para cada una de estas publicaciones es el siguiente: *Sport Life*: 350 miles; *Men's Health*: 280 miles; *Moto Verde*: 266 miles; *Car And Driver*: 252 miles; *Solo Motor 30*: 247 miles.

Además de en los medios impresos, el deporte tiene una presencia destacada en otros como la radio, la televisión e internet, con emisoras, canales y sitios específicamente dedicados al mundo del deporte (AIMC).

Los datos del Resumen General de Resultados del EGM (AIMC) se completan y refrendan con los que la encuesta de hábitos deportivos en España (García & Llopis, 2011) recoge acerca del deporte como objeto de consumo y espectáculo de masas.

El deporte como contenido mediático resulta altamente demandado por los espectadores españoles y es uno de los que mejores índices de audiencia logra. La suma de porcentajes de los encuestados que afirman ver todos o bastantes programas deportivos en televisión asciende al 30% (10% todos; 20% bastantes). Cuando se trata del fútbol, esta cifra se dobla, sumando un 41% (el 20% afirman ver todos los partidos; el 21% afirman ver bastantes) (García & Llopis, 2011).

Debe destacarse que en el consumo de programación deportiva se dan diferencias de género. Así, según García y Llopis (2011), el 47% de los hombres declaran ver todos o bastantes programas deportivos, frente al 14% de las mujeres. Cuando de fútbol se trata, el 59% de los hombres declara ver todos o bastantes programas de fútbol, frente al 23% de las mujeres. El perfil del telespectador de partidos de fútbol sería un hombre joven con al menos estudios primarios (García & Llopis, 2011).

La encuesta sobre los hábitos deportivos en España (García & Llopis, 2011) también se interesa por la lectura de prensa deportiva: un 42% de los encuestados afirma leerla, haciéndolo todos los días un 13% de los encuestados. En cuanto a las revistas

deportivas, un 11% declara leerlas, haciéndolo semanalmente un 4% de los encuestados (García & Llopis, 2011).

Los datos anteriormente citados, tanto del Resumen General de Resultados del EGM (AIMC), como de la última encuesta de hábitos deportivos en España (García & Llopis, 2011) permiten concluir, sin ningún género de dudas, que, tanto la presencia en los medios de comunicación de la información deportiva, como su consumo por parte de la audiencias, son un fenómeno sustancial en España, lo que justifica convertirlos en objeto de estudio.

### **1.5 Representación Diferencial en Función del Género en la Información Deportiva en Prensa: Estado de la Cuestión**

El presente apartado constituye una revisión sistemática de la producción científica centrada específicamente en el estudio de las representaciones diferenciales en función del género en la información deportiva en prensa impresa, ámbito específico de estudio de este trabajo.

En esta revisión del estado de la cuestión se han utilizado exclusivamente fuentes primarias, excluyéndose por tanto artículos de revisión de investigaciones. Para asegurar la relevancia científica de los artículos seleccionados se ha desarrollado la búsqueda documental sobre los motores de búsqueda de dos bases de datos de reconocido prestigio: *Scopus* y *Web of Knowledge*. Estas dos bases de datos indexan referencias de un ingente número de publicaciones científicas de carácter internacional de alto impacto.

La estrategia de búsqueda documental partió de una primera selección de artículos de investigaciones en las que intersecaran tres campos conceptuales: los medios de comunicación impresos, el género y la actividad físico-deportiva. En un primer momento se restringió la búsqueda a artículos publicados a lo largo de la última década, pero una vez iniciados posteriores cribados se observó que el número de artículos no era muy amplio, por lo que se excluyó esta limitación.

De esta primera selección se fueron descartando artículos que no se relacionaban directamente con la investigación objeto de esta tesis. De este modo, por ejemplo, se excluyeron aquellos que no daban cuenta de representaciones de género específicamente en el ámbito deportivo. Se descartaron también aquellos en los que el género no fuera una de las variables de estudio centrales. Tampoco se seleccionaron artículos que dieran cuenta de investigaciones centradas en deportistas singulares, aunque estos deportistas fueran tomados como paradigma extrapolable a la representación mediática de los géneros.

También fueron descartados los artículos de investigaciones cuyo foco eran las audiencias y no los sujetos representados en las informaciones. En relación a esto también fueron descartados aquellos artículos relacionados con investigaciones experimentales para el estudio de los efectos mediáticos.

Asimismo se descartaron artículos centrados en representaciones de género de carácter histórico, aunque sí se contemplaron aquellos en las que las representaciones históricas se veían confrontadas con representaciones contemporáneas.

Por último también fueron descartados artículos sobre investigaciones que estudiaran las representaciones de género en publicaciones web, aunque estas tuvieran su correlato en papel.

La revisión del estado de la cuestión ha contemplado una selección final de 24 artículos de investigación, publicados entre 1994 y 2013 en revistas científicas de muy distinta naturaleza, aunque todas ellas del campo de las ciencias sociales y en lengua inglesa, lo que resulta lógico al ser este idioma el vehículo por excelencia para la comunicación científica internacional<sup>3</sup>.

La variedad en relación a la metodología y características, períodos estudiados, ámbitos periodístico, deportivo y de representaciones de género contemplados, etc. parecen aconsejar una primera revisión cronológico-alfabética de las investigaciones, que se desarrolla en el apartado 1.5.1.. A partir de esta, en el apartado 1.5.2, se realiza un análisis comparativo de las investigaciones revisadas para el estudio del estado de la cuestión.

### **1.5.1 Revisión cronológico-alfabética de investigaciones sobre representación diferencial en función del género en la información deportiva en prensa**

**Alexander (1994)**, sobre periódicos nacionales británicos, estudió la cobertura de los atletas en función de su género para los campeonatos mundiales de atletismo de 1991 y las olimpiadas de de 1992. Para ello, sobre los artículos de las cabeceras objeto de estudio y durante los períodos temporales que abarcaban ambos eventos, realizó un análisis cuantitativo del número de líneas escritas, titulares, fotografías y superficie de estas asignadas a los atletas de cada sexo. En ambos eventos deportivos y para todas las variables analizadas se encontró que los hombres tenían una representación superior a las mujeres (en un orden aproximado de 3 a 1 a favor de los hombres). Asimismo en este estudio se constató que el número de atletas masculinos fotografiados fue superior al de atletas femeninas. Estos resultados no podían ser explicados como consecuencia del número de participantes masculinos y femeninos y sus respectivas victorias por lo que se concluyó que existía un sesgo en la cobertura informativa que favorecía a los atletas masculinos. La inmensa mayoría de los artículos analizados en este estudio fueron escritos por reporteros de sexo masculino.

**Pirinen (1997)** realizó un análisis cualitativo de las representaciones que sobre género y deporte se daban en el diario *Helsinging Sanomat*, el de mayor tirada de Finlandia. En concreto se centró en disciplinas deportivas a las que las mujeres se habían incorporado recientemente entonces (boxeo, saltos de esquí, lanzamiento de martillo, triple salto y salto de pértiga). Los análisis se llevaron a cabo sobre todos los artículos de esas disciplinas aparecidos en el *Helsinging Sanomat* entre 1994 y 1995.

---

<sup>3</sup> Todas las traducciones de citas literales de artículos originales en inglés u otros idiomas que aparecen en este documento son del autor de esta tesis.

La autora partió del supuesto teórico de que existen tres discursos dominantes para caracterizar las relaciones de género en el deporte: la trivialización/marginalización, la igualdad y el separatismo. La trivialización/marginalización se sustancia en discursos en los que la relación entre los géneros toma la forma de una jerarquía de dominación masculina/subordinación femenina. Los discursos de igualdad apuntan a lograr la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, pero sin cuestionar los valores hegemónicos de los deportes de competición. Por último los discursos separatistas se sustentan en algunas de las nocivas características detectadas en el deporte competitivo tales como agresividad, violencia, jerarquía, poder masculino, sexismo, heterosexismo, homofobia, racismo y concepción mercantil del deporte.

En el análisis crítico de los artículos se buscaron y comentaron ejemplos de estos discursos dominantes que caracterizan las relaciones de género en el deporte. Respecto a la trivialización/marginalización la autora constató que las mujeres participantes en los nuevos deportes eran retratadas como “menos que” o “diferentes de” sus homólogos masculinos. Así las mujeres eran escasamente retratadas y cuando lo eran sus logros se presentaban como inferiores a los de los hombres y sus habilidades eran cuestionadas a través de comentarios sarcásticos sobre sus actuaciones exitosas y su presentación como objetos sexuales. Respecto a los discursos de igualdad la autora encontró que esta se sustentaba: a través de la cobertura de actuaciones destacadas femeninas, que eran asemejadas a las de sus homólogos masculinos; a la explicación de las inferiores actuaciones o habilidades femeninas como consecuencia de la falta de práctica asociada a que fueran nuevas disciplinas para ellas; y a la descripción de las barreras que las mujeres debían afrontar tales como los prejuicios, limitación de oportunidades para competir y desigual tratamiento en las competiciones. A pesar de que estos discursos de igualdad parecen favorecer a las mujeres en ningún momento cuestionan el hecho de que los atletas masculinos y el deporte masculino sean considerados la norma de referencia establecida con la que las mujeres deban compararse. En definitiva, el diario estudiado, tanto a través de sus discursos de jerarquía/dominación como de igualdad reforzaba y reproducía los valores masculinos y las prácticas del deporte competitivo.

**Wann, Schrader, Allison y McGeorge (1998)**, sobre la prensa deportiva universitaria estadounidense, estudió las interacciones que se producían entre las variables tamaño de la universidad, género y cobertura informativa. Para el estudio se seleccionaron tres periódicos patrocinados por universidades (una de tamaño pequeño, otra mediano y otra grande). La selección de las universidades constituía una muestra variada en términos de representación de las divisiones de la Asociación Deportiva Universitaria Nacional (NCAA por sus siglas en inglés), de localización geográfica, de número de estudiantes matriculados y del tamaño medio de sus secciones periodísticas deportivas. La muestra examinada consistió en los números de las tres publicaciones

editados los viernes ente el 1 de septiembre de 1993 y el 28 de febrero de 1994. De ella se registraron el número de autores masculinos y femeninos y el número de artículos, líneas de texto y fotografías centrados en los primeros equipos deportivos masculinos y femeninos. Se excluyeron de los análisis artículos referidos a hombres y mujeres simultáneamente, que no hicieran referencia al género o que trataran deportes desarrollados intramuros de la universidad.

Los resultados de los análisis mostraron interacciones significativas entre el tamaño de la universidad, el género y la cobertura informativa.

En relación a los autores de los artículos se demostró estadísticamente que el número de ellos se relacionaba con el tamaño de la universidad (la más pequeña tenía menos autores que la mediana y la grande). También que el número de autores hombres era mayor que el de mujeres y que este se relacionaba también con el tamaño de la universidad (las disparidades más pequeñas se dieron en la universidad más pequeña y las más grandes en la universidad mediana). Asimismo se constató que el porcentaje de autoras femenino era menor que el de mujeres matriculadas, deportistas de primeros equipos y deportes femeninos de primeros equipos.

En relación al número de artículos se demostró estadísticamente que el número de estos se relacionaba con el tamaño de la universidad (cuanto menor era la universidad menor era el número de artículos). También se constató que el número de artículos centrados en hombres era mayor que el centrado en mujeres y que esta cobertura estaba relacionada con el tamaño de la universidad. Así, las universidades de tamaño mediano y grande centraron más artículos en hombres que en mujeres, lo que no ocurrió en la universidad pequeña. Además el porcentaje de artículos dedicado a las mujeres era menor que el de universitarias matriculadas y el de primeros equipos femeninos, aunque mayor que el de atletas femeninas.

En relación al número de líneas se demostró estadísticamente que este estaba relacionado con el tamaño de la universidad, de modo que cuanto mayor era esta mayor era el número de líneas dedicadas a informar. También se evidenció que el número de líneas dedicadas a los hombres era mayor que el número de líneas dedicadas a las mujeres y que estas variables estaban relacionadas a su vez con el tamaño de la universidad. De este modo mientras que las universidades mediana y grande dedicaban más líneas a los hombres que a las mujeres no sucedía lo mismo en la pequeña. Además el porcentaje de líneas dedicado a las mujeres era menor que el de universitarias matriculadas y el de primeros equipos femeninos, aunque mayor que el de atletas femeninas.

Por último, en lo relativo a las fotografías se demostró estadísticamente que el número de estas estaba relacionado con el tamaño de la universidad (la universidad mediana mostraba un número mucho mayor que la pequeña y grande, lo que se achacó a

preferencias editoriales). Además se evidenció que las fotografías dedicadas a hombres eran mucho más frecuentes que las dedicadas a mujeres, no correspondiéndose el porcentaje dedicado a ellas con el de mujeres matriculadas y primeros equipos femeninos, aunque siendo ligeramente superior al porcentaje de deportistas femeninas en primeros equipos.

**Curry, Arriagada, y Cornwell (2002)** estudiaron la relación entre el deporte y el orden social de género centrándose en la investigación sobre imágenes relacionadas con el deporte en revistas populares masculinas y femeninas estadounidenses de carácter no deportivo. Para su investigación tomaron una muestra total de 46 revistas para cuya elaboración se consideraron los siguientes criterios principales: debían ser publicaciones no específicamente deportivas de carácter nacional publicadas en el año 2000, que alcanzaran una amplia audiencia (gran tirada y amplia distribución) y que contuvieran imágenes relacionadas con el deporte. Estas revistas fueron divididas en dos grupos en función del porcentaje mayoritario del sexo de sus lectores/as: revistas masculinas y femeninas. A continuación se analizaron las imágenes contenidas en las portadas, artículos y anuncios. Observando los sujetos que aparecían en ellas cada fotografía fue codificada en función del sexo (como “masculino” o “femenino”). Finalmente cada fotografía, en función de las actividades representadas, fue categorizada según un modelo de participación deportiva como de “deporte de placer-participación” o “deporte de fuerza-rendimiento”.

Con los datos recogidos se aplicaron análisis cuantitativos y cualitativos para obtener los resultados perseguidos. Así, los análisis cuantitativos mostraron que aunque tanto en las revistas dirigidas a hombres aparecían más hombres como en las revistas dirigidas a mujeres aparecían más mujeres, las revistas masculinas tendían a mostrar menos mujeres que las revistas femeninas hombres. Este hecho fue interpretado por los autores como una muestra de que las revistas masculinas asociaban con mayor fuerza a los hombres con el deporte que las revistas femeninas a las mujeres con este. Los análisis cuantitativos también mostraron que las revistas masculinas mostraban mayor número de imágenes relacionadas con actividades deportivas de fuerza-rendimiento, mientras que las revistas femeninas tendían a enfatizar la presencia de actividades deportivas de placer-participación. Asimismo, mientras que las revistas masculinas tendían a mostrar fundamentalmente actividades deportivas en las que predominaba el ocio-placer en las femeninas las imágenes hacían un mayor hincapié sobre actividades deportivas centradas en el ejercicio-trabajo físico.

Por su parte en este estudio los análisis cualitativos pusieron de manifiesto que mientras que las revistas masculinas las imágenes tendían a enfatizar la importancia del ocio más que la salud y la forma física las revistas femeninas en sus imágenes promovían una mayor importancia de la salud, pero ligada al concepto de belleza.



Asimismo las revistas masculinas retratan la masculinidad bajo la estereotípica temática de la agresividad y la violencia en el deporte, mientras que las femeninas enfatizan por el contrario la belleza y la forma física, reforzando el mensaje de que las mujeres no están principalmente interesadas en el éxito competitivo.

A la vista de los resultados obtenidos los autores de este estudio concluyen que las imágenes deportivas de este tipo de publicaciones sirven para reforzar el orden social de género existente.

**Pedersen (2002)** investigó sobre la cantidad y tipo de cobertura informativa proporcionada en la prensa de Florida (Estados Unidos) a los deportistas de instituto en función de su género. Su población de estudio fueron artículos referidos a deportes de instituto de todos los periódicos diarios de gran tirada publicados en Florida durante el año 1999. Para llevar a cabo los análisis se utilizó una muestra estratificada aleatoria (por publicaciones y días de la semana) compuesta por un total de 602 números. En concreto se trataron de verificar tres hipótesis: que los deportistas masculinos recibirían una cobertura desproporcionadamente superior respecto a las femeninas en términos de número de artículos y superficie de los mismos; que los deportistas masculinos recibirían una disposición de textos en lugares de la publicación relevantes desproporcionadamente superior a la de las deportistas femeninas; que los deportistas masculinos tendrían un número de artículos desproporcionadamente superior de artículos con fotografías en relación a las deportistas femeninas.

Los resultados de los análisis mostraron que las tres hipótesis anteriores se confirmaban. Así, para la primera hipótesis se observó que el número de artículos centrados en hombres era superior a los centrados en mujeres en una proporción de casi 2 a 1 y esta desproporción fue aún mayor al estudiar la superficie asignada a los artículos masculinos o femeninos. Estas diferencias, al compararse con los resultados esperados según tres factores independientes (matrícula escolar, tasas de participación deportiva y deportes ofertados) se confirmaron como estadísticamente significativas.

Respecto a la segunda hipótesis se comprobó con significación estadística que los artículos situados en páginas interiores eran proporcionalmente más numerosos para las mujeres que para los hombres, mientras que los situados en portada eran proporcionalmente más numerosos para los hombres que para las mujeres.

Por último respecto a la tercera hipótesis se confirmó con significación estadística que los artículos centrados en deportistas masculinos estaban acompañados de media de un mayor número de fotografías que los femeninos.

A la vista de lo anterior el autor concluyó que el tratamiento que los periódicos hacían del deporte centrado en las escuelas superiores realizaba una cobertura injusta para

las mujeres que ya había sido documentada por otros autores a lo largo de todos los niveles deportivos.

**Pedersen y Whisenant (2002)** realizaron un estudio analizando la cantidad de cobertura fotográfica dedicada a deportistas en niveles de instituto en diarios de Florida (Estados Unidos) en función del tamaño de la tirada de estos. Trabajaron sobre una muestra aleatoria estratificada en función del tamaño de la tirada de los diarios (de pequeña circulación –menos de 30.000 ejemplares-, media –entre 30.000 y 125.000 ejemplares- y grande –más de 125.000 ejemplares-). Durante un año se analizaron de esa muestra aquellas fotografías que mostraran deportistas de instituto, registrando el sexo de los sujetos retratados y el tamaño de la fotografía. El análisis de los datos demostró que, aunque para los tres tamaños de universidad la cobertura fotográfica dedicada a las deportistas de sexo femenino era menor que la dedicada sus homólogos varones, existía una diferencia estadísticamente significativa en la distribución de las fotografías femeninas en función del tamaño de la tirada de la publicación. Esta distribución mostraba que cuanto mayor era la tirada del diario menor era el número de fotografías dedicadas a las deportistas mujeres.

**Bishop (2003)**, dando continuidad al estudio de Reid y Soley (1979) y utilizando una metodología similar a estos, investigó la cobertura del deporte femenino en la revista *Sports Illustrated* en los años olímpicos comprendidos entre 1980 y 1996. Para una muestra de la población objeto de estudio (primer número de cada mes del período estudiado) analizó los artículos observando el número total de artículos por número, el sexo de los atletas caracterizados, el número de páginas de los artículos y el tipo de deporte cubierto por cada artículo. Además y respecto a Reid y Soley (1979), que centraron su estudio en la misma publicación pero en los años olímpicos comprendidos entre 1956 y 1976, Bishop (2003), cuando representaban a hombres y/o mujeres, también analizó el número de fotografías que acompañaban a cada artículo, categorizándolas según representaran a hombres, mujeres o a personas de ambos sexos y observando los roles en que los individuos en ellas retratados aparecían.

Este estudio permitió concluir que en el período estudiado por Bishop (2003) las historias que retrataban a hombres no bajaron del 80% y que respecto al período estudiado por Reid y Soley (1979) no se produjeron cambios significativos en relación al porcentaje de artículos centrados en las mujeres. Además, los artículos dedicados a los deportistas de sexo masculino ocupaban una media de páginas superior a la de los artículos dedicados a deportistas de sexo femenino. En relación a las fotografías (Bishop, 2003) constató que las que retrataban a hombres aparecían en mucha mayor medida que las que retrataban a mujeres. Aún más, en los casos de fotografías en las que hombres y mujeres eran representados juntos ellas solían aparecer en roles secundarios respecto al varón.

**Pedersen, Whisenant, y Schneider (2003)** realizaron un estudio para determinar si la cobertura informativa dada a deportistas hombres y mujeres de nivel de instituto dependía del género de los individuos que componen los departamentos deportivos de los periódicos. En concreto se estudiaron los artículos y fotografías en los que aparecían deportistas de nivel de instituto en una muestra de diarios de amplia tirada de Florida (Estados Unidos) durante el período del año 2000. Se escogió este estado por mostrar porcentajes de casi paridad en la participación deportiva, deportes ofertados y matrícula escolar total para hombres y mujeres, así como por los altos niveles de participación deportiva en relación a otros estados del país. La investigación se llevó a cabo sobre una muestra aleatoria estratificada por diarios y días de la semana que representara a la población a estudiar. Las hipótesis a contrastar fueron: las reporteras darán mayor cobertura informativa a las deportistas mujeres que los reporteros; las fotógrafas darán mayor cobertura informativa a las deportistas mujeres que los fotógrafos; las editoras darán mayor cobertura escrita a las mujeres que los editores; las editoras darán mayor cobertura fotográfica a las mujeres que los editores.

Las cuatro hipótesis de trabajo fueron rechazadas al demostrarse que: tanto los reporteros como las reporteras dedicaban mayor número de artículos a los deportistas varones; tanto los fotógrafos como las fotógrafas dedicaron mayor número de fotografías a los deportistas varones; los artículos supervisados tanto por editores hombres como por editoras mujeres fueron mayoritariamente dedicados a deportistas varones; las fotografías supervisadas tanto por editores hombres como por editoras mujeres fueron mayoritariamente dedicados a deportistas varones; ningún análisis estadístico efectuado evidenció diferencias significativas entre el trabajo realizado por componentes masculinos y femeninos de la plantilla de los periódicos en relación a la cobertura informativa de hombres y mujeres.

A la vista de los resultados anteriores los autores concluyeron que los periódicos infrarrepresentaban a las mujeres participantes en el deporte de instituto, independientemente del sexo de las personas implicadas en la elaboración de los diarios.

**Buysse y Embser-Herbert (2004)** realizaron un análisis fotográfico cualitativo en función del género sobre las portadas de las guías de medios de seis de las más relevantes conferencias de la Asociación Atlética Colegial Nacional de los Estados Unidos (NCCA por sus siglas en inglés), que agrupa el deporte universitario en ese país. En el estudio se seleccionaron dos temporadas (1989-1990 y 1996-1997) y deportes que investigaciones previas habían mostrado como vistos socialmente apropiados para hombres (baloncesto y béisbol/softball), mujeres (gimnasia), o ambos (golf y tenis). Para el examen fotográfico se establecieron categorías en función de si los deportistas eran retratados en las canchas o terrenos de juego, de si eran retratados en uniforme

deportivo, de si eran retratados en poses activas o pasivas y en función del tema de la fotografía (que se definió podía adoptar los valores de “auténtico atletismo”, “atletismo impostado”, “feminidad”, “masculinidad”, “sugerencia sexual”, “estudiantes-atletas”, “cultura pop”, “equipamiento deportivo”, y “otro” como categoría residual).

El análisis fotográfico reveló que los hombres eran retratados con mayor frecuencia que las mujeres en las canchas o terrenos de juego, que en el primer período temporal estudiado los hombres fueron retratados en uniforme con más frecuencia que las mujeres (en el segundo lo fueron en modo similar) y que en lo relativo a las poses los hombres fueron retratados con más frecuencia en actividades activas que pasivas. Estas diferencias entre la representación masculina y femenina se mantuvieron independientemente del deporte retratado en las fotografías. Además, en lo relativo al tema de las fotografías de las portadas, las mujeres fueron significativamente más retratadas bajo el tema de “feminidad” que los varones bajo el tema de “masculinidad”. También las mujeres fueron retratadas significativamente más que los hombres bajo el tema de “sugerencia sexual”. Las autoras concluyen a la vista de estos resultados que las publicaciones universitarias reproducen estereotipos de género ya constatados en los medios de comunicación convencionales.

**Lynn et al. (2004)** realizaron un estudio comparativo sobre la representación de las mujeres en fotografías publicitarias de las revistas deportivas orientadas a mujeres *Real Sports*, *Sports Illustrated for Women*, *Shape*, y *Women's Sport & Fitness*. La muestra consistió en 6 números de cada publicación comprendidos entre la primavera del 1999 al verano del 2000, de los que se analizaron fotografías de carácter publicitario en las que aparecieran individuos, descartando aquellas que contuvieran figuras artísticas o no humanas. Para los análisis estadísticos encaminados a dar respuesta a las preguntas guía de la investigación solo se consideraron fotografías de mujeres. Estas preguntas se cuestionaban si la representación del movimiento en las fotos, el retrato del estilo y de las categorías deportivas mostradas y el tipo de producto anunciado contribuían a reforzar las diferencias sexuales socialmente establecidas. Para dar respuesta a esta pregunta y basándose en investigaciones anteriores se estudiaron en las fotografías las siguientes variables: género (hombre, mujer); movimiento en la foto (pasivo, activo); tipo de deporte (ninguno, individual, de equipo); categoría de deporte (ninguno, de fuerza, de alto riesgo, estético, neutral); y tipo de producto (equipación/vestimenta, cosméticos, suplementos dietéticos, tabaco/alcohol, automóviles/transporte, productos para el hogar, comida/bebida, otros).

En lo relativo al movimiento en las fotografías los resultados de los análisis mostraron que en las fotografías las mujeres aparecían retratadas más veces de forma pasiva que

en movimiento de forma estadísticamente significativa. Había también diferencias estadísticamente significativas para esta variable en función de cada revista: *Real Sport* mostraba más fotografías activas que pasivas en contraste con el resto de revistas, en las que sucedía lo contrario.

Para la variable tipo de deporte también había diferencias estadísticamente significativas en función de la revista tratada. Así: *Real Sports* utilizó más fotografías en las que las mujeres aparecían retratadas en deportes de equipo (al igual que *Sports Illustrated for Women*, aunque esta en menor medida), mientras que *Shape* y *Women's Sport & Fitness* retrataron a la mayoría de las mujeres dentro de la categoría otros mientras que a la minoría en la categoría deportes de equipo.

Dentro de la variable categoría de deporte se demostraron diferencias significativas entre los valores adoptados por las fotografías, destacando los de ninguno y neutral sobre los de fuerza, alto riesgo y estética. También había diferencias significativas en la categoría de deporte en función de la revista estudiada, aunque en todas ellas raramente las fotografías podían clasificarse en las categorías de fuerza, alto riesgo o estética.

También y por último se encontraron diferencias significativas dentro de los valores de la variable tipo de producto. Para el conjunto de revistas la categoría otros y equipación/vestimenta fueron las más frecuentes. También se constató que había una fuerte interacción entre los resultados de esta variable y el tipo de revista. Así: *Women's Sport & Fitness* y *Shape* anunciaban muchos más cosméticos que el resto de revistas y la mayoría de productos para el hogar aparecían en estas revistas; *Shape* también anunciaba significativamente con mayor frecuencia suplementos dietéticos; las fotografías de *Real Sports* y *Sports Illustrated for Women* se encontraban en las categorías otros y equipación/vestimenta fundamentalmente.

A la vista de los resultados las autoras concluyeron que en la publicidad de las revistas deportivas orientadas a mujeres en gran medida se fomentaban las imágenes estereotípicas femeninas encontradas por estudios anteriores.

**Vincent (2004)** realizó un estudio sobre la cobertura informativa en función del género que de los Campeonatos de Wimbledon 2000 hicieron diarios británicos. En concreto, por su prominencia, distribución nacional y amplia cobertura deportiva, se escogieron los diarios *The Times*, *Daily Mail* y *The Sun*, de los que se analizaron los números correspondientes a los días en los que se disputó el torneo. Para el estudio se utilizó una metodología cuantitativa (análisis de contenido) y cualitativa (análisis textual) complementarias. El análisis de contenido se centró en los artículos y fotografías dedicados a tenistas, hombres y mujeres, participantes en Wimbledon 2000. El análisis textual se centró en los titulares, adjetivos descriptivos de los artículos y metáforas acerca de los jugadores en relación a su apariencia física, características psicológicas,

condición atlética, rol familiar, raza, clase y nacionalidad; también consideró las descripciones de los jugadores o jugadoras en términos ambivalentes, culturalmente estereotipados, peyorativos u obscenos.

Los hallazgos cuantitativos sobre los artículos indicaron; que el número de artículos dedicados a hombres y mujeres era relativamente equivalente; el número de artículos acompañados de fotografías dedicados a los hombres era mayor que el dedicado a las mujeres, siendo esta diferencia estadísticamente significativa; todas los artículos situados en portada informaban sobre hombres; en la portada de la sección de deportes la mayoría de los artículos eran dedicados a hombres; en las portadas del resto de secciones, centradas en asuntos extradeportivos, la mayoría de los artículos estaban dedicados a mujeres.

Los hallazgos cualitativos sobre los artículos indicaron diferencias en el tratamiento de los deportistas en función de su sexo. Así, para las mujeres gran parte de la cobertura se centró en su apariencia física y estética más que en su condición atlética. Frecuentemente fueron descritas en términos culturalmente estereotipados, infantilizadas y con comentarios atrozmente sexistas. También se dieron comentarios denigratorios en relación a su condición atlética y la calidad de sus partidos y se las retrató frecuentemente como psicológicamente frágiles y emocionalmente dependientes. Un tema recurrente que cuestionaba su deportividad fue su supuesta animosidad hacia las rivales. El autor destaca la cobertura proporcionada a Anna Kournikova como paradigma del heterosexismo y la proporcionada a las hermanas Williams como paradigma del sesgo racial informativo de las publicaciones.

Por el contrario, el tipo de discursos empleados en los artículos para describir a los hombres normalmente era congruente con el patrón hegemónico occidental de la masculinidad. Así, los tenistas eran retratados como independientes, fuertes, estables y elogiados por su destreza. Los partidos masculinos eran descritos en términos marciales, dramáticos y de impacto histórico en los que la derrota de los jugadores más relevantes raramente se achacaba a su actuación, sino que era considerada como mérito del rival. Se recurría frecuentemente a destacar la destreza de los jugadores comparándolos con leyendas deportivas de otros tiempos. El autor destaca la cobertura dada a Tim Henman como paradigma del estereotipo nacionalista informativo de las publicaciones.

Por su parte los hallazgos cuantitativos sobre las fotografías indicaron: que había un número relativamente equivalente de fotografías dedicadas a hombres y mujeres; que la media de la superficie de las fotografías femeninas era menor que la de las masculinas, siendo este hecho estadísticamente significativo; que no había diferencias significativas entre las fotografías a color masculinas y femeninas; que de las cuatro fotografías en portada de mujeres, tres de ellas estaban dedicadas a Anna Kournikova

(icono sexual que hizo un mal torneo) y una de Venus Williams (ganadora en individuales); que de las cinco fotografías masculinas en portada se dedicaron dos fotografías al ganador individual, una al finalista y otras dos a los cabezas de serie británicos; que en la portada de la sección de deportes aparecían más fotografías dedicadas a hombres que a mujeres, siendo esta diferencia estadísticamente significativa; que no se encontraron diferencias significativas en el modo que se retrató (compitiendo, sin competir o posando) a hombres y mujeres.

Los hallazgos cualitativos sobre las fotografías indicaron diferencias en el tratamiento informativo en función del género de los deportistas. Así, en términos relativos, las mujeres aparecieron retratadas en más ocasiones posando que los hombres, mientras que en acción deportiva fueron los hombres quienes aparecieron retratados más veces que las mujeres.

A la vista de los resultados anteriores el autor concluyó que a pesar de que los diarios británicos proporcionaron a tenistas masculinos y femeninos cantidades de cobertura informativa relativamente equitativa, esta cobertura estaba imbuida por la masculinidad hegemónica, que a su vez intersecaba con discursos de raza y clase que ayudaban a legitimar el orden de género existente.

**Brandt y Carstens (2005)** llevaron a cabo un análisis crítico del discurso de la sección habitual *The beauty of sport* (“la belleza del deporte”) de la revista mensual *SA Sports Illustrated* para comprobar la hipótesis de que esta sección asignaba a las mujeres deportistas roles resonantes con los estereotipos tradicionales dominantes, tales como el “objeto sexual” y “persona que trata de ser superatractiva para los hombres”, en oposición al preferido por la mayoría de ellas, “dedicación, fuerza física y mental y profesionalismo”.

Analizaron en concreto 15 artículos de esta sección, excluyendo las entrevistas, publicados entre marzo de 2001 y febrero de 2004. Este análisis se estructuró en un proceso de tres fases: en un primer lugar se adoptó el rol del lector típico (comprensión acrítica del discurso); después se adoptó un enfoque macronivel en el que se identificaron las técnicas más destacadas para resaltar o llevar a un segundo plano la información; por último se efectuó un microanálisis que comprendió la identificación y categorización de las características discursivas más pequeñas relacionadas con el rol esencial de mantener y construir el “discurso de la mirada masculina” a través del refuerzo de uno o más de los estereotipos hipotetizados.

El análisis macronivel supuso una visión holística de las técnicas periodísticas utilizadas para llevar a cabo el encuadre de la información (*framing*), que determina primar un tipo de informaciones o de contenidos sobre otros. La inclusión permanente de la sección estudiada en el sumario de la revista, que abiertamente se centraba en el atractivo físico (incluido el sexual) de las deportistas, suponía destacar una agenda

sexista. Las autoras analizaron cómo la selección y utilización de fotografías (ubicación, tamaño, disposición gráfica en la página, ángulo fotográfico, forma del posado, etc.), titulares, subtítulos y citas escogidos, etc. destacaban o ponían en segundo plano la información reforzando los estereotipos de género hipotetizados.

El microanálisis, que observó el modo en que las unidades léxicas se agrupaban en conjuntos léxicos o campos semánticos puso de manifiesto que: las mujeres deportistas eran retratadas frecuentemente en términos de “producto de consumo”, que incluía referirse a ellas metafóricamente como comida (que podría ser consumida por “hombres hambrientos”) y preocuparse a su vez por la cantidad de comida que ellas ingerían (demanda de perfección física que las convierte en “consumibles” para lectores masculinos); las mujeres deportistas eran propuestas como modelos de delgadez, cuya consecución llevaba aparejada connotaciones positivas, pues esta condición debería ser una aspiración para complacer a los hombres; las mujeres deportistas eran retratadas como reinas de la belleza e iconos de la moda; las mujeres deportistas eran retratadas como objetos sexuales/posibilidades románticas.

Para las autoras tanto el análisis macro como micronivel puso de manifiesto que la sección de la revista analizada estaba poblada por estereotipos en la caracterización de las mujeres deportistas. Estos estereotipos se agrupaban en los siguientes campos semánticos relevantes: sexo/utilidad (cosificación sexual, producto mercadeable y producto de consumo), belleza física (modelo de delgadez, icono de la moda y reina de la belleza) e inmadurez emocional (carácter dependiente y volátil).

A la vista de los resultados las autoras concluyeron que la sección “*The beauty of sport*” de la revista “*SA Sport Illustrated*” no retrataba a las mujeres como estas hubieran preferido. Este tipo de representaciones podría tener efectos físicos y psicológicos en detrimento de las mujeres involucradas en el deporte y relacionarse con efectos limitantes en sus carreras. Además cuestionaría la integridad ética de los periodistas, que construirían imágenes sesgadas o incluso falsas de las mujeres deportistas con fines puramente comerciales, pudiendo con ello estimular discursos dañinos entre los lectores, tales como el del voyeurismo.

**Capranica et al. (2005)** realizaron un estudio cuantitativo comparativo sobre la cobertura del deporte femenino durante los Juegos Olímpicos de Sydney 2000 en diferentes periódicos de Bélgica, Dinamarca, Francia e Italia. Los artículos y fotografías centradas en el evento olímpico de las publicaciones objeto de estudio fueron clasificados como masculinos, femeninos y mixtos. Tomando como punto de partida esta clasificación se procedió a estudiar las diferencias en función del género en relación al número de artículos publicados, la superficie de los artículos, el emplazamiento de los artículos (portada), el número de fotografías y el tamaño de las fotografías. En lo concerniente al número de artículos, a pesar de que el porcentaje de



artículos dedicados al deporte masculino se encontró superior al de dedicados al deporte femenino, se comprobó que este se ajustaba al número de participantes y de eventos correspondientes a ambos sexos. En lo tocante a la superficie de los artículos se encontró que la asignada a los masculinos era significativamente superior a la asignada a los femeninos. También se encontró un porcentaje mayor de fotografías representando al deporte masculino que al femenino, aunque una vez más el número de fotografías masculinas y femeninas se ajustaba a lo esperado por el número de deportistas participantes de cada sexo. Además el tamaño de las fotografías mostró los promedios más elevados para las fotografías dedicadas al deporte femenino. Por último no se encontraron diferencias entre el número de artículos emplazados en portada dedicados a los deportes masculino y femenino. A la vista de los resultados anteriores los autores concluyeron que, a pesar de la clara orientación hacia el deporte masculino que los medios impresos muestran en la cobertura del deporte profesional, los eventos olímpicos pueden representar un factor clave a la hora de revertir esta realidad.

**Hardin et al. (2005)**, desde una perspectiva de género, realizaron un estudio comparativo sobre la representación de las mujeres en las revistas deportivas estadounidenses *Sports Illustrated for Women*, *Women's Sport & Fitness*, *Real Sports* y *Shape*. En concreto analizaron las fotografías no publicitarias de 6 números de cada publicación comprendidos entre la primavera de 1999 y el verano de 2000. El análisis se centró en conocer si había diferencia en el total de imágenes en las revistas, en cómo se utilizaban los ángulos de cámara, en los tipos de deporte que aparecían practicando las mujeres retratadas y en las posiciones respecto al deporte que ocupaban las mujeres de las fotografías. Así, como unidad de análisis se utilizó cada individuo que aparecía en las fotografías y para cada una de estas unidades se examinó el ángulo de cámara (neutro, picado o contrapicado), el movimiento (activo o pasivo), y si aparecía retratado el tipo (individual o de equipo) y categoría de deporte (estético, de fuerza, de alto riesgo o neutral).

Los resultados del análisis mostraron que como tal y como era de esperar en revistas femeninas las fotografías mostraban para todas las publicaciones fundamentalmente mujeres. Asimismo y en líneas generales los resultados de las variables estudiadas, que se relacionan con las normas hegemónicas sociales establecidas en relación al género, permitieron constatar que las publicaciones mostraban conformidad o desafío a estas normas en diferentes grados. De este modo las autoras clasificaron las publicaciones en un continuo en el que, de más tendentes a la conformidad a más desafiantes al sistema patriarcal clasificaron las revistas estudiadas del siguiente modo: *Shape*, *Women's Sports & Fitness*, *Sports Illustrated for Women* y *Real Sports*. Así *Shape* representaba a las mujeres con mayor frecuencia como pasivas y no deportivas o bien como participantes en actividades deportivas socialmente consideradas más aptas

para mujeres y reflejaba la apariencia como la principal causa para que las mujeres se implicaran en actividades físico-deportivas. Por su parte en *Real Sports* las mujeres fueron retratadas la mayoría de las veces en deportes de equipo y frecuentemente en situaciones donde se demuestra poderío físico y en pocas ocasiones en deportes de carácter estético, habiendo una clara preferencia por deportes de fuerza o neutrales.

**Crolley y Teso (2007)**, sobre los diarios españoles *El País* y *Marca* y con motivo de la celebración de los Juegos Olímpicos de Atenas 2004, realizaron un estudio mixto de carácter cuantitativo-cualitativo para constatar si en estos medios las deportistas femeninas estaban infrarrepresentadas en relación a los varones y/o si se daban diferencias en la forma en que se informaba sobre deportistas masculinos y deportistas femeninas que reflejara las actitudes patriarcales sociales dominantes. Para ello analizaron los números de ambas publicaciones durante el período olímpico más los de las dos semanas previas al evento. Para el análisis cuantitativo observaron el número de palabras, columnas, fotografías, artículos y el número de estos en posiciones preeminentes dedicados a hombres y mujeres. Para el análisis cualitativo consideraron en función del género la presencia de distinciones asimétricas de personas y eventos, el uso diferenciado de vocabulario para atletas masculinos y femeninas, el enfoque sobre informaciones de los participantes no relacionadas con el deporte, la infantilización y/o trivialización de los participantes y sus logros, así como un análisis de las fotografías impresas.

El resultado del análisis cuantitativo mostró que la cobertura de los deportistas de sexo masculino fue mucho mayor en ambas publicaciones a favor de los hombres, tanto en lo referido a la proporción de palabras como cantidad de espacio dedicado a ellos. También en ambas cabeceras el número de fotografías dedicadas a los hombres y eventos masculinos fue mayor que la dedicada a las mujeres. Además el número de titulares y de artículos situados en lugares preeminentes de las publicaciones dedicados a los hombres superó al de las mujeres. Así, las informaciones de deportistas varones solían referirse en primer lugar, ocupaban posiciones prominentes en los diarios y casi siempre lideraban las historias; a los hombres también se les proporcionó mayor número de subtítulos, incluso en artículos mixtos. Por el contrario a las mujeres se les solía asignar con frecuencia párrafos cortos al final de las páginas.

Por su parte el análisis cualitativo mostró que la cobertura proporcionada a hombres y mujeres también era diferente. Esta se sustanció en la caracterizaciones asimétricas en términos de nominación de los deportistas: los hombres eran identificados en el discurso con más frecuencia por sus apellidos, mientras que las mujeres lo eran por sus nombres; esto no se aplicaba sin embargo a deportistas extranjeras. También se constataron caracterizaciones asimétricas de los eventos deportivos en función del género, de tal modo que para los eventos masculinos podía identificarse o no el sexo

de los deportistas (“baloncesto masculino” o “baloncesto”, por ejemplo), mientras que para los femeninos este siempre se identificaba (“baloncesto femenino”, “judo femenino”, etc.).

Por último se encontraron algunos ejemplos de infantilización de deportistas femeninas y en una pequeña parte de la muestra de las fotografías se reforzaban la tradicional oposición entre lo masculino y lo femenino.

El único indicador de sexismo analizado que no mostró discriminaciones de género fue el del enfoque de las informaciones sobre aspectos no ligados a la práctica deportiva de los deportistas. En lo que respecta a este indicador no se reforzaban estereotipos de género socialmente construidos.

**Crossman, Vincent y Speed (2007)**, sobre tres diarios de países distintos, hicieron un estudio comparativo de carácter cuantitativo de la cobertura informativa proporcionada en función del género de los tenistas en los Campeonatos de Wimbledon de 2004. Se seleccionaron los diarios *The Times* (Reino Unido), *The New York Times* (Estados Unidos) y *The Globe & Mail* (Canadá) por ser diarios nacionales de amplia tirada en sus países respectivos y por considerar que proporcionaban un enfoque serio en el tratamiento de las noticias. Durante la duración del campeonato (además del día previo y posterior) se analizaron las fotografías y artículos de las publicaciones (excluyendo anuncios, tablas de resultados, la cobertura de jugadores junior y artículos pertenecientes a la historia del deporte) clasificándolos como masculinos, femeninos, mixtos o inespecíficos en función del sexo de los jugadores representados en ellos. Para cada tipo de artículo/fotografía se registró su superficie y frecuencia, además de su localización (portada del periódico, portada de la sección de deportes, páginas interiores de la sección de deportes, contraportada). Las fotografías fueron a su vez categorizadas como de acción, pose o retrato en primer plano.

El análisis de los datos recogidos mostró que aunque la superficie media en artículos y fotografías era similar en hombres y mujeres, en términos de espacio total a los hombres se les asignó un 1,4 veces más espacio que a las mujeres. Este hecho se explica porque a los hombres se les asignó un mayor número de artículos y de fotografías. En relación al tipo de fotografías no se encontraron diferencias significativas. Aunque tanto para hombres como para mujeres la mayoría de los artículos y fotografías se ubicaban en las páginas interiores de la sección de deportes se constataron diferencias en el resto de ubicaciones para hombres y mujeres: así los hombres tendían a ocupar más portadas y contraportadas que las mujeres, mientras que las mujeres tendían a ocupar más portadas de la sección de deportes.

**King (2007)** realizó un estudio de la cobertura informativa del atletismo masculino y femenino en los diarios británicos *The Times* y *Daily Mail* durante los juegos olímpicos comprendidos entre los años 1948 y 2004. En concreto analizó los artículos y

fotografías aparecidos en ambos diarios durante las fechas en que se desarrollaron los eventos olímpicos y que estaban centrados en atletas tanto de pista como de campo a través. Se constató el número de artículos, titulares y fotografías dedicados respectivamente a hombres y mujeres clasificándolos como masculinos, femeninos o neutros. Para los artículos además se constató el género de su autor clasificándolos como masculinos, femeninos o sin atribución. Asimismo se constató el número de veces que atletas masculinos o femeninos aparecían en la contraportada.

El análisis de los datos mostró que del total de artículos estudiados solo el 2% de ellos fueron atribuidos a periodistas de sexo femenino. En relación a la cobertura informativa de los atletas, considerando los datos globalmente, en ambas publicaciones los atletas masculinos se vieron ampliamente más representados que las atletas femeninas (tanto en número titulares como en número de artículos y fotografías). A medida que los eventos olímpicos fueron avanzando la cobertura de estos se fue incrementando, siendo siempre superior en el *Daily Mail* respecto a *The Times*. Es de destacar que con este incremento la diferencia entre la cobertura de hombres y mujeres se fue reduciendo (especialmente a partir de 1980), llegando incluso a invertirse para Atenas 2004 en ambas publicaciones en lo que respecta a número de artículos y titulares.

Del total de fotografías analizadas los hombres aparecían más veces que las mujeres (en una proporción de 6 a 4) y en menor número de ocasiones retratados en actitudes no atléticas respecto a ellas. Además los hombres aparecieron representados globalmente en las contraportadas en más del doble de ocasiones que las mujeres (exacerbándose esta descompensación en el *Daily Mail*).

A la vista de los resultados anteriores King (2007) concluyó que durante muchos años las atletas femeninas fueron marginadas e infrarrepresentadas en los medios impresos británicos, aunque afortunadamente esta tendencia cambió en la cobertura de Atenas 2004.

**Serra y Burnett (2007)** realizaron un estudio encaminado a analizar la cobertura informativa deportiva en función del género de diarios sudafricanos. En concreto y basándose en un estudio piloto que los reveló como los que más cobertura informativa proporcionaban, así como los que más número de artículos relacionados con el género en el deporte contenían, se analizaron los diarios *Beeld*, *The Sowetan* y *The Star*. Una muestra que incluía 72 números de cada cabecera se utilizó para estudiar el período comprendido entre abril y septiembre del 2004 (6 meses). La metodología empleada en el estudio fue de tipo cuantitativo-cualitativo y se basó en la observancia de tres componentes para guiarla: el *input* o fuentes de información disponibles para los periodistas (tales como eventos o actuaciones de los atletas), el *through-put* o proceso desarrollado para la creación de la información deportiva y el *output* o producción

informativa impresa finalmente. Los datos cuantitativos recogidos consideraron artículos y fotografías para los que se observaron aspectos tales como el tema, el tamaño y su disposición en la estructura del diario. Los datos cualitativos recogidos partieron de un análisis de contenidos de los artículos e imágenes y de información proveniente de entrevistas semiestructuradas con periodistas de los medios estudiados.

La descripción del proceso de elaboración de las noticias (*through-put*) se elaboró a partir de la información de las entrevistas con los periodistas de los medios. Según estas los objetivos de los diarios eran entretener y ofrecer noticias de interés a los lectores, para lo cual se trataban continuamente de detectar las necesidades de la sociedad sudafricana, incluidas las referidas a reflejar los cambios en las relaciones de la mujer con el deporte. En general se informaba de aquello de más interés para los lectores (fútbol, rugby, cricket y boxeo), aunque se reconocía la necesidad de poner a los lectores en contacto con nuevas realidades deportivas. Sobre los criterios para informar de un acontecimiento se destacaba que se consideraban primordialmente historias de gran interés como eventos internacionales de gran importancia o actuaciones de nacionales en el extranjero, abriendo paso a historias de carácter nacional o local si quedaba espacio. Las plantillas de los diarios estudiados estaban casi exclusivamente formadas por hombres. El rol que los periodistas asignaban a la información deportiva era el de ejercer de contrapunto a otras como la de criminalidad y política, así como informar al público de los logros de sus equipos y estrellas deportivas y del modo de vida de estas.

El análisis de los datos cuantitativos permitió caracterizar el *output* o producción impresa, es decir, los propios periódicos. Este análisis permitió constatar que las percepciones de los periodistas, al menos en lo relativo a la representación de la realidad de la mujer en el deporte, no se correspondía con la realidad. De este modo se constató la priorización del deporte masculino y la marginación del femenino. Esto se sustanció en una menor representación del deporte femenino respecto al masculino y una menor representación de deportistas femeninas que deportistas masculinos en los medios. También se constató la preeminencia de historias encaminadas a destacar los logros atléticos (casi siempre masculinos) y a crear expectación hasta la llegada de los eventos deportivos (lo que para ciertos autores se relaciona como una reflexión de la ideología masculina y de sus valores). Otro tema recurrente era la cobertura de promesas deportivas, entre las que muy mayoritariamente se encontraban varones.

En lo relativo a la ubicación de los artículos y fotografías también había discriminaciones de género. Así, los artículos masculinos tenían más probabilidades de estar ubicados en portada y contraportada, mientras que los femeninos tendían a situarse en páginas interiores. En lo concerniente al tamaño de artículos y fotografías

sucedía otro tanto, tendiendo los artículos y fotografías masculinos a ocupar más espacio que los femeninos.

Por último y respecto al modo en que los deportistas aparecían retratados en las fotografías se observó que las mujeres aparecían en más ocasiones que los hombres en situaciones no deportivas, pasivas o en posiciones estáticas y menos en situaciones de juego activo que los hombres.

Considerando todo lo anterior las autoras concluyeron que la prensa sudafricana, en su cobertura de la información deportiva, reflejaba y contribuía a mantener las construcciones sociales patriarcales de género.

**Wörsching (2007)** realizó un estudio cualitativo sobre la publicidad en revistas alemanas en el entorno conceptual de la masculinidad, el deporte y la naturaleza. El estudio se centró en las revistas *Der Spiegel* y *Dav Panorama*. La elección se basó tanto en la relevancia de esas revistas tanto en Alemania como en el extranjero (la primera como revista de información general y la segunda como revista especializada en alpinismo y deportes de naturaleza), como por constituir paradigmas publicitarios contrapuestos. Así el autor identificó *Der Spiegel* como ejemplo de medio propenso a publicitar bienes de lujo usando metáforas masculinamente estereotipadas mientras que caracterizó a *Dav Panorama* como ejemplo de medio que vehiculiza anuncios destinados a vender un rango de equipamientos deportivos para el deporte en la naturaleza a la par que a promover la idea de una interacción sostenible con el medio natural. Tras caracterizar a las publicaciones (tirada, periodicidad, línea editorial, etc.) y su público diana la autora, apoyando sus argumentaciones con ejemplos extraídos de las propias revistas, realizó un análisis de los anuncios aparecidos en ellas.

Durante el análisis la autora mostró como los anuncios deportivos de *Dav Panorama* se dirigían a hombres y mujeres en términos de códigos simbólicos muy diferentes, que resumió en las siguientes conclusiones.

A las potenciales compradoras se las trataba de captar con mensajes publicitarios que reflejaban el montañismo como una actividad agradable, saludable y sostenible para el medio natural. Estos mensajes se mostraban bajo un prisma de relaciones personales y no enmarcados como un reto contra la naturaleza. Además se resaltaban la funcionalidad de los productos anunciados en un contexto de cuidado para sí mismo y los demás, en el que el yo ideal se construía como positivamente conectado con los demás y con el hábitat natural.

A los hombres sin embargo los deportes de montaña se les presentaba como actividades intensas, impersonales y competitivas, en las que el rival a batir era la propia naturaleza. Para ello estas actividades se caracterizaban como de esfuerzo extraordinario, excitante toma de riesgo y dominación (violencia latente) del cuerpo y

el entorno natural. Para la autora estas características de la publicidad deportiva que toma como diana a la población masculina en *Dav Panorama* no difieren en lo esencial de los discursos de género que se esconden en la publicidad de *Der Spiegel*, aunque el tipo de productos que se publiciten sean muy distintos. De este modo, la publicidad para los hombres en ambas revistas bebe de la misma imaginaria estética masculina que explota los miedos de los hombres a su pérdida de dominancia e incapacidad para ser lo bastante competitivos. De este modo:

“Es la lógica comercial en estimular el consumo la que demanda que los consumidores sean dirigidos al núcleo íntimo de su identidad, y dado que el género es una parte crucial de la identidad, es al núcleo marcado por el género al que deliberadamente se apunta a través de mucha de la cultura publicitaria”. (Wörsching, 2007, p. 217)

**MacKay y Dallaire (2009)** estudiaron la cobertura en función del género que de los primeros equipos deportivos de la Universidad de Ottawa (Canadá) realizaron los diarios de esa universidad (*Fulcrum*, escrito en lengua inglesa, y *La Rotonde*, en francés) entre los años 2004 y 2007. En ella se analizaron variables relacionadas con aspectos cuantitativos y cualitativos de la cobertura informativa. Respecto a la cobertura de tipo cuantitativo se analizó el número de artículos (noticias, artículos y noticias breves) referidos a deportistas masculinos y femeninos y el número de palabras contenidas en ellos, el número de fotografías caracterizando a hombres y mujeres respectivamente y por último el número de portadas en las que aparecían ellos o ellas. Respecto a la cobertura informativa cualitativa se estudió en los artículos la cita de individuos o equipos usando el género, el establecimiento de la heterosexualidad de los deportistas, el énfasis sobre estereotipos femeninos, la mención de características no relacionadas con el deporte y la ambivalencia informativa (yuxtaposición de descripciones y/o imágenes positivas con otras que socavan o trivializan los esfuerzos o éxitos femeninos); las fotografías fueron codificadas como de acción o no-acción y se registró el número de ellas que aparecían en portada para hombres y mujeres.

El claro contraste con las investigaciones revisadas por estos autores los análisis mostraron que en general las deportistas femeninas recibieron más atención que los deportistas masculinos, tanto en términos de cobertura textual (número de artículos y longitud de los mismos) como fotográfica. Aunque tanto los éxitos atléticos de ellos como los de ellas eran premiados con fotografías en la portada, los hombres aparecieron más que las mujeres, lo que resultó desconcertante a los autores dado que el número de partidos y ratio de victorias/derrotas para el período estudiado era similar en equipos masculinos y femeninos. Asimismo tanto los deportistas hombres como las deportistas mujeres aparecieron retratados en fotografías que mostraban acción y de forma comparable para contextos similares.

En relación al modo en que los y las atletas aparecían representados se constató que los diarios enfocaban de igual modo para ambos sus informaciones: utilizaban el mismo vocabulario para ambos sexos al referirse a atributos de carácter deportivo, escogiendo el mismo tipo de vocabulario para capturar la condición atlética, habilidad y esfuerzo; nombraban a los equipos del mismo modo (“Gee-Gees”, de “Garnet and Grey” o “Gris et Grenat”, por el color de la indumentaria). Aunque aparecían técnicas discursivas comúnmente utilizadas para diferenciar a los hombres y mujeres ello para los autores no tipificó la cobertura informativa para el período examinado. Así, tanto los equipos masculinos como femeninos eran identificados por su género (aunque ellos algo menos), raramente se daban comparaciones entre hombres y mujeres y cuando estas ocurrían favorecían ampliamente a las mujeres y en ningún artículo se enfatizó la heterosexualidad de los deportistas masculinos ni femeninos.

A la vista de los resultados obtenidos los autores concluyeron que, en la práctica, la cobertura informativa de los diarios de la Universidad de Ottawa fue equitativa para hombres y mujeres. Como probables causas atribuibles a este hecho los autores destacan la labor desarrollada por el Comité para la Igualdad de Género de ese campus universitario y la amplia participación de deportistas femeninas en disciplinas de equipo tradicionalmente asociadas al estereotipo deportivo social masculino.

**Apostolis y Giles (2011)**, en los números correspondientes al año 2008 de la publicación *Golf Digest* y utilizando un análisis crítico del discurso, examinó el retrato que se hacía de las mujeres golfistas. Este análisis crítico mostró que a pesar del emergente número de columnistas femeninas y de contenidos referente a las mujeres en artículos y anuncios, el retrato que se hacía de las mujeres en este deporte reproducía las imágenes socialmente dominantes en las que estas son representadas como blancas, adineradas y heterosexuales. El análisis crítico del discurso, sustentado en el análisis a nivel textual, el análisis de las prácticas discursivas y en el análisis de estas en el macro-nivel de su reflejo en el contexto social permitieron concluir que las informaciones de los números de la publicación analizada transmitían cuatro discursos dominantes: “1) el poder físico es una característica masculina; las mujeres son golfistas ilegítimas y pueden por tanto ser excluidas; 3) las mujeres son atletas inferiores; 4) las mujeres son espectadoras o accesorios de golf” (Apostolis & Giles, 2011, p. 230).

**Galily, Cohen y Levy (2011)** realizaron un estudio cuantitativo comparativo sobre la cobertura informativa en función del género que la prensa israelí dio a los juegos Juegos Olímpicos de 1996, 2000 y 2004. En concreto el estudio examinó todos los artículos de temática olímpica aparecidos en el suplemento deportivo del diario *Yediot Ahronot* (el de mayor difusión del país) desde el día anterior al inicio hasta el posterior a la clausura de los eventos deportivos. El estudio puso a prueba tres hipótesis: la



extensión de cobertura informativa de las atletas de sexo femenino es desigual a la de los atletas de sexo masculino; la extensión de cobertura informativa de las atletas de sexo femenino se incrementa en comparación a la de los atletas de sexo masculino a través de los tres eventos olímpicos; la cobertura y representación de las atletas de sexo femenino es desigual en relación a los atletas de sexo masculino en las informaciones de los tres eventos deportivos. Para poner a prueba estas hipótesis los artículos analizados fueron clasificados en tres categorías: artículos que cubrían exclusivamente a atletas de sexo masculino, artículos que cubrían exclusivamente a atletas de sexo femenino y artículos que cubrían a atletas de ambos sexos. Además para cada artículo se estudió un amplio grupo de variables que abarcaban dos aspectos diferenciados: variables que hacían referencia a la extensión de la cobertura informativa de forma cuantitativa (longitud del artículo, tamaño de las fotografías, etc.) y variables que hacían referencia a la forma en que los atletas aparecían representados (en qué contexto aparecían, cómo era su presentación biográfica, qué tipo de comentarios o caracterizaciones se hacía de ellos...).

Los resultados de los análisis confirmaron la primera hipótesis de tal manera que la extensión de la cobertura de las atletas de sexo femenino fue inferior a la de los atletas de sexo masculino. Esta diferencia se sustanció en aspectos tales como el número de palabras por artículo, el tamaño de la fuente de los titulares, el número de palabras por subtítular, el número de fotografías por artículo y la superficie de las fotografías, de media siempre mayores en los artículos dedicados a atletas varones, siendo algunas de estas diferencias estadísticamente significativas (número de palabras por artículo, tamaño de la fuente de los titulares y superficie de las fotografías). Únicamente el promedio en el número de palabras por titular de los artículos clasificados como femeninos era mayor.

La segunda hipótesis, que postulaba que se daría un incremento mayor en la extensión de la cobertura de las atletas de sexo femenino a lo largo de los tres eventos olímpicos sin embargo no pudo ser confirmada. Aunque la cobertura informativa subió en Sydney (2000) respecto a Atlanta (1996), en los Juegos Olímpicos de Atenas (2004) volvió a descender. Durante el período estudiado por lo tanto se mantuvo la desigual cobertura informativa mostrándose una diferencia significativa entre ambos géneros.

Por último la tercera hipótesis, que predecía que se daría una representación desigual de los atletas en función de su sexo, fue confirmada. De este modo en los artículos estudiados las mujeres aparecían más frecuentemente retratadas en términos de emotividad, obediencia y sumisión, dependencia, objeto sexual, comportamiento irracional o impulsivo y orientación familiar. Los hombres por el contrario aparecían retratados con más frecuencia en términos de dureza, ambición, dominación,

asertividad y autoconfianza, vigor, y competitividad. Estas asociaciones en términos de género además presentaban en muchas ocasiones fuerte significación estadística.

**Wanneberg (2011)** examinó la representación mediática de los deportistas suecos desde la década de 1960 en términos de cosificación, sexualización y pornificación. Para ello llevó a cabo un análisis textual cualitativo crítico, inspirado en los análisis críticos del discurso, centrado en cómo los textos reproducen el poder y la desigualdad. Las preguntas guía de la investigación se centraron en: cómo son las y los deportistas representados en textos e imágenes; qué adjetivos y nombres se usan para describir a unas y otros; qué poses se adoptan en las imágenes; si son usadas palabras cargadas de valores sexuales; si se usan metáforas y ambigüedades con connotaciones sexuales; si se emplea la ironía.

La muestra consistió en ejemplos extraídos sistemáticamente desde 1967 hasta la actualidad de tres diarios nacionales suecos de máxima difusión (*Dagens Nyheter*, *Expressen* y *Aftonbladet*) y la revista oficial de la Confederación de Deportes Sueca (*Svensk Idrott*), y se centró concretamente en los juegos olímpicos de invierno y de verano y en los campeonatos del mundo de fútbol masculinos y femeninos. Los aproximadamente 1000 artículos de estas publicaciones y eventos fueron leídos, y utilizando los criterios de que en ellos aparecieran descritos a la vez mujeres y hombres deportistas y sus respectivas actuaciones atléticas, se seleccionaron 115 para su análisis. Este análisis comprendió tanto texto como fotografías y se prestó particular atención a comprobar si los mensajes de unas y otros se reforzaban mutuamente en términos de significado o por el contrario eran divergentes.

La autora, a partir del análisis de la muestra, distingue tres períodos diferenciados en la representación de las y los deportistas suecos: “Décadas de 1960 y 1970: cuando los hombres eran fuertes y las mujeres nenas”; “Décadas de 1980 y 1990: cachas y mujeres deportistas de élite femeninas”; “Década del 2000: un rápido incremento en la sexualización”.

Durante el primer período (décadas de 1960 y 1970) la representación dominante del hombre deportista era la de un individuo grande, fuerte y poderoso (eran frecuentes las alusiones de carácter antropométrico). Psicológicamente los hombres deportistas eran descritos como curtidos, autosuperativos y de férreas convicciones. Estas representaciones eran construidas por periodistas hombres desde un tono admirativo. Por el contrario las mujeres eran representadas en términos de disminución y cosificación, y la información muchas veces se focalizaba en irrelevancias (cortes de pelo, vestuario, estado civil y físico, por ejemplo). En sus representaciones las mujeres eran transformadas en modelos pasivos posando para observadores masculinos. Las mujeres raramente eran descritas como fuertes y, cuando así sucedía, lo eran en términos ambivalentes, como si los códigos positivos masculinos fueran devaluados al

ser aplicados a las mujeres en el contexto deportivo. Aunque tanto los hombres como las mujeres deportistas eran cosificados, la cosificación para ellos estaba en gran medida relacionada con su rendimiento atlético, mientras que la cosificación para ellas aludía a hechos irrelevantes desde un punto de vista deportivo.

En este período, y entendidos dentro de su contexto histórico, la autora también encontró algunos ejemplos de representaciones que podrían considerarse sexualizadas, tanto para mujeres como para hombres. Sin embargo el fenómeno estaba mucho más extendido en las mujeres y además en los hombres la sexualización era presentada como una opción libremente escogida.

Sin embargo, hacia el final de este período (durante la segunda mitad de los 70) se produce un cambio en las descripciones de las mujeres, que pasan a centrarse más en sus actuaciones y menos en su apariencia, y que podría conectarse con los crecientes movimientos feministas radicales de los Estados Unidos y Europa occidental.

La segunda época diferenciada por la autora abarca las décadas de 1980 y 1990 y en ella los incipientes retratos igualitarios periodísticos entre hombres y mujeres tuvieron un abrupto final y la apariencia de los deportistas fue convirtiéndose de nuevo en el foco de atención. Sobre todo durante los 90 los periódicos se llenaron de nuevo de sexo, incluido en el contexto deportivo, y eran constantes las informaciones y votaciones sobre los deportes y los deportistas más *sexis*. El éxito del movimiento aeróbico inspirado por Jane Fonda y el fenómeno de la atleta Florence Griffith-Joyner, extraños al deporte de élite sueco, son apuntados por la autora como predecesores de este fenómeno. Los diarios, en sus representaciones textuales e icónicas del movimiento *fitness* ligado al aeróbic, se centraban tanto en los vestuarios como en los movimientos sexualmente sugerentes, de modo que podría hablarse de una pornificación en el sentido de que las representaciones estaban basadas en estéticas pornográficas. En lo que concierne a Florence Griffith-Joyner, a pesar de que las descripciones de sus actuaciones atléticas estaban llenas de superlativos, su ropa, uñas, sonrisa y pelo recibían mayor atención.

En este período la autora identifica la aparición de una nueva forma de “sexualización auto-impuesta” en los deportistas de élite, tanto en ellas como en ellos, que estaría fuertemente conectada con el fenómeno del ajuste del deporte al mercado y su comercialización.

El tercer período distinguido por la autora (década del 2000) estaría caracterizado por un rápido crecimiento del número de fotografías *sexis* de mujeres deportistas, muchas de las cuales podrían ser clasificadas como “porno-chic”. Ello implica que incluso muchos artículos serios centrados en el hecho de hacer deporte se transforman en ambiguos, al invalidar las fotografías las representaciones construidas por los textos. La sexualización de los hombres deportistas también se habría incrementado. A

diferencia de períodos anteriores, en que los hombres eran objeto de admiración por otros hombres por su aspecto físico, ahora los hombres serían considerados objetos sexuales por las mujeres. En una pauta que reproduciría simétricamente la que ya mostraron los periodistas hombres, las periodistas mujeres escribirían sobre deportistas hombres para lectoras mujeres, cosificando sexualmente a los deportistas masculinos.

No obstante lo anterior la autora concluye que, en tanto que la pornificación afecta a las mujeres deportistas en una mayor extensión, la imagen que los medios ofrecen del deporte de élite sueco constituiría un bastión para la reproducción de las desigualdades en uno de los países considerado más igualitario en términos de género.

**Weber y Carini (2013)** estudiaron la presencia de mujeres en las portadas de la revista *Sports Illustrated* durante el período 2000-2011. Concretamente analizaron las 716 portadas publicadas entre enero del 2000 a junio del 2011, que no incluían las correspondientes al número anual dedicado a trajes de baño, por no centrarse en la actuación atlética en sí mismas. Analizaron también las portadas de los primeros 12 años de la publicación (1954-1965) realizando una comparación entre los dos períodos.

Durante el período más reciente analizado tan solo en el 4,9% de las portadas aparecían mujeres, un porcentaje similar al de otra investigación que había analizado el período de 1987 a 1989. Estos datos resultaron congruentes con clara significación estadística con los del período 1954-1965, en los que las mujeres aparecían en un 12,6% de las portadas.

Además de su presencia en las portadas, los autores, sobre el período más reciente estudiado, analizaron otros factores sobre el modo en que las mujeres aparecían retratadas que pudieran contribuir a trivializar de algún modo la participación femenina. Así encontraron que tan solo en el 2,5% de las portadas en que aparecían mujeres estas aparecían solas o constituían la imagen primaria. Se identificaron portadas en las que: las mujeres solo aparecían en pequeñas imágenes encuadradas; las mujeres simplemente formaban parte de *collages*; las mujeres aparecían junto a hombres; las mujeres retratadas eran anónimas, solo conectadas al deporte en calidad fans o de miembro familiar de un deportista varón. En 11 de las 35 portadas aparecían retratadas en una pose comparable con un hombre, y de estas 9 representaban como deporte el baloncesto, considerado como neutral en términos de género para los autores. De hecho, en las portadas en las que aparecían mujeres los deportes retratados mayoritariamente eran, según los autores, neutrales en términos de género. Solo en tres portadas aparecían deportes socialmente sancionados como femeninos y en las tres que aparecían deportes socialmente sancionados como masculinos las deportistas que aparecían eran atractivas y femeninas, motivo por el que probablemente fueron escogidas. Por último, aunque en la mayoría de portadas

las deportistas aparecían posando en apariencia atlética o participando en sus deportes activamente, en tres de las portadas se dieron flagrantes ejemplos de cosificación sexual.

### **1.5.2 Análisis comparativo de las investigaciones sobre el estado de la cuestión**

A pesar de que todas las investigaciones revisadas comparten el denominador común de ubicarse conceptualmente en la confluencia de los medios impresos, el deporte y las representaciones de género, sus diversos intereses particulares confieren una relativa variedad a este corpus científico.

Tomando como punto de partida estos tres ámbitos, en el presente apartado se lleva a cabo un análisis comparativo de estas investigaciones. En él además se examinarán las semejanzas y diferencias entre los diferentes trabajos en lo relativo al tipo de investigación, hallazgos obtenidos y matización de estos mediante su confrontación a factores externos a las publicaciones objeto de estudio. A su vez los diferentes elementos confrontados en este análisis comparativo servirán para definir posteriormente la presente investigación (ver apartado 1.7). Este análisis se apoya en la Tabla 3, en la que se comparan de forma sintética las investigaciones consideradas para la elaboración del estado de la cuestión.

En lo que concierne al ámbito periodístico son varios los factores que pueden ser considerados a la hora de establecer comparaciones entre las investigaciones: el ámbito geográfico, las publicaciones analizadas y las características de estas.

En nuestro caso el ámbito geográfico de las investigaciones se identifica con el ámbito geográfico de las publicaciones que son objeto de interés de esas investigaciones. Como puede comprobarse en la Tabla 3 (p. 127) todas las investigaciones se centran en un ámbito nacional o estatal excepto dos que se amplían al ámbito internacional: Capranica et al. (2005) (Bélgica, Dinamarca, Francia e Italia) y Crossman et al. (2007) (Reino Unido, Estados Unidos y Canadá). La mayor parte investigaciones se refieren a países anglófonos y en especial son los Estados Unidos los que más atención merecen. Solo encontramos una investigación cuyo objeto de interés sea España (Crolley & Teso, 2007).

Las publicaciones objeto de estudio normalmente están especificadas, aunque los autores puedan considerarlas como muestras representativas del ámbito geográfico estudiado en general. Las publicaciones explicitadas, en relación a su tipo, son invariablemente de gran importancia nacional e incluso internacional. En un tercio de los estudios las publicaciones analizadas, consideradas una muestra representativa del ámbito geográfico que pretende ser estudiado, no se especifican.

Algo más de 6 de cada 10 investigaciones analizadas se centran en periódicos. El segundo tipo de publicación más frecuente son las revistas. En una investigación se analizan guías de medios universitarias (Buysse & Embser-Herbert, 2004) y en otra un suplemento deportivo (Galily et al., 2011).

La respectivas difusiones de las publicaciones objeto de estudio muchas veces son apuntadas por los autores. Cuando no es así, si se conoce cuáles son las cabeceras concretamente analizadas, las difusiones pueden ser averiguadas con cierta facilidad a través de búsquedas de internet (páginas oficiales de las empresas mediáticas responsables de las publicaciones, empresas de control de la difusión, etc.). De cualquier modo uno de los motivos aludido frecuentemente por los investigadores para escoger ciertos medios es su gran difusión. La mayoría de investigaciones se centran en publicaciones de gran tirada, en apenas una sexta parte de las investigaciones ni se especifica ni puede inferirse el tamaño de la publicación, y en solo dos casos (Pedersen & Whisenant, 2002; Wann et al., 1998) se analizan explícitamente publicaciones de distinto rango de difusión.

En lo relativo a su temática la mayoría de las investigaciones se centran en publicaciones de carácter general, mientras que en algo más de 4 de cada 10 es objeto de estudio al menos una publicación de carácter deportivo. Una publicación objeto de investigación se centra específicamente en el medio natural (Wörsching, 2007) y otra en el golf (Apostolis & Giles, 2011). Aparte tres investigaciones se interesan en medios de temática universitaria (Buysse & Embser-Herbert, 2004; MacKay & Dallaire, 2009; Wann et al., 1998).

En relación al público diana de las publicaciones las tres cuartas partes de las investigaciones analizan publicaciones que no están explícitamente dirigidas a un tipo de público en particular. No obstante hay tres investigaciones que se centran en medios dirigidos fundamentalmente a universitarios (Buysse & Embser-Herbert, 2004; MacKay & Dallaire, 2009; Wann et al., 1998) y dos (Hardin et al., 2005; Lynn et al., 2004) que apuntan a medios dirigidos específicamente a mujeres. Hay una investigación que, aunque se centra en publicaciones no específicamente dirigidas a mujeres u hombres, clasifica estas en función del género mayoritario de los lectores (Curry et al., 2002).

En lo concerniente al ámbito deportivo analizado por las investigaciones podemos considerar el tipo de competición (cualquiera, nacional, internacional, etc.), deporte (cualquiera, golf, atletismo, etc.) y nivel o categoría (instituto, universitaria, absoluta y/o profesional, etc.) estudiados.

En la mayor parte de investigaciones (casi la mitad) no se especifica el tipo de competición objeto de interés, analizándose por tanto cualquiera que aparezca reflejada en los medios escrutados.

Cuando las investigaciones especifican tipos de competición concretos como objeto de interés son las de carácter internacional las más estudiadas. Dentro de estas las investigaciones que tienen como objeto de interés los juegos olímpicos son las más recurrentes (casi 3 de cada 10 investigaciones). Por su parte el torneo internacional de tenis de Wimbledon ha sido de objeto de estudio en dos ocasiones (Crossman et al., 2007; Vincent, 2004) y las competiciones universitarias son objeto de atención de dos trabajos (Buyse & Embser-Herbert, 2004; Wann et al., 1998). Por último dos investigaciones, al estar centradas en la publicidad, no enfocaban su trabajo sobre ningún tipo de competición (Lynn et al., 2004; Wörsching, 2007).

En relación al deporte objeto de estudio la mayoría de las investigaciones (dos de cada tres) considera cualquiera de ellos que aparezca representado en las publicaciones analizadas. De las que estudiaron deportes específicos: dos se centraron en el tenis (Crossman et al., 2007; Vincent, 2004); dos se centraron en el atletismo (Alexander, 1994; King, 2007); una en el golf (Apostolis & Giles, 2011); y una en el montañismo/deportes en el medio natural (Wörsching, 2007). También hubo una investigación que se centró simultáneamente en el boxeo, saltos de esquí, lanzamiento de martillo, triple salto y salto de pértiga, por ser deportes a cuya práctica se había incorporado la mujer recientemente (Pirinen, 1997). Por último hubo una investigación centrada en el baloncesto y béisbol/softball (como ejemplo de deportes tradicionalmente considerados masculinos), gimnasia (femenino) y golf y tenis (neutros) (Buyse & Embser-Herbert, 2004).

Por último, en lo que al ámbito deportivo se refiere, queda por repasar qué niveles o categorías de edad han sido objeto de investigación. Casi 3 de cada 10 de las investigaciones se centraban en el deporte en general sin preocuparse por niveles o categorías de práctica. Dentro de las investigaciones que sí lo hacían la mayoría enfocaba hacia el deporte absoluto y/o profesional (casi 4 de cada 10), tres investigaciones se centraban en nivel universitario (Buyse & Embser-Herbert, 2004; MacKay & Dallaire, 2009; Wann et al., 1998) y otras tres en el deporte de nivel de instituto (Pedersen & Whisenant, 2002; Pedersen, 2002; Pedersen et al., 2003). Dos investigaciones, al estar enfocadas a la información de carácter publicitario, no pueden centrarse en nivel o categoría deportiva alguna (Lynn et al., 2004; Wörsching, 2007).

El tercer ámbito de interés común a todas las investigaciones es el del estudio de las representaciones de género. Estas representaciones pueden ser analizadas de tres modos diferentes: representación en términos de presencia, representación en términos de presencia en elementos relevantes según la semiótica particular de los medios de comunicación impresos y forma o sentido que adopta esta presencia. Es decir, “cuánto” se representa a hombres y mujeres, “dónde” se los representa y “cómo” se los representa.

El tipo de información considerada por cada autor a la hora de analizar estas representaciones de género difiere según los objetivos de sus investigaciones. Mientras que la mayoría de los autores solo analizan información no publicitaria hay otros (Lynn et al., 2004; Wörsching, 2007) que se centran específicamente en ella. Por su parte Curry et al. (2002) analizan tanto información publicitaria como no publicitaria.

Las investigaciones enfocadas en información no publicitaria utilizan como unidades de análisis preferentes los artículos (textos) y las fotografías, aunque en ocasiones ambos elementos se abordan unitariamente. Entre las investigaciones que analizan información no publicitaria Curry et al. (2002) y Lynn et al. (2004) toman como unidad de análisis las fotografías, mientras que Wörsching (2007) considera el conjunto de los anuncios.

La gran mayoría de autores (las dos terceras partes de las investigaciones) examinan, al menos, las diferencias de género en términos de presencia informativa. La medida de la representación en términos de presencia se realiza fundamentalmente a través de dos procedimientos: el conteo de la frecuencia absoluta o relativa de aparición de deportistas mujeres y deportistas hombres en las unidades de análisis utilizadas y/o el cálculo de la extensión absoluta o relativa de estas unidades de análisis para unas y otros<sup>4</sup>. Para el cálculo de la extensión los autores utilizan diversos procedimientos, algunos de ellos muy imaginativos y posiblemente tendentes a lograr registros rápidos para estas medidas. Algunas formas utilizadas para medir la extensión de la cobertura informativa son: número de páginas, número de columnas, número de líneas, número de palabras, superficie<sup>5</sup>, superficie relativa (utilizando plantillas con superficies preestablecidas, por ejemplo), etc.

En lo tocante al estudio de las representaciones de género en términos de presencia en elementos periodísticos destacados podemos afirmar que los investigadores utilizan dos tipos de estrategias. Por una parte es frecuente que midan con qué frecuencia absoluta o relativa las unidades de análisis consideradas en su conjunto,

---

<sup>4</sup> Queda claro que para hacer efectiva la cobertura informativa sobre una mujer u hombre deportista en un medio impreso debe asignársele una superficie, por lo tanto esta variable puede entenderse como un modo de medir su respectiva "presencia". Sin embargo, en términos periodísticos, la superficie asignada a una información también nos da una idea de su importancia relativa (cuanto mayor sea esta, mayor será también la superficie que los redactores le asignarán), por lo que esta variable también permite ponderar la relevancia asignada a las informaciones sobre mujeres y hombres en términos de género.

<sup>5</sup> Algún autor ha utilizado como unidad de superficie la "columna-pulgada" (donde las columnas determinarían la anchura y las pulgadas la altura de la superficie a medir). Por ser esta una medida muy específica del ámbito periodístico yo la he traducido simplemente como "superficie".



clasificadas como “masculinas” o “femeninas”, aparecen en ubicaciones prominentes desde un punto de vista periodístico (portada, primera página de la sección de deportes, etc). Por otra se estudia la presencia de deportistas mujeres y hombres en elementos destacados dentro de las propias unidades de análisis (titulares, subtítulos, entrada o *lead*, etc.).

De entre las investigaciones que estudian la respectiva representación de los géneros en términos de presencia, más de 6 de cada 10 además estudian esta presencia en elementos periodísticamente destacados.

Como anteriormente se ha comentado, el estudio de la representación de hombres y mujeres en los medios también puede realizarse tomando el sentido de esta como enfoque del análisis. Es decir, no se trata de estudiar si hay mensajes referidos a hombres y/o mujeres, sino de determinar qué significado o sentido adoptan estos desde una perspectiva de género.

De las investigaciones analizadas 3 de cada 4 se interesan por el sentido de la presencia en las representaciones de género. Los aspectos estudiados difieren bastante entre ellas, aunque tienen como denominador común la búsqueda de distinciones asimétricas socialmente establecidas en función del género (estereotipos de género) reflejadas en las informaciones de las publicaciones objeto de estudio.

El estudio del sentido de las representaciones de género en las investigaciones revisadas se lleva a cabo a través análisis de contenido o de otras técnicas menos estructuradas.

Las investigaciones que utilizan el análisis de contenido aplican un marco rígidamente preestablecido, aunque con distintos márgenes de flexibilidad en su interpretación, para analizar la información periodística. Obtienen así conjuntos de datos estructurados que pueden ser analizados estadísticamente para determinar el sentido de las representaciones en términos de género. Las investigaciones de Buysse y Embser-Herbert (2004) y Lynn et al. (2004) serían ejemplos de este tipo opción metodológica.

Por su parte, las investigaciones que se decantan por técnicas no estructuradas (como el análisis textual o el análisis crítico del discurso) tratan también de desenmascarar o poner de manifiesto las diferencias presentes en el tratamiento informativo de mujeres y hombres deportistas en términos de género, pero eludiendo la sistematicidad y adoptando un cariz más interpretativo y connotativo, en el que el comentario de ejemplos extraídos de las publicaciones es frecuente. Cada una de estas investigaciones muestra un grado de abstracción diferenciado en su enfoque, en un continuo que va desde aquellas que abordan de un modo muy amplio los “discursos de género”, como hace Wörsching (2007), a aquellas que se centran en elementos más

concretos tales como las diferencias en el retrato de mujeres y hombres deportistas (apariencia estética, adjetivación, etc.) y de las que Vincent (2004) constituiría un buen ejemplo.

Algunos autores, además de interesarse por las diferencias en las representaciones en términos de género en la información deportiva, también han estudiado la presencia relativa de mujeres y hombres en los medios que la producen, tratando de establecer conexiones entre un aspecto y otro. Es decir, no solo analizan la representación de las mujeres como “objetos de la información” sino también como “sujetos productores de la información”. Este interés se ha sustanciado en el análisis de la presencia relativa de hombres y mujeres entre: los autores o reporteros de artículos (King, 2007; Wann et al., 1998; Wanneberg, 2011); los reporteros, fotógrafos y editores (Pedersen et al., 2003); y la plantilla de los diarios en general (Serra & Burnett, 2007).

Todas las investigaciones revisadas tienen como objetivo manifiesto evidenciar o descartar la desigual representación de hombres y mujeres en informaciones de carácter deportivo. Ahora bien, la información que finalmente se publica en los medios toma como punto de partida la realidad que estos intentan reflejar. Varios autores han contrastado sus hallazgos sobre las diferencias en las representaciones de mujeres y hombres en la prensa con factores externos a los medios y que forman parte del entorno real sobre el que las publicaciones informan.

Pedersen y Whisenant (2002) utilizaron como factor de comparación el tamaño relativo de las publicaciones estudiadas para determinar si este tenía algún tipo de relación con las representaciones de género. El resto de investigadores utilizaron diferentes factores externos de comparación para estimar cuál sería la presencia relativa que de hombres y mujeres cabría esperarse en los medios impresos si estos dieran un trato equitativo a ambos (Alexander, 1994; Capranica et al., 2005; MacKay & Dallaire, 2009; Pedersen, 2002; Pedersen et al., 2003; Vincent, 2004; Wann et al., 1998). De este modo si los deportistas masculinos fueran protagonistas de más hechos noticiables que las deportistas femeninas, por ejemplo, y la representación de ambos en términos de presencia se ajustara a ello, no podría concluirse que existe una representación desigual o discriminatoria hacia las mujeres.

Los factores concretos utilizados por los autores para determinar si la representación en términos de presencia en función del género se ajusta a la realidad representada varían en consonancia con el tipo de información concreta manejada en sus investigaciones (ámbito periodístico y deportivo). De todos modos estos factores pueden englobarse en dos grandes grupos: factores que contemplan el número relativo de hombres y mujeres dentro de poblaciones (participantes en eventos deportivos, estudiantes matriculados, equipos deportivos, etc.) y factores que contemplan el número relativo de hechos relevantes susceptibles de ser noticiables

protagonizados por hombres y mujeres (ranking, resultados de los jugadores en encuentros y torneos, ratio de victorias/derrotas, etc).

En este análisis comparativo queda por confrontar las investigaciones revisadas en función de su tipo. La forma concreta que adopta cada una de ellas depende de sus objetivos/hipótesis de investigación, que a su vez condicionan los ámbitos periodístico, deportivo y de representación del género en los que se desarrollan. La metodología y características de las investigaciones, por su parte, se relacionarán directamente con el tipo de hallazgos encontrados por cada una de ellas.

El tipo de investigación puede definirse en relación a la metodología que emplea y las características que adopta, estando ambos factores íntimamente relacionados.

En relación a la metodología, la caracterización de las investigaciones revisadas como cuantitativas o cualitativas no ha sido siempre sencillo. Lozano (2007, p. 10), desde la perspectiva de la teoría de la comunicación, afirma que las técnicas de investigación cuantitativas

se basan en observaciones cuantificables y susceptibles de tratamiento estadístico. Buscan detectar tendencias generalizables en el comportamiento y en las actitudes de las personas, de tal manera que cualquier investigador, siguiendo el mismo protocolo de investigación, llegue a los mismos resultados. Tienden a restringirse a la observación de las conductas o actitudes manifiestas, denotativas. Entre otras, las técnicas cuantitativas son el experimento en laboratorio, la encuesta por muestreo y el análisis de contenido.

Al referirse a las técnicas cualitativas Lozano (2007, p. 11) afirma que

por el contrario, rechazan la cuantificación y la generalización de los hallazgos a grupos muy amplios de individuos. Prefieren profundizar en unos cuantos casos y tratar de llegar a los niveles connotativos y latentes de las personas o de los mensajes de los medios. La entrevista en profundidad (abierta, no estructurada), la historia oral, la observación participante y los análisis semiótico y estructuralista son técnicas cualitativas.

En teoría de la comunicación el uso de técnicas cuantitativas tradicionalmente se han identificado con el enfoque *empirista-positivista*, mientras que las cualitativas han sido las que han caracterizado la investigación del enfoque *crítico* (Lozano Rendón, 2007). Sin embargo

en la década de 1980 esta situación empezó a cambiar. Numerosos investigadores positivistas -sin abandonar su posición como tales- concluyeron que sí es conveniente utilizar técnicas cualitativas para profundizar en los hallazgos de las cuantitativas, y empezaron a realizar observaciones participantes y entrevistas a profundidad (el análisis semiótico continúa siendo rechazado por la mayoría, por considerarlo extremadamente subjetivo). Muchos investigadores críticos, por su parte,

comprendieron que las técnicas cuantitativas contribuían a obtener datos descriptivos y básicos, indispensables para investigaciones posteriores más profundas, y empezaron a realizar encuestas y análisis de contenido (el experimento en laboratorio sigue siendo rechazado por la mayoría, por aislar a los sujetos de su entorno social). De hecho, autores como Reese, Kroesen, y Gallimore (1999) afirman que incluso es posible analizar datos cualitativos de manera cuantitativa, convirtiendo textos (entrevistas, notas de observación) a códigos numéricos y viceversa, y analizar datos cuantitativos de manera cualitativa (p. 42). En esto coincide la investigadora mexicana Rossana Reguillo (1999), quien afirma que es posible utilizar técnicas cuantitativas y mantener un enfoque cualitativo, y emplear técnicas cualitativas y situarse en un enfoque positivo que no recurra ni busque la cualidad del dato (p. 23) (Lozano Rendón, 2007, p. 12)

A la vista de lo anterior, a la hora de definir en este análisis comparativo las investigaciones revisadas sobre el estado de la cuestión como cuantitativas o cualitativas, se ha tenido en cuenta en primer lugar la propia caracterización que los investigadores hacían de ellas. Cuando los propios investigadores no han fijado con claridad si sus investigaciones eran de carácter cuantitativo o cualitativo, se ha procedido aquí a definir las teniendo en cuenta más su enfoque, relacionado directamente con sus objetivos, que las técnicas de investigación concretamente utilizadas. De este modo, las investigaciones que han interesado por las diferencias de género en las representaciones de las mujeres y hombres en la información deportiva en términos de “presencia”, o “presencia en elementos periódicamente destacados”, cuantificables y pocos susceptibles a interpretaciones connotativas, han sido definidas como cuantitativas. Por su parte, las investigaciones que se han centrado en el estudio de las diferencias en la representación entre los géneros en términos de “sentido de la presencia”, que otorgan un mayor margen de interpretación al investigador, independientemente de que puedan haber aplicado técnicas cuantitativas como el análisis de contenido, han sido caracterizadas como cualitativas.

Considerando lo anterior, un cuarto de las investigaciones adoptan un carácter cuantitativo exclusivamente, un tercio cualitativo exclusivamente y la mayoría de ellas (10 casos de 24) un carácter cuantitativo-cualitativo.

De entre las investigaciones que adoptan una metodología cuantitativa-cualitativa, 7 casos se interesan por la representación del género tanto en términos de presencia, como de ubicación y sentido de esa presencia, es decir, “cuánto”, “dónde” y “cómo” se representa a hombres y mujeres. Los tres casos restantes se interesan por la representación en términos de presencia y significado de esa presencia, es decir, “cuánto” y “cómo” se representa a hombres y mujeres.

Al adoptar la mayoría de las investigaciones un enfoque cuantitativo-cualitativo, puede afirmarse que en este campo científico se prefiere estudiar globalmente las representaciones del género, considerándose a un tiempo tanto la presencia de mensajes referidos a hombres y mujeres como el significado/sentido que estos mensajes adoptan. La clara correspondencia entre la metodología empleada y el tipo de hallazgos encontrados puede verse en la Tabla 3 (p. 127).

Las investigaciones revisadas también han sido clasificadas para este análisis comparativo en función de su desarrollo temporal (transversales o longitudinales) y número de realidades comparadas (simples o comparativas) y en función de la naturaleza de los objetivos que pretenden alcanzar (descriptivas o correlacionales).

En lo relativo al desarrollo temporal la mayoría de las investigaciones (3 de cada 4) son de carácter transversal. Al hablar no obstante aquí de transversalidad debemos comprender que el tipo de realidad estudiada requiere de tiempos más o menos dilatados para la obtención de datos. Para esta clasificación la transversalidad se entiende por tanto como “oportunidad única” de recogida de datos más que como “espacio corto de tiempo para la recogida de datos”. Dentro de las investigaciones transversales la mayoría de ellas (la mitad de todas las revisadas) son de carácter simple, es decir, estudian o caracterizan las representaciones de género en las informaciones de un solo ámbito periodístico y deportivo. El resto de investigaciones transversales son de carácter comparativo, es decir, contrastan, en términos de género, la representación de una misma realidad en medios impresos diferentes para el mismo período temporal.

Existen también investigaciones de carácter comparativo longitudinal (casi un cuarto del total de las revisadas), en las que la misma realidad objeto de estudio se analiza y compara en uno o varios medios impresos pero en varios momentos o períodos diferenciados.

Por último una investigación Weber y Carini (2013) comprende tanto un estudio comparativo longitudinal con un enfoque metodológico cuantitativo como un estudio transversal simple desarrollado con un enfoque cualitativo.

Si en lo que nos fijamos para clasificar las investigaciones revisadas es en la naturaleza de los objetivos que pretenden alcanzar encontramos que la gran mayoría de ellas (casi 8 de cada 10) son de carácter correlacional. Esto, dado el tipo de investigaciones que aquí son objeto de nuestro interés (aquellas en las que se relacionan género, deporte y medios de comunicación), no es de sorprender. En la mayoría de las ocasiones las correlaciones que se pretenden establecer se articulan al menos entre variables que hacen referencia a representaciones de género y variables que hacen referencia a la “cantidad”, “ubicación” o “sentido” de las representaciones. Las investigaciones comparativas transversales a su vez y en función de sus objetivos

implican también a otras variables tales como el tamaño de las tiradas de las publicaciones (Pedersen & Whisenant, 2002; Wann et al., 1998), la publicación analizada (Hardin et al., 2005; Lynn et al., 2004), o el ámbito geográfico de la publicación (Capranica et al., 2005). Por su parte las investigaciones comparativas longitudinales suelen estudiar también correlaciones que implican a los distintos momentos temporales diferenciados que son su objeto de estudio (Bishop, 2003; Buysse & Embser-Herbert, 2004; Galily et al., 2011; King, 2007; Wanneberg, 2011; Weber & Carini, 2013).

Por último cuatro investigaciones (Apostolis & Giles, 2011; Brandt & Carstens, 2005; R. Pirinen, 1997; Wörsching, 2007) adoptan un carácter descriptivo, sin realizar un recolección sistemática de datos que permitan establecer correlaciones estadísticas.

Los tratamientos estadísticos escogidos por los autores no han sido especificados durante el repaso de cada artículo de investigación al objeto de no sobrecargar la revisión. Estos lógicamente han variado en función de los objetivos/hipótesis de cada investigación y la naturaleza de los datos recogidos subsiguientemente. La utilización de tablas de contingencia ha sido harto frecuente a la hora de representar los datos y entre las pruebas aplicadas encontramos: chi cuadrado, coeficiente de contingencia, t de Student, ANOVA, MANOVA, etc.

La confrontación de los resultados obtenidos en las investigaciones resultadas es un buen modo de concluir este apartado. Dada la gran diversidad de las investigaciones en relación a su tipología y ámbitos periodísticos, deportivos y de las representaciones de género estudiados, esta confrontación solo puede abordarse en términos muy genéricos. Así, estos resultados pueden sintetizarse en términos de constatación (o no) de discriminación femenina en dos ámbitos diferenciados: discriminación en la presencia y/o en la presencia en elementos destacados (en adelante simplemente “presencia”); y discriminación en el “sentido de esa presencia”. Es decir, si se han encontrado hallazgos sobre discriminación femenina en lo que respecta a “cuánto” y/o “dónde” se las representa y/o si se han encontrado hallazgos sobre discriminación femenina en “cómo” se significa esa presencia.

Entre las 6 investigaciones revisadas que han analizado la representación relativa de hombres y mujeres exclusivamente en términos de presencia 4 han constatado discriminación femenina (Alexander, 1994; Pedersen, 2002; Pedersen et al., 2003; Wann et al., 1998), mientras que solo una no lo ha hecho (Capranica et al., 2005). También existe una investigación que ha constatado discriminación femenina, pero solo para los periódicos de gran tirada (Pedersen & Whisenant, 2002).

De las 8 investigaciones revisadas que han analizado la representación relativa de hombres y mujeres exclusivamente en términos de sentido de la presencia encontramos que 7 constatan discriminación femenina (Apostolis & Giles, 2011;

Brandt & Carstens, 2005; Buysse & Embser-Herbert, 2004; Lynn et al., 2004; R. Pirinen, 1997; Wanneberg, 2011; Wörsching, 2007), mientras que una (Hardin et al., 2005) constata discriminación femenina solo en una de las cuatro publicaciones que estudia.

Por último, del total de 10 investigaciones revisadas que estudiaban la representación relativa de hombres y mujeres tanto en términos de presencia como en términos de sentido de esa presencia, encontramos 6 casos que constataban discriminación para ambos parámetros (Bishop, 2003; Crolley & Teso, 2007; Curry et al., 2002; Galily et al., 2011; Serra & Burnett, 2007; Weber & Carini, 2013). Mientras tanto solo encontramos una investigación en la que no se constata discriminación en ninguno de los dos (MacKay & Dallaire, 2009). Por último también encontramos investigaciones en las que los hallazgos encontrados para la presencia y el sentido de esta no son congruentes: en dos de ellas la discriminación en la presencia no queda clara, mientras que la discriminación en el sentido de la presencia se constata (King, 2007; Vincent, 2004); para un caso por el contrario se constata la discriminación en la presencia, pero no así en el sentido de esta (Crossman et al., 2007).

El resumen anteriormente desgranado sobre los hallazgos encontrados por las investigaciones revisadas nos permite comprender que en líneas generales, en lo referente a las representaciones de género en la información deportiva en prensa, la mujer se encuentra discriminada. Para hacernos una idea más precisa de los hallazgos podemos considerar, para las investigaciones que se ocupan de ambos aspectos, el estudio de la presencia en las representaciones de los medios y el estudio del significado de esa presencia como casos independientes. Ello nos permitirá comparar estos hallazgos con los de las investigaciones que tan solo consideran uno de los dos parámetros y construir una tabla resumen para representar gráficamente todos los resultados (ver Tabla 2 en la página 126).

En esta tabla podemos comprobar que, globalmente, para los casos analizados el estudio de la representación mediática de la mujer en la información deportiva se ha centrado casi por igual en su presencia y en el sentido de esta. Concretamente el 47,1% de los casos (N=16) frente al 52,9% (N=18).

Si consideramos simultáneamente ambos parámetros de análisis (presencia y sentido de esta), aunque sea solo en parte, hasta en un 88,3% de los casos estudiados (N=30) se constata algún tipo de discriminación, siendo esta inequívoca en un 76,5% de ellos (N=26). En apenas un 11,8% de los casos de estudio (N=4) no se ha constatado discriminación en la representación femenina.

Si nos centramos en la representación de la mujer en términos de presencia exclusivamente observamos que hasta en un 87,5% de los casos (N=14) se constata discriminación, aunque sea solo en parte, siendo esta inequívoca en un 68,8% de los casos (N=11).

Si nos centramos en la representación de la mujer en términos de sentido de la presencia exclusivamente observamos que hasta en un 88,9% de los casos (N=16) se constata discriminación, aunque sea solo en parte, siendo esta inequívoca en más de un 80% de los casos (N=15).

La literatura revisada nos permite por tanto concluir que en términos generales la mujer se ve discriminada en su representación en la información deportiva en prensa, tanto en lo que respecta a su presencia como en lo que respecta al sentido de esta presencia.

**Tabla 2. Discriminación femenina en su representación en la información deportiva en medios impresos. Resumen de casos revisados**

Hallazgos en la representación de género femenina	Estudio de la representación femenina en la información deportiva		
	Presencia y/o presencia en elementos relevantes	Sentido de la presencia	Totales
Se constata discriminación	N=11	N=15	N= 26 (76,5 %)
Se constata discriminación solo en parte	N=3	N=1	N=4 (11,8 %)
No se constata discriminación	N=2	N=2	N=4 (11,8 %)
Totales	N=16 (47,1 %)	N=18 (52,9 %)	N=34 (100 %)



Tabla 3. Cuadro comparativo de las investigaciones sobre el estado de la cuestión<sup>6</sup>

Investigación	Tipo de investigación		Ámbito periodístico						Ámbito deportivo			Ámbito de representación del género				Confrontación de resultados con factores externos a la información publicada	Hallazgos sobre discriminación femenina	
	Enfoque metodológico	Características y período de estudio	Ámbito geográfico de la publicación	Cabeceras analizadas	Tipo de publicación	Difusión de la publicación	Temática	Público diana	Tipo de competición	Deporte	Nivel o categoría	Género como objeto de la información <sup>7</sup>			Género como productor de la información		En la presencia y/o en la presencia en elementos destacados	En el sentido de la presencia
												Presencia --- Selección	Presencia en elementos destacados --- Jerarquización	Sentido de la presencia --- Tratamiento				
Alexander (1994)	Cuantitativo	Transversal simple (período de duración de los eventos) --- Correlacional	Reino Unido	No especificado	Periódicos	No especificada	Generalista	No específico	Internacional (campeonatos mundiales 1991 y olimpiadas 1992)	Atletismo	Absoluta y/o profesional	Número de artículos y líneas escritas y fotografías de los artículos	Titulares	∅	∅	Número de participantes en los eventos y número de victorias (por sexo)	Sí	∅
Pirinen (1997)	Cualitativo	Transversal simple (1994 y 1995) --- Descriptiva	Finlandia	1 ( <i>Helsingin Sanomat</i> )	Periódico	Grande	Generalista	No específico	Cualquiera	Boxeo, saltos de esquí, lanzamiento de martillo, triple salto y salto de pértiga	Cualquiera	∅	∅	Discursos de trivialización o marginación e igualdad de oportunidades en artículos	∅	∅	Sí	
Wann et al. (1998)	Cuantitativo	Comparativa transversal (1 de septiembre 1993 a 28 febrero de 1994) --- Correlacional	Estados Unidos	3 (no especificadas)	Periódicos	Pequeña, mediana y grande (en relación al tipo de publicación)	Universitaria	Universitarios	Universitaria	Cualquiera	Universitaria	Número de artículos, líneas de texto y fotografías de los artículos	∅	∅	Número de autores	Estudiantes matriculados, número de primeros equipos y número de deportistas (por sexo)	Sí	∅
Curry et al. (2002)	Cuantitativo-cualitativo	Transversal simple (2000) --- Correlacional	Estados Unidos	Varias (no especificadas)	Revistas	Grande	Generalista	No específico (aunque se clasificaron según el perfil del género mayoritario de lectores)	Cualquiera	Cualquiera	Cualquiera	Número de imágenes relacionadas con el deporte <sup>8</sup>	∅	Imágenes de placer-participación, fuerza-rendimiento	∅	∅	Sí	Sí
Pedersen (2002)	Cuantitativo	Transversal simple (1999) --- Correlacional	Florida (Estados Unidos)	Varias (no especificadas)	Periódicos	Grande	Generalista	No específico	Cualquiera	Cualquiera	Instituto	Número de artículos, superficie de artículos y artículos con fotografía	Artículos en portada y páginas interiores	∅	∅	Matrícula escolar, tasas de participación deportiva y deportes ofertados)	Sí	∅

<sup>6</sup> En el cuadro el símbolo ∅ indica que la investigación no ha abordado este particular.

<sup>7</sup> Si no se especifica en nota al pie se entiende que se trata de información de carácter no publicitario. *Selección* y *jerarquización* aluden a los procesos del primer nivel de la Teoría del Establecimiento de la Agenda o *Agenda Setting*, mientras que *tratamiento* alude al segundo nivel de esta teoría (ver apartado 1.6).

<sup>8</sup> Analiza información tanto publicitaria como no publicitaria.

Investigación	Tipo de investigación		Ámbito periodístico						Ámbito deportivo			Ámbito de representación del género				Confrontación de resultados con factores externos a la información publicada	Hallazgos sobre discriminación femenina	
	Enfoque metodológico	Características y período de estudio	Ámbito geográfico de la publicación	Cabeceras analizadas	Tipo de publicación	Difusión de la publicación	Temática	Público diana	Tipo de competición	Deporte	Nivel o categoría	Género como objeto de la información <sup>7</sup>			Género como productor de la información		En la presencia y/o en la presencia en elementos destacados	En el sentido de la presencia
												Presencia --- Selección	Presencia en elementos destacados --- Jerarquización	Sentido de la presencia --- Tratamiento				
Pedersen y Whisenant (2002)	Cuantitativo	Comparativa transversal (1 año, período no especificado) --- Correlacional	Florida (Estados Unidos)	Varias (no especificadas)	Periódicos	Pequeña, mediana y grande	Generalista	No específico	Cualquiera	Cualquiera	Instituto	Número de fotografías no publicitarias	∅	∅	∅	Tamaño de la tirada de la publicación	En parte (en periódicos de gran tirada)	∅
Bishop (2003)	Cuantitativo-cualitativo	Comparativa longitudinal (años olímpicos entre 1980 y 1996) --- Correlacional	Estados Unidos	1 ( <i>Sports Illustrated</i> )	Revista	Grande	Deportiva	No específico	Internacional (olimpiadas entre 1980 y 1996)	Cualquiera	Absoluta y/o profesional	Número de artículos, número de páginas de los artículos y número de fotografías por artículo	∅	Deporte retratado y roles adoptados en las fotografías	∅	∅	Sí	Sí
Pedersen et al. (2003)	Cuantitativo	Transversal simple (2000) --- Correlacional	Florida (Estados Unidos)	Varias (no especificados; muestra representativa del estado)	Periódicos	Grande	Generalista	No específico	Cualquiera	Cualquiera	Instituto	Número de artículos y fotografías no publicitarias	∅	∅	Reporteros, fotógrafos y editores	Reporteros, fotógrafos y editores	Sí	∅
Buyse y Embser-Herbert (2004)	Cualitativo	Comparativa longitudinal (1989-90 y 1996-97) --- Correlacional	Estados Unidos	6 (no especificadas)	Guías de medios universitarias	No especificado	Universitaria	Universitarios	Universitarias	Baloncesto, béisbol o softball, gimnasia, golf y tenis	Universitaria	∅	∅	Lugar de retrato, actividad o pasividad y tema de fotografías no publicitarias	∅	∅	∅	Sí
Lynn et al. (2004)	Cualitativo	Comparativa transversal (primavera del 1999 al verano del 2000) --- Correlacional	Estados Unidos	3 ( <i>Sports Illustrated for Women, Shape y Women's Sport &amp; Fitness</i> )	Revistas	Grande	Deportiva	Mujeres	∅	Cualquiera	∅	∅	∅	Acción, tipo de deporte, categoría de deporte y producto anunciado en fotografías publicitarias <sup>9</sup>	∅	∅	∅	Sí

<sup>9</sup> Analiza exclusivamente información publicitaria.

Investigación	Tipo de investigación		Ámbito periodístico						Ámbito deportivo			Ámbito de representación del género				Confrontación de resultados con factores externos a la información publicada	Hallazgos sobre discriminación femenina	
	Enfoque metodológico	Características y período de estudio	Ámbito geográfico de la publicación	Cabeceras analizadas	Tipo de publicación	Difusión de la publicación	Temática	Público diana	Tipo de competición	Deporte	Nivel o categoría	Género como objeto de la información <sup>7</sup>			Género como productor de la información		En la presencia y/o en la presencia en elementos destacados	En el sentido de la presencia
												Presencia --- Selección	Presencia en elementos destacados --- Jerarquización	Sentido de la presencia --- Tratamiento				
Vincent (2004)	Cuantitativo-cualitativo	Transversal simple (período de disputa de Wimbledon) --- Correlacional	Reino Unido	3 ( <i>The Times</i> , <i>The Daily Mail</i> , <i>The Sun</i> )	Periódicos	Grande	Generalista	No específico	Internacional (Wimbledon 2000)	Tenis	Absoluta y/o profesional	Artículos y fotografías no publicitarias: Número de artículos, número de artículos acompañados de fotografía, número de fotografías, número de fotografías a color, superficie de las fotografías	Número de artículos y fotografías no publicitarias en portada y en portada de sección de deportes	Apariencia física, características psicológicas, condición atlética, rol familiar, raza, clase social, nacionalidad y descripciones ambivalentes, culturalmente estereotipadas, peyorativas u obscenas en titulares, adjetivos descriptivos y metáforas	∅	Ranking y resultados de los jugadores en el torneo	En parte (número de artículos acompañados por fotografía, ubicación de artículos y fotografías, superficie de las fotografías)	Sí
Brandt y Carstens (2005)	Cualitativo	Transversal simple (marzo del 2001 a febrero de 2004) --- Descriptiva	Sudáfrica	<i>SA Sports Illustrated</i>	Revista	Grande	Deportiva	No específico	Cualquiera	Cualquiera	Cualquiera	∅	∅	Técnicas de <i>framing</i> y categorías léxicas o campos semánticos en el retrato de las mujeres deportistas	∅	∅	∅	Sí
Capranica et al. (2005)	Cuantitativo	Comparativa transversal (período de los Juegos Olímpicos de Sydney 2010) --- Correlacional	Internacional (Bélgica, Dinamarca, Francia e Italia)	Varias (no especificadas)	Periódicos	No especificada	No especificada	No especificado	Internacional (Juegos Olímpicos de Sydney 2010)	Cualquiera	Absoluta y/o profesional	Número de artículos, superficie de los artículos, número y superficie de fotografías no publicitarias	Artículos en portada	∅	Número de deportistas participantes	NO	∅	
Hardin et al. (2005)	Cualitativo	Comparativa transversal (primavera de 1999 a verano de 2000) --- Correlacional	Estados Unidos	4 ( <i>Sports Illustrated for Women</i> , <i>Women's Sport and Fitness</i> , <i>Real Sports</i> y <i>Shape</i> )	Revistas	Grande	Deportiva	Mujeres	Cualquiera	Cualquiera	Cualquiera	∅	∅	Ángulo de cámara, movimiento, tipo y categoría de deporte y posiciones adoptadas por las mujeres ante la práctica deportiva	∅	∅	∅	En la revista <i>Shape</i>

Investigación	Tipo de investigación		Ámbito periodístico						Ámbito deportivo			Ámbito de representación del género				Confrontación de resultados con factores externos a la información publicada	Hallazgos sobre discriminación femenina	
	Enfoque metodológico	Características y período de estudio	Ámbito geográfico de la publicación	Cabeceras analizadas	Tipo de publicación	Difusión de la publicación	Temática	Público diana	Tipo de competición	Deporte	Nivel o categoría	Género como objeto de la información <sup>7</sup>			Género como productor de la información		En la presencia y/o en la presencia en elementos destacados	En el sentido de la presencia
												Presencia --- Selección	Presencia en elementos destacados --- Jerarquización	Sentido de la presencia --- Tratamiento				
Crolley y Teso (2007)	Cuantitativo-cualitativo	Transversal simple (período olímpico de Atenas 2004) --- Correlacional	España	2 ( <i>El País y Marca</i> )	Periódicos	Grande	Generalista ( <i>El País</i> ) y deportiva ( <i>Marca</i> )	No específico	Internacional (Juegos Olímpicos de Atenas 2004)	Cualquiera	Absoluta y/o profesional	Número de artículos, número de palabras, columnas y fotografías de los artículos	Número de titulares y subtítulos, tamaño de la fuente de los titulares, posición de los titulares, posición del artículo en la página, primera cita dentro del artículo	Distinciones asimétricas, uso diferenciado de vocabulario, enfoque sobre informaciones no deportivas, infantilización y trivialización de logros	∅	∅	Sí	Sí
Crossman et al. (2007)	Cuantitativo-cualitativo	Transversal simple (período del torneo Wimbledon 2004) --- Correlacional	Internacional (Reino Unido, Estados Unidos y Canadá)	3 ( <i>The Times, The New York Times y The Globe &amp; Mail</i> )	Periódicos	Grande	Generalista	No específico	Internacional (Torneo de Wimbledon 2004)	Tenis	Absoluta y/o profesional	Número y superficie de artículos y fotografías no publicitarias	Portada, contraportada, portada de la sección de deportes y páginas interiores de la sección de deportes	Tipo de movimiento en las fotografías	∅	∅	Sí	NO
King (2007)	Cuantitativo-cualitativo	Comparativa longitudinal (olimpiadas entre 1948 y 2004) --- Correlacional	Reino Unido	2 ( <i>The Times y Daily Mail</i> )	Periódicos	Grande	Generalista	No específico	Internacional (juegos olímpicos de 1948 a 2004)	Atletismo	Absoluta y/o profesional	Número de artículos y de fotografías no publicitarias	Titulares y contraportadas	Actitud atlética en las fotografías no publicitarias	Autores de los artículos	∅	Sí para el conjunto del período analizado, pero con tendencia a compensarse (no existiendo ya en Atenas 2004)	Sí
Serra y Burnett (2007)	Cuantitativo-cualitativo	Transversal simple (6 meses, entre abril y septiembre de 2004) --- Correlacional	Sudáfrica	3 ( <i>Beeld, The Sowetan y The Star</i> )	Periódico	Grande	Generalista	No específico	Cualquiera	Cualquiera	Cualquiera	Número y tamaño de artículos dirigidos al deporte y a los deportistas, número y tamaño de fotografías no publicitarias, número de referencias a logros atléticos y a promesas deportivas	Portada, contraportada, páginas interiores	Referencias a logros atléticos y a promesas deportivas y movimiento en las fotografías	Plantilla de los diarios	∅	Sí	Sí

Investigación	Tipo de investigación		Ámbito periodístico						Ámbito deportivo			Ámbito de representación del género				Confrontación de resultados con factores externos a la información publicada	Hallazgos sobre discriminación femenina		
	Enfoque metodológico	Características y período de estudio	Ámbito geográfico de la publicación	Cabeceras analizadas	Tipo de publicación	Difusión de la publicación	Temática	Público diana	Tipo de competición	Deporte	Nivel o categoría	Género como objeto de la información <sup>7</sup>			Género como productor de la información		En la presencia y/o en la presencia en elementos destacados	En el sentido de la presencia	
												Presencia --- Selección	Presencia en elementos destacados --- Jerarquización	Sentido de la presencia --- Tratamiento					
Wörsching (2007)	Cualitativo	Comparativa transversal (período no especificado) --- Descriptiva	Alemania	2 ( <i>Der Spiegel</i> y <i>Dav Panorama</i> )	Periódico ( <i>Der Spiegel</i> ) y revista ( <i>Dav Panorama</i> )	Grande en relación a su tipo respectivo	Generalista ( <i>Der Spiegel</i> ) y de deportes en el medio natural ( <i>Dav Panorama</i> )	No específico	∅	Montañismo y deportes de naturaleza	∅	∅	∅	∅	Discursos de género presentes en la publicidad <sup>10</sup>	∅	∅	∅	SÍ
MacKay y Dallaire (2009)	Cuantitativo-cualitativo	Transversal simple (2004 y 2005) --- Correlacional	Canadá	2 ( <i>Fulcrum</i> y <i>La Rotonde</i> )	Periódico	No especificado	Universitaria	Universitarios	Cualquiera	Cualquiera	Universitaria	Número de artículos y número de palabras en ellos, número de fotografías no publicitarias	Portada	Uso del género en la citación, referencias a la heterosexualidad, énfasis sobre estereotipos, mención de características no deportivas, ambivalencia informativa y acción en las fotografías no publicitarias	∅	Número de partidos y ratio de victorias/derrotas	NO	NO	
Apostolis y Giles (2011)	Cualitativo	Transversal simple (2008) --- Descriptiva	Estados Unidos	1 ( <i>Golf Digest</i> )	Revista	Grande	Golf	No específico	Cualquiera	Golf	Cualquiera	∅	∅	Discursos de género en textos	∅	∅	∅	SÍ	
Galily et al. (2011)	Cuantitativo-cualitativo	Comparativa longitudinal (olimpiadas de 1996 a 2004) --- Correlacional	Israel	1 ( <i>Yediot Ahronot</i> )	Suplemento deportivo	Grande	Deportiva	No específico	Internacional (juegos olímpicos desde 1996 hasta 2004)	Cualquiera	Absoluta y/o profesional	Número de artículos, número de palabras por artículo, número de fotografías por artículo, superficie de las fotografías y superficie de la fotografía principal	Tamaño de la fuente de los titulares, número de palabras por titular y número de palabras por subtítulo	Contexto de aparición, presentación biográfica, caracterización de los deportistas, etc.	∅	∅	SÍ	SÍ	

<sup>10</sup> Analiza exclusivamente información publicitaria.

Investigación	Tipo de investigación		Ámbito periodístico						Ámbito deportivo			Ámbito de representación del género				Confrontación de resultados con factores externos a la información publicada	Hallazgos sobre discriminación femenina	
	Enfoque metodológico	Características y período de estudio	Ámbito geográfico de la publicación	Cabeceras analizadas	Tipo de publicación	Difusión de la publicación	Temática	Público diana	Tipo de competición	Deporte	Nivel o categoría	Género como objeto de la información <sup>7</sup>			Género como productor de la información		En la presencia y/o en la presencia en elementos destacados	En el sentido de la presencia
												Presencia --- Selección	Presencia en elementos destacados --- Jerarquización	Sentido de la presencia --- Tratamiento				
Wanneberg (2011)	Cualitativo	Comparativa longitudinal (Períodos de 1960-1970, 1980-1990, 2000-2011) --- Descriptiva	Suecia	4 ( <i>Dagens Nyheter</i> , <i>Expressen</i> , <i>Aftonbladet</i> y <i>Svensk Idrott</i> )	Periódicos ( <i>Dagens Nyheter</i> , <i>Expressen</i> y <i>Aftonbladet</i> ) y revista ( <i>Svensk Idrott</i> )	Grande	Generalista ( <i>Dagens Nyheter</i> , <i>Expressen</i> y <i>Aftonbladet</i> ) y deportiva ( <i>Svensk Idrott</i> )	No específico	Internacional (Juegos Olímpicos de verano e invierno y Campeonatos del Mundo de Fútbol)	Cualquiera	Absoluta y/o profesional	∅	∅	Representación de mujeres y hombres deportistas, adjetivos y nombres utilizados, poses en las imágenes, vocabulario con connotaciones sexuales, metáforas o ambigüedades sexuales, ironía	Reporteros	∅	∅	Sí
Weber y Carini (2013)	Cuantitativo-cualitativo	Comparativa longitudinal cuantitativa (período 1954-1965 frente a período 2000-2011). Transversal simple cualitativa (período 2000-2011) --- Correlacional	Estados Unidos	1 ( <i>Sports Illustrated</i> )	Revista	Grande	Deportiva	No específico	Cualquiera	Cualquiera	Cualquiera	Número de mujeres en las fotografías de la portada	Fotografías de mujeres en portada	Protagonismo en las fotografías, promoción de deportes considerados socialmente neutros desde una perspectiva de género, cosificación sexual de la mujer, retrato de mujeres no deportistas	∅	∅	Sí	Sí

## **1.6 La Teoría del Establecimiento de la Agenda (*Agenda Setting*) como Marco Conceptual para la Identificación de Mecanismos Discriminatorios en las Representaciones de la Mujer en la Información Deportiva en Prensa<sup>11</sup>**

Esta investigación, además de por los trabajos precedentes centrados en el mismo ámbito, revisados en el apartado anterior, se ha visto influenciada por la Teoría del Establecimiento de la Agenda (*Agenda Setting*) como referente teórico principal.

En este apartado se aludirá a los planteamientos más relevantes de esta teoría. Estos se utilizarán como marco conceptual para la clasificación de indicadores para el estudio de la discriminación de la mujer en las representaciones mediáticas impresas centradas en el ámbito deportivo. Estos indicadores, identificados en la revisión del estado de la cuestión, se articulan en una taxonomía basada en los postulados de la *Agenda Setting* y se relacionan con los finalmente escogidos en el diseño de la presente investigación.

### **1.6.1 La Teoría del Establecimiento de la Agenda (*Agenda Setting*)**

La Teoría del Establecimiento de la Agenda se encontraría enmarcada bajo el *paradigma de los efectos poderosos bajo condiciones limitadas*, uno de los más influyentes en la investigación en comunicación social en la actualidad (Igartua & Humanes, 2004) (ver apartado 1.4.2).

La *Agenda Setting* parte de la hipótesis general de que los medios de comunicación, con su específica cobertura de las noticias, ocasionan que la opinión pública tienda a considerar ciertos problemas como más importantes que otros. El poder de los medios estribaría no ya en persuadir a los receptores de sus mensajes, sino en condicionar la comprensión de la realidad social de las audiencias, incrementando la saliencia pública de ciertos temas entre el público y proporcionándole ideas, marcos y encuadres conceptuales para la interpretación de esta realidad. Así, los medios fijarían por una parte la *agenda de la opinión pública*, y por otra dictarían de forma implícita al público *una forma de pensar* (Igartua & Humanes, 2004).

La influencia mediática según la *Agenda Setting* operaría en dos niveles. El primer nivel abarcaría la *selección y jerarquización* de la información publicada, mientras que el segundo aludiría al *tratamiento* de la misma (Igartua & Humanes, 2004).

Es evidente que los medios no pueden abarcar en sus representaciones la totalidad de la realidad. La elaboración de los contenidos mediáticos parte por lo tanto de una

---

<sup>11</sup> El anglicismo *Agenda Setting* se emplea con frecuencia en este documento tanto por economía de lenguaje como por su gran difusión en el ámbito académico.

selección de la información. Los *gatekeepers* o guardametas serían aquellos individuos o grupos que en el seno de las organizaciones mediáticas tendrían el poder de decisión para facilitar o impedir la difusión de las informaciones. Las decisiones de los *gatekeepers*, más que sustentarse en decisiones subjetivas individuales, atienden a un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos. Estos criterios aludirían al *valor noticioso* de las informaciones, concepto más o menos compartido por los profesionales de la comunicación que contempla características y/o reglas prácticas de selección de las noticias tales como: objetividad; novedad; actualidad; consonancia, relevancia y proximidad local e ideológica; desviación y negatividad; valor narrativo (Igartua & Humanes, 2004).

Una vez seleccionados, los contenidos mediáticos serían jerarquizados, realizando entre unos sobre otros. Esta jerarquización se llevaría a cabo fundamentalmente a través de dos mecanismos: la ubicación de ciertas informaciones en lugares privilegiados y la dedicación de mayor tiempo o espacio de cobertura a unas informaciones en detrimento de otras (Igartua & Humanes, 2004).

La selección y jerarquización de los contenidos por parte de los medios contribuiría a la formación de una *agenda mediática*, es decir, la determinación de un conjunto de temas informativos que son importantes para ellos. La opinión pública, por su parte, también tendría su propia *agenda pública* o conjunto de temas que en un momento dado son considerados socialmente relevantes. La investigación en comunicación social ha demostrado que existe una elevada correspondencia entre la *agenda mediática* y la *agenda pública*. Además, estudios longitudinales han permitido comprobar el carácter causal de esta correspondencia, poniendo de manifiesto que es la *agenda mediática* la que acaba trasladándose a la *agenda pública*, y no viceversa. Es decir, aquello que los medios consideran importante acaba siendo considerado importante también por la opinión pública (Igartua & Humanes, 2004).

El segundo nivel de la *Agenda Setting* abarcaría el *tratamiento* que se hace de la información previamente seleccionada y jerarquizada. Este *tratamiento*

supone decidir cuál será el foco principal de la historia, e implica encuadrar los hechos utilizando un ángulo determinado, una perspectiva concreta o una idea organizadora central. Una información no es un conjunto aleatorio de hechos, sino que más bien se debería hablar de historias informativas que poseen un tema organizador que encuadra los hechos. Así, cuando se alude al concepto de “encuadre noticioso” (*news frame*) se está haciendo referencia a la manera en que el comunicador enfoca un tema, fija una agenda de atributos y utiliza un ángulo determinado (Igartua & Humanes, 2004, p. 256).



Para comprender el concepto de encuadre noticioso se recurre con frecuencia al marco de una pintura o fotografía (*picture frame*), que “aislaría cierto material” y “centraría la atención” sobre el objeto representado. La realidad aislada

tiene una configuración particular en la que están implícitos procesos de selección (qué se retrata), *énfasis* (cómo y con cuánto detalle se retrata), *exclusión* (de otras realidades que no aparecen representadas) y *elaboración* (la combinación o composición de los elementos) (Igartua & Humanes, 2004, p. 255).

Experimentalmente se ha demostrado que el encuadre mediático tiene influencia sobre las audiencias, lo que se conoce como efecto *framing* (*framing effect*). Así, sutiles alteraciones en la definición mediática de un problema causarían cambios en las opiniones y actitudes que el público receptor desarrolla sobre este. El análisis de los encuadres noticiosos ha alcanzado un grado de desarrollo tal que algunos autores consideran que el segundo nivel de la *Agenda Setting* debería convertirse en un área de investigación con entidad propia (Teoría del *Framing*) (Igartua & Humanes, 2004).

### **1.6.2 Niveles de la *Agenda Setting* y mecanismos discriminatorios en las representaciones mediáticas de las mujeres en la prensa de carácter deportivo**

La perspectiva teórica de la *Agenda Setting* cuenta con un ingente desarrollo teórico, metodológico y empírico, y ha sido aplicada en diversos ámbitos de contenido mediático, siendo quizá el campo de la evaluación de los candidatos políticos uno de los más relevantes (Igartua & Humanes, 2004). También ha sido referente para estudiar las representaciones mediáticas de la mujer en los medios de comunicación (sirva de ejemplo la investigación de Angelini y Billings, 2010).

Aunque ninguna de las investigaciones revisadas para dilucidar el estado de la cuestión del tema de la presente investigación cita explícitamente la Teoría del Establecimiento de la Agenda como referente teórico directo, no resulta difícil identificar en ellas indicadores y variables objeto de análisis que tendrían un buen encaje dentro de los postulados de este enfoque.

En el análisis comparativo del apartado 1.5.2, en lo concerniente al ámbito de la representación de género estudiado por las investigaciones revisadas, se afirma que estas se interesan por el género como objeto de la información en términos de “presencia”, “presencia en elementos destacados” y/o “sentido de la presencia” (para una mayor claridad consúltese la Tabla 3 en la página 127).

Así, las investigaciones que se han interesado por la constatación de diferencias entre los géneros en las representaciones en términos de “presencia” estarían aludiendo implícitamente a los procesos de *selección* del primer nivel de la *Agenda Setting*.

Aquellas investigaciones que se han interesado por la constatación de diferencias entre los géneros en las representaciones en términos de “presencia en elementos destacados” estarían aludiendo implícitamente a los procesos de *jerarquización* del primer nivel de la *Agenda Setting*.

Por último, aquellas investigaciones que se han interesado por la constatación de diferencias entre los géneros en las representaciones en términos de “sentido de la presencia” estarían aludiendo implícitamente al *tratamiento* de la información, es decir, al análisis de los encuadres noticiosos que constituye el segundo nivel de la *Agenda Setting*.

Ahora bien, ¿por qué analizar estas variables o indicadores?, ¿qué consecuencias, desde el punto de vista de la Teoría del Establecimiento de la Agenda, tendría una infrarrepresentación y/o una representación estereotipada de las mujeres en la prensa de carácter deportivo?

Contemplándolo desde la perspectiva de la *Agenda Setting*, la constatación a través de la investigación de la infrarrepresentación y/o representación estereotipada de la mujer en el ámbito de la prensa de carácter deportivo cobraría sentido por dos motivos. El primero sería la capacidad que los medios tienen para influir en la *agenda pública*, es decir, la capacidad de los medios para fijar entre los receptores el conjunto de temas que en un momento dado son socialmente relevantes. El segundo sería el poder que los medios poseen para condicionar en las audiencias los marcos conceptuales a través de los cuales los individuos aprehendemos e interpretamos la realidad.

De este modo, una infrarrepresentación en la cobertura mediática de la mujer en la información deportiva en la prensa, que abarcaría tanto el convertirla en menor grado que al hombre como objeto de información (*selección*), como el situarla con menor frecuencia en espacios periodísticamente destacados (*jerarquización*), se traduciría en una menor consideración entre el público tanto de la mujer deportista como del deporte femenino (primer nivel de la *Agenda Setting*). Dicho de otro modo, si el deporte femenino y sus participantes no son importantes para los medios tampoco lo serán para el público; si el deporte femenino y sus participantes no forman parte de la *agenda mediática* tampoco formarán parte de la *agenda pública*.

Por otra parte, el modo en que, cuando aparece, la mujer es retratada en la información deportiva de la prensa (*tratamiento*), condicionará a su vez entre los lectores la configuración de determinados marcos de interpretación de la realidad (segundo nivel de la *Agenda Setting*). Representaciones estereotipadas de la mujer, resonantes con los modelos de masculinidad y feminidad socialmente más tradicionales y limitantes para la mujer, podrán configurar entre las audiencias formas de interpretación de la realidad acordes a estos modelos, dificultando así el avance

hacia escenarios sociales más justos desde una perspectiva de género en el ámbito deportivo (ver apartado 1.2.3). De este modo: si las informaciones sobre las deportistas se centran en sus atributos físicos en lugar de su rendimiento deportivo, los lectores tenderán a juzgarlas e interpretarlas en primer lugar en términos de belleza; si la información sobre las mujeres se enfoca sobre sus estatus vicario o relaciones familiares, el público podría aprender de forma inconsciente a valorar y juzgar a las mujeres más fácilmente en función de estos parámetros, en vez de por otros relacionados con el fenómeno deportivo; si las mujeres deportistas son sistemáticamente descritas como emocionalmente inestables, los lectores podrían encontrarse más predispuestos a detectar esos rasgos en ellas; etc.

Desde la perspectiva teórica de la *Agenda Setting* parece por lo tanto justificado el corpus de investigación académica que pretende, desde distintas opciones metodológicas, constatar, en la información deportiva en medios impresos, tanto la infrarrepresentación de la mujer como su representación estereotipada, dadas las repercusiones que estos aspectos pueden tener sobre el público lector.

Las investigaciones revisadas tratan de constatar la discriminación en la representación mediática de la mujer a través del análisis de indicadores/variables que permitan: poner de manifiesto su infrarrepresentación, en general y/o en ubicaciones periodísticas destacadas (primer nivel de la *Agenda Setting*); y/o mostrar que las mujeres son retratadas de un modo estereotipado congruente con un modelo social patriarcal (segundo nivel de la *Agenda Setting*).

En la Tabla 4 (p. 140), aparecen sintetizados los indicadores/variables que han sido estudiados en relación al género en las investigaciones revisadas para la elaboración del apartado 1.5, sobre el estado de la cuestión. Estos indicadores/variables aparecen ordenados según los distintos niveles y procesos de la Teoría del Establecimiento de la Agenda o *Agenda Setting*, equivalentes a los ámbitos de la representación del género como objeto de la información que se ha llevado a cabo en el análisis comparativo del apartado 1.5.2. Los indicadores/variables además aparecen ordenados en orden decreciente de utilización, y, en caso de paridad en este apartado, clasificados alfabéticamente. Por último en la tabla se destacan aquellos indicadores/variables que, utilizados por otros investigadores, también han sido objeto de análisis en la presente investigación.

Si nos remitimos al proceso de *selección* de la información, del primer nivel de la *Agenda Setting*, se observa que los indicadores más utilizados son el *número de artículos* y el *número de fotografías* (11 casos para ambos). Con menor frecuencia se utiliza la *superficie de los artículos*, la *superficie de las fotografías* y el *número de palabras* (4 casos los dos primeros; 3 casos el tercero). También son utilizados el *número de artículos con fotografías*, el *número de líneas*, el *número de columnas*, el

*número de fotografías a color, el número de fotografías en portada, el número de fotografías por artículo, el número de páginas de los artículos, el número de palabras por título, el número de palabras por subtítulo, el número de referencias a logros atléticos y el número de referencias a promesas atléticas (en dos ocasiones los dos primeros; en una ocasión el resto).*

Si nos remitimos al proceso de *jerarquización* de la información, del primer nivel de la *Agenda Setting*, se observa que los indicadores más utilizados son el *número de artículos en portada* y el *número de fotografías en portada* (con 5 casos ambos). Con menor frecuencia se han utilizado el *número de artículos en contraportada*, el *número de fotografías en contraportada*, el *número de titulares*, el *número de artículos en páginas interiores*, el *número de artículos en portada de sección de deportes*, el *número de fotografías en portada de sección de deportes*, y el *tamaño de la fuente de los titulares* (utilizados en tres ocasiones los tres primeros y en dos ocasiones el resto). Por último, en un caso cada uno de ellos, también se han utilizado los siguientes indicadores: *número de artículos en páginas interiores de sección de deportes*, *número de fotografías en páginas interiores*, *número de fotografías en páginas interiores de la sección de deportes*, *número de palabras por subtítulo*, *número de palabras por titular*, *número de subtítulos*, *posición prominente de los titulares en la página*, *posición prominente del artículo en la página y primera cita dentro del artículo*.

Si nos remitimos al proceso de *tratamiento* de la información, es decir, al segundo nivel de la *Agenda Setting*, nos encontramos que el indicador más utilizado (en 8 ocasiones cada uno) es la *actividad o pasividad en las fotografías*. En menor medida (2 ocasiones cada uno) se han utilizado los siguientes: *caracterización de los deportistas*, *categoría de deporte en las fotografías*, *descripciones ambivalentes de los deportistas*, *discursos de género*, *enfoque de la información sobre aspectos extradeportivos de los deportistas en general*, *nominaciones asimétricas entre mujeres y hombres deportistas*, *tipo de deporte en las fotografías* y *uso diferenciado de vocabulario en función del sexo del deportista*. En una ocasión se han utilizado los siguientes indicadores/variables: *ángulo de cámara*, *aparición física de los deportistas*, *características psicológicas de los deportistas*, *categorías léxicas o campos semánticos en la descripción de los deportistas*, *clase social de los deportistas*, *condición atlética de los deportistas*, *contexto de aparición de los deportistas*, *cosificación sexual de la mujer*, *deporte representado en las fotografías*, *descripciones de los deportistas culturalmente estereotipadas*, *descripciones de los deportistas obscenas*, *descripciones de los deportistas peyorativas*, *discursos de igualdad de oportunidades para las mujeres*, *discursos de trivialización o marginación de las mujeres*, *énfasis sobre estereotipos*, *imágenes de placer-participación frente a imágenes de fuerza-rendimiento*, *infantilización y/o trivialización de los logros de las deportistas femeninas*, *ironía*, *lugar de retrato en las fotografías*, *metáforas o ambigüedades sexuales*,

*nacionalidad de los deportistas, nominaciones asimétricas entre los eventos deportivos de deportistas de distinto sexo, posiciones adoptadas por las mujeres ante la práctica deportiva, presentación biográfica, producto anunciado en las fotografías, promoción de deportes considerados socialmente neutros desde una perspectiva de género, protagonismo en las fotografías, raza de los deportistas, referencias a la heterosexualidad, referencias a logros atléticos, referencias a promesas deportivas, retrato de mujeres no deportistas, rol familiar de los deportistas, roles adoptados en las fotografías, técnicas de framing, tema de las fotografías y vocabulario con connotaciones sexuales.*

En relación al estudio del “sentido de las representaciones” mediáticas de género en la información de carácter deportivo en prensa (*tratamiento* de la información, segundo nivel de la *Agenda Setting*), puede observarse una enorme variedad de indicadores/variables. Esta es consecuencia lógica del enfoque metodológico habitualmente utilizado para investigar este tipo de representaciones de género: cualitativo y conducido de manera relativamente libre, sin obtener registros de datos sobre sistemas categoriales predefinidos, lo que dificulta la obtención de indicadores/variables unificados.

A este respecto resulta llamativo que la *actividad o pasividad en las fotografías* sea el indicador/variable más utilizado. Es este un indicador que, a pesar de utilizarse desde un enfoque metodológico cualitativo, se analiza mediante técnicas de análisis de contenido (cuantitativas). Ello le confiere un carácter más objetivo, lo que ha permitido identificarlo en un mayor número de investigaciones.

No obstante todo lo anterior podría afirmarse, de manera un tanto abstracta, que las investigaciones que se han preocupado por estudiar el *tratamiento* diferencial de la información sobre mujeres y hombres deportistas han perseguido, de un modo u otro, constatar la presencia de estereotipos de género socialmente establecidos en los contenidos mediáticos analizados.

Tabla 4. Indicadores/variables estudiados para la constatación de discriminación en las representaciones mediáticas de la mujer en la prensa deportiva organizados a partir de los niveles de la Agenda Setting

Nivel de la Agenda Setting	Proceso del nivel de la Agenda Setting --- Ámbito de la representación del género en el análisis comparativo (apartado 1.5.2)	Número de investigaciones revisadas que lo utilizan	Indicador o variable estudiada en relación al género <sup>12</sup>	Investigaciones que consideran este indicador o variable
Primer nivel	Selección de la información --- "Presencia"	11	Número de artículos <sup>13</sup>	Bishop (2003); Capranica et al. (2005); Crossman et al. (2007); Galily et al. (2011); King (2007); MacKay y Dallaire (2009); Pedersen (2002); Pedersen et al. (2003); Serra y Burnett (2007); Vincent (2004); Wann et al. (1998)
		11	Número de fotografías	Alexander (1994); Capranica et al. (2005); Crossman et al. (2007); Curry et al. (2002); King (2007); MacKay y Dallaire (2009); Pedersen y Whisenant (2002); Pedersen et al. (2003); Serra y Burnett (2007); Vincent (2004); Wann et al. (1998)
		4	Superficie de los artículos <sup>14</sup>	Capranica et al. (2005); Crossman et al. (2007); Pedersen (2002); Serra Y Burnett (2007)
		4	Superficie de las fotografías	Capranica et al. (2005); Galily et al. (2011); Serra y Burnett (2007); Vincent (2004)
		3	Número de palabras	Crolley y Teso (2007); Galily et al. (2011); MacKay y Dallaire (2009)
		2	Número de artículos con fotografías <sup>15</sup>	Pedersen (2002); Vincent (2004)

<sup>12</sup> Aquellos que aparecen destacados han sido considerados como variable de estudio en la presente investigación. Indicadores con pequeñas variaciones entre investigaciones han sido agrupados. En lo que respecta al segundo nivel de la Agenda Setting (tratamiento), al haber utilizado los investigadores indicadores muy variados y con diferentes grados de abstracción, esta agrupación resulta más compleja. Es por ello que en ocasiones se han identificado de forma diferenciada indicadores o variables de estudio que pueden tener puntos en común.

<sup>13</sup> El equivalente en esta investigación sería el número de unidades informativas (ver apartado 2.3).

<sup>14</sup> El equivalente en esta investigación sería la superficie de la unidad informativa (ver apartado 2.3).

<sup>15</sup> En esta investigación no existe como tal una variable dicotómica que recoja si un artículo (aquí unidad informativa) contiene o no fotografías. Sin embargo, la variable número de fotografías en la unidad informativa recoge el número de ellas que cada una de estas unidades de análisis alberga, información esta que no solo contiene sino que trasciende la del indicador número de artículos con fotografías.

Nivel de la <i>Agenda Setting</i>	Proceso del nivel de la <i>Agenda Setting</i> --- Ámbito de la representación del género en el análisis comparativo (apartado 1.5.2)	Número de investigaciones revisadas que lo utilizan	Indicador o variable estudiada en relación al género <sup>12</sup>	Investigaciones que consideran este indicador o variable
		2	Número de líneas <sup>16</sup>	Alexander (1994); Wann et al. (1998)
		1	Número de columnas	Crolley y Teso (2007)
		1	Número de fotografías a color	Vincent (2004)
		1	Número de fotografías en portada <sup>17</sup>	Weber y Carini (2013)
		1	Número de fotografías por artículo <sup>18</sup>	Galily et al. (2011)
		1	Número de páginas de los artículos <sup>19</sup>	Bishop (2003)
		1	Número de palabras por título	Galily et al. (2011)
		1	Número de palabras por subtítulo	Galily et al. (2011)
		1	Número de referencias a logros atléticos	Serra y Burnett (2007)
		1	Número de referencias a promesas atléticas	Serra y Burnett (2007)

<sup>16</sup> Aquellos indicadores que pretenden medir la cantidad de cobertura en términos cuantitativos (número de líneas, número de columnas, superficie, etc.), dentro del primer nivel de la *Agenda Setting*, podrían clasificarse tanto bajo el proceso de *selección* como el de *jerarquización*, pues la presencia en la información indefectiblemente requiere de la asignación de un espacio y a su vez la cantidad de espacio otorgada determina una jerarquización de la cobertura (cuanto más importante es un elemento mayor espacio se le asigna). Aquí se ha optado por incluirlos dentro del proceso de *selección*. Ver nota 4 en la página 118.

<sup>17</sup> Weber y Carini (2013) toman como *unidad de recogida de datos* las portadas, no las publicaciones completas. Este *número de fotografías en portada* debe entenderse por tanto en términos absolutos y no relativos. Es decir, no se estudia el porcentaje de fotografías dedicadas a un sexo que se sitúan en la portada sobre el total de las fotografías dedicadas a ese sexo en el conjunto de la publicación. Ese es el motivo de que este indicador, para esta investigación, haya sido incluido en el proceso de *selección* y no en el de *jerarquización* del primer nivel de la *Agenda Setting*.

<sup>18</sup> El equivalente en esta investigación sería el *número de fotografías* de la *unidad informativa* (ver apartado 2.3).

<sup>19</sup> Ídem que nota al pie 16. El equivalente en esta investigación sería la variable *número de páginas* de la *unidad informativa* (ver apartado 2.3).

Nivel de la <i>Agenda Setting</i>	Proceso del nivel de la <i>Agenda Setting</i> --- Ámbito de la representación del género en el análisis comparativo (apartado 1.5.2)	Número de investigaciones revisadas que lo utilizan	Indicador o variable estudiada en relación al género <sup>12</sup>	Investigaciones que consideran este indicador o variable
	Jerarquización de la información --- "Presencia en elementos destacados"	6	Número de artículos en portada <sup>20</sup>	Capranica et al. (2005); Crossman et al. (2007); MacKay y Dallaire (2009); Serra y Burnett (2007); Vincent (2004)
		5	Número de fotografías en portada	Crossman et al. (2007); MacKay y Dallaire (2009); Serra y Burnett (2007); Vincent (2004); Weber y Carini (2013)
		3	Número de artículos en contraportada <sup>21</sup>	Crossman et al. (2007); King (2007); Serra y Burnett (2007)
		3	Número de fotografías en contraportada	Crossman et al. (2007); King (2007); Serra y Burnett (2007)
		3	Número de titulares <sup>22</sup>	Alexander (1994); Crolley y Teso (2007); King (2007)
		2	Número de artículos en páginas interiores <sup>23</sup>	Alexander (1994); Serra y Burnett (2007)
		2	Número de artículos en portada de sección de deportes	Crossman et al. (2007); Vincent (2004)
		2	Número de fotografías en portada de sección de deportes	Crossman et al. (2007); Vincent (2004)
		2	Tamaño de la fuente de los titulares	Crolley y Teso, 2007; Galily et al. (2011)
		1	Número de artículos en páginas interiores de sección de deportes	Crossman et al. (2007)
1	Número de fotografías en páginas interiores <sup>24</sup>	Serra y Burnett (2007)		

<sup>20</sup> El equivalente en esta investigación sería el número de *unidades informativas* en portada (ver apartado 2.3).

<sup>21</sup> El equivalente en esta investigación sería la variable contraportada de las *unidades informativas* (ver apartado 2.3).

<sup>22</sup> El equivalente en esta investigación sería el elemento *título* de la *unidad informativa* (ver apartado 2.3).

<sup>23</sup> En esta investigación se analiza cuáles *unidades informativas* (el equivalente a los artículos en otras investigaciones) se encuentran en portada y en contraportada. Por eliminación todas aquellas que no se ubican en esas posiciones lo harán en las páginas interiores, por lo que puede decirse que también se analiza este aspecto, aunque no se contemple una variable específica para ello (ver apartado 2.3).

<sup>24</sup> Ídem que nota al pie 23 pero en lo que respecta a las *fotografías* como unidad de análisis.



Nivel de la <i>Agenda Setting</i>	Proceso del nivel de la <i>Agenda Setting</i> --- Ámbito de la representación del género en el análisis comparativo (apartado 1.5.2)	Número de investigaciones revisadas que lo utilizan	Indicador o variable estudiada en relación al género <sup>12</sup>	Investigaciones que consideran este indicador o variable
		1	<i>Número de fotografías en páginas interiores de la sección de deportes</i>	Crossman et al. (2007)
		1	<i>Número de palabras por subtítular</i>	Galily et al. (2011)
		1	<i>Número de palabras por titular</i>	Galily et al. (2011)
		1	<b>Número de subtítulos</b>	Crolley y Teso (2007)
		1	<b>Posición prominente de los titulares en la página<sup>25</sup></b>	Crolley y Teso (2007)
		1	<b>Posición prominente del artículo en la página<sup>26</sup></b>	Crolley y Teso (2007)
		1	<b>Primera cita dentro del artículo<sup>27</sup></b>	Crolley y Teso (2007)
Segundo nivel	Tratamiento de la información --- "Sentido de la presencia"	8	<i>Actividad o pasividad en las fotografías</i>	Buisse y Embser-Herbert (2004); Crossman et al. (2007); Hardin et al. (2005); King (2007); Lynn et al. (2004); MacKay y Dallaire (2009); Serra y Burnett (2007); Wanneberg (2011)
		2	<i>Caracterización de los deportistas</i>	Galily et al. (2011); (Wanneberg (2011)
		2	<i>Categoría de deporte en las fotografías<sup>28</sup></i>	Hardin et al. (2005); Lynn et al. (2004)
		2	<i>Descripciones ambivalentes de los deportistas</i>	MacKay y Dallaire (2009); Vincent (2004)

<sup>25</sup> Crolley y Teso (2007) aluden en su informe de investigación a "posiciones prominentes" de distintos elementos periodísticos, incluidos los titulares, aunque no definen claramente cuáles son estas. Un gran número de variables en esta investigación, para el equivalente a los artículos (*unidades informativas*), aludirían a este concepto tan general: *portada, contraportada, portada completa, contraportada completa, página impar, página completa, doble página, doble página completa, cuadrante de inicio y hemisección vertical*. Dado que la posición de los titulares es concomitante a la de los artículos podría afirmarse que esta investigación implícitamente también estudia este aspecto (ver apartado 2.3).

<sup>26</sup> Ídem que nota al pie 25.

<sup>27</sup> La presente investigación, para codificar las *unidades informativas* (equivalentes a los artículos) como masculinas o femeninas, establece una jerarquía en los elementos que las componen y considera el sexo de las primeras personas citadas a través de ella para la codificación. Puede afirmarse por lo tanto que la presente investigación tiene en cuenta este indicador.

<sup>28</sup> Las *categorías de deporte* en Lynn, Hardin y Walsdorf (2004) serían: ninguno, de fuerza, de alto riesgo, estético, neutral. Por su parte en Hardin, Lynn y Walsdorf (2005) serían: estético, de fuerza, de alto riesgo o neutral.

Nivel de la Agenda Setting	Proceso del nivel de la Agenda Setting --- Ámbito de la representación del género en el análisis comparativo (apartado 1.5.2)	Número de investigaciones revisadas que lo utilizan	Indicador o variable estudiada en relación al género <sup>12</sup>	Investigaciones que consideran este indicador o variable
		2	<i>Discursos de género</i> <sup>29</sup>	Apostolis y Giles (2011); Wörsching (2007)
		2	<i>Enfoque de la información sobre aspectos extradeportivos de los deportistas en general</i>	Crolley y Teso (2007); MacKay y Dallaire (2009)
		2	<i>Nominaciones asimétricas entre mujeres y hombres deportistas</i>	Crolley y Teso (2007); MacKay y Dallaire (2009)
		2	<i>Tipo de deporte en las fotografías</i> <sup>30</sup>	Hardin et al. (2005); Lynn et al. (2004)
		2	<i>Uso diferenciado de vocabulario en función del sexo del deportista</i> <sup>31</sup>	Crolley y Teso (2007); Wanneberg (2011)
		1	<i>Ángulo de cámara</i>	Hardin et al. (2005)
		1	<i>Apariencia física de los deportistas</i>	Vincent (2004)
		1	<i>Características psicológicas de los deportistas</i>	Vincent (2004)
		1	<i>Categorías léxicas o campos semánticos en la descripción de los deportistas</i> <sup>32</sup>	Daniel y Bridges (2010)
		1	<i>Clase social de los deportistas</i> <sup>33</sup>	Vincent (2004)
		1	<i>Condición atlética de los deportistas</i>	Vincent (2004)
		1	<i>Contexto de aparición de los deportistas</i>	Galily et al. (2011)
		1	<i>Cosificación sexual de la mujer</i>	Weber y Carini (2013)
		1	<b>Deporte representado en las fotografías</b>	Bishop (2003)

<sup>29</sup> Las investigaciones asociadas a este indicador son de carácter cualitativo-interpretativo, se mueven en niveles de abstracción bastante elevados y conducen por lo tanto análisis para constatar diferencias en las representaciones de género de un modo muy genérico.

<sup>30</sup> Los *tipos de deporte* en Lynn et al. (2004) serían: ninguno, individual, de equipo. Por su parte en Hardin et al. (2005) solo se distingue entre individual o de equipo.

<sup>31</sup> Aunque se ha introducido como un indicador independiente tiene mucha relación con el de *categorías léxicas o campos semánticos en la descripción de los deportistas*.

<sup>32</sup> En el caso de Brandt y Carstens (2005) esta descripción se centra exclusivamente sobre las mujeres.

<sup>33</sup> Ídem nota al pie 35 (p. 146).

Nivel de la Agenda Setting	Proceso del nivel de la Agenda Setting --- Ámbito de la representación del género en el análisis comparativo (apartado 1.5.2)	Número de investigaciones revisadas que lo utilizan	Indicador o variable estudiada en relación al género <sup>12</sup>	Investigaciones que consideran este indicador o variable
		1	<i>Descripciones de los deportistas culturalmente estereotipadas</i>	Vincent (2004)
		1	<i>Descripciones de los deportistas obscenas</i>	Vincent (2004)
		1	<i>Descripciones de los deportistas peyorativas</i>	Vincent (2004)
		1	<i>Discursos de igualdad de oportunidades para las mujeres</i>	Pirinen (1997)
		1	<i>Discursos de trivialización o marginación de las mujeres</i>	Pirinen (1997)
		1	<i>Énfasis sobre estereotipos</i>	MacKay y Dallaire (2009)
		1	<i>Imágenes de placer-participación frente a imágenes de fuerza-rendimiento</i>	Curry et al. (2002)
		1	<i>Infantilización y/o trivialización de los logros de las deportistas femeninas</i>	Crolley y Teso (2007)
		1	<i>Ironía</i>	Wanneberg (2011)
		1	<i>Lugar de retrato en las fotografías</i>	Buyse y Embser-Herbert (2004)
		1	<i>Metáforas o ambigüedades sexuales</i>	Wanneberg (2011)
		1	<i>Nacionalidad de los deportistas<sup>34</sup></i>	Vincent (2004)
		1	<i>Nominaciones asimétricas entre los eventos deportivos de deportistas de distinto sexo</i>	Crolley y Teso (2007)
		1	<i>Posiciones adoptadas por las mujeres ante la práctica deportiva</i>	Hardin et al. (2005)
		1	<i>Presentación biográfica</i>	Galily et al. (2011)
		1	<i>Producto anunciado en las fotografías</i>	Lynn et al. (2004)

<sup>34</sup> Ídem nota al pie 35.

Nivel de la <i>Agenda Setting</i>	Proceso del nivel de la <i>Agenda Setting</i> --- Ámbito de la representación del género en el análisis comparativo (apartado 1.5.2)	Número de investigaciones revisadas que lo utilizan	Indicador o variable estudiada en relación al género <sup>12</sup>	Investigaciones que consideran este indicador o variable
		1	<i>Promoción de deportes considerados socialmente neutros desde una perspectiva de género</i>	Weber y Carini (2013)
		1	<i>Protagonismo en las fotografías</i>	Weber y Carini (2013)
		1	<i>Raza de los deportistas</i> <sup>35</sup>	Vincent (2004)
		1	<i>Referencias a la heterosexualidad</i>	MacKay y Dallaire (2009)
		1	<i>Referencias a logros atléticos</i>	Serra y Burnett (2007)
		1	<i>Referencias a promesas deportivas</i>	Serra y Burnett (2007)
		1	<i>Retrato de mujeres no deportistas</i>	Weber y Carini (2013)
		1	<i>Rol familiar de los deportistas</i>	Vincent (2004)
		1	<i>Roles adoptados en las fotografías</i>	Bishop (2003)
		1	<i>Técnicas de framing</i> <sup>36</sup>	Brandt y Carstens (2005)
		1	<i>Tema de las fotografías</i>	Buyse y Embser-Herbert (2004)
		1	<i>Vocabulario con connotaciones sexuales</i>	Wanneberg (2011)

<sup>35</sup> El sentido de introducir este indicador/variable es que en muchas ocasiones los discursos de género sexistas intersecan con los de raza (racismo), clase social (clasismo) y nacionalidad (chovinismo). Para una mejor comprensión ver la revisión de la investigación de Vincent (2004) en el apartado 1.5.1.

<sup>36</sup> Este indicador, de carácter muy genérico y no claramente definido por las autoras, abarcaría muchos otros, demasiado prolijos como para ser incluidos en esta tabla (ver revisión de Brandt y Carstens, 2005, en el apartado 1.5.1). En relación al *framing* también puede resultar conveniente consultar el apartado 1.6.1.

## 1.7 Definición de la presente investigación: Objetivo, hipótesis, focos de estudio y justificación

### 1.7.1 Objetivo

La presente investigación persigue comprobar si en las representaciones mediáticas del suplemento *Juegos Deportivos* del diario *La Rioja* se realiza una cobertura diferencial en función del género que cuantitativamente discrimina a las deportistas de sexo femenino.

### 1.7.2 Hipótesis para la consecución del objetivo de la investigación

Para la consecución del objetivo de la investigación se plantean una serie de hipótesis susceptibles de ponerse a prueba a través del análisis de la información recogida en los distintos focos de estudio de esta investigación.

Como ya se ha visto (apartado 1.5), las representaciones mediáticas de la mujer en la información deportiva de los medios impresos, con persistente frecuencia, resultan estereotipadas desde una perspectiva de género. Además, a lo anterior se une el hecho de que, en términos cuantitativos, la mujer en este tipo información mediática se ve infrarrepresentada, tanto en términos generales (*selección* de la información) como en lo que concierne a presencia en ubicaciones destacadas desde un punto de vista periodístico (*jerarquización* de la información). Considerando lo anterior, la presente investigación parte de la siguiente hipótesis general:

- **El suplemento *Juegos Deportivos* del diario *La Rioja* realiza una cobertura informativa diferencial en función del género de los deportistas sobre los que informa que, en términos cuantitativos, discrimina a las deportistas de sexo femenino respecto a sus homólogos masculinos.**

A su vez, para contrastar la hipótesis general, se establecen las siguientes hipótesis y sub-hipótesis:

1. Los deportistas de sexo masculino recibirán mayor cantidad de cobertura informativa que las deportistas de sexo femenino.
  - 1.1. La publicación dedicará un número mayor de unidades informativas a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.
  - 1.2. Las unidades informativas centradas en deportistas de sexo masculino tendrán un número de páginas mayor que las centradas en deportistas de sexo femenino.
  - 1.3. Las unidades informativas centradas en deportistas de sexo masculino tendrán mayor superficie que las centradas en deportistas de sexo femenino.
  - 1.4. La publicación dedicará un número mayor de títulos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.

- 1.5. La publicación dedicará un número mayor de antetítulos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.
- 1.6. La publicación dedicará un número mayor de subtítulos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.
- 1.7. La publicación dedicará un número mayor de destacados a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.
- 1.8. La publicación dedicará un número mayor de textos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.
- 1.9. La publicación dedicará un número mayor de fotografías a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.
- 1.10. La superficie de las fotografías dedicadas a deportistas de sexo masculino será mayor que la superficie de las fotografías dedicadas a deportistas de sexo femenino.
- 1.11. La publicación dedicará un número mayor de las fotografías principales de las unidades informativas a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.
- 1.12. La superficie de las fotografías principales dedicadas a deportistas de sexo masculino será mayor que la superficie de las fotografías principales dedicadas a deportistas de sexo femenino.
2. La proporción de cobertura informativa dedicada a deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.
  - 2.1. La proporción de unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.
  - 2.2. La proporción de títulos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.
  - 2.3. La proporción de antetítulos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.
  - 2.4. La proporción de subtítulos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.
  - 2.5. La proporción de destacados dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.

- 2.6. La proporción de textos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.
- 2.7. La proporción de fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.
- 2.8. La proporción de fotografías principales dedicadas a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.
3. La publicación, en términos relativos, asignará con mayor frecuencia características periodísticamente destacadas a la información dedicada a deportistas de sexo masculino que a la información dedicada a deportistas de sexo femenino.
  - 3.1. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.2. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de contraportadas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.3. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.4. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de contraportadas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.5. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de páginas impares que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.6. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de páginas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.7. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de dobles páginas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.8. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de dobles páginas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.9. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de cuadrantes preeminentes en el seno

de las páginas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.

- 3.10. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de mitades superiores en el seno de la página que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.11. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino tendrán un número mayor de fotografías que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.12. Las unidades informativas cuyos textos en conjunto hagan referencia a deportistas de ambos sexos asignarán con más frecuencia los textos jerárquicamente más relevantes a los deportistas de sexo masculino.
  - 3.13. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.14. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de contraportadas que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.15. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de páginas impares que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.16. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serán las únicas en portada con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.17. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serán las únicas en contraportada con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.18. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino estarán dispuestas a doble página con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
  - 3.19. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serán únicas y dispuestas a doble página con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.
4. El fútbol será el deporte que reciba mayor cobertura informativa.
    - 4.1. El fútbol será el deporte al que la publicación dedique el mayor número de unidades informativas.
    - 4.2. El fútbol será el deporte al que la publicación dedique el mayor número de fotografías.



5. La proporción de cobertura informativa dedicada al fútbol será superior a la proporción de participaciones en este deporte en el evento sobre el que se informa.
  - 5.1. La proporción de unidades informativas dedicadas al fútbol será superior a la proporción de participaciones en este deporte en el evento sobre el que se informa.
  - 5.2. La proporción de fotografías dedicadas al fútbol será superior a la proporción de participaciones en este deporte en el evento sobre el que se informa.

### 1.7.3 Focos de estudio

Para la consecución del objetivo de la presente investigación se determinan tres focos de estudio: los Juegos Deportivos de La Rioja, el proceso de elaboración del suplemento *Juegos Deportivos* y el suplemento *Juegos Deportivos* en sí. Estos tres focos, que forman partes consecutivas de un proceso de producción mediática (ver Figura 2), siguiendo a Serra y Burnett (2007), se denominan respectivamente en esta investigación *input* (entrada), *through-put* (producción) y *output* (resultado o salida). Por el grado de contribución a la consecución del objetivo de la presente investigación, el *output* se erige como foco principal, mientras que el *through-put* y el *output* constituyen focos secundarios.

Dentro del proceso de producción mediática que analiza esta investigación, la realidad de los Juegos Deportivos de La Rioja, en tanto que constituye la fuente de información principal de la que se nutre el suplemento *Juegos Deportivos*, constituye el *input* de este proceso. El *input* es un foco secundario en esta investigación. Su estudio se circunscribe a la determinación de dos indicadores de participación que permitan, en relación con los datos obtenidos del *output*, poner a prueba algunas de las hipótesis planteadas (ver Figura 1).

El primero de ellos es un indicador de participación deportiva por sexos en los Juegos Deportivos de La Rioja. Este indicador permite poner a prueba aquellas hipótesis de investigación en las que se confronta la participación real de los deportistas de sexo masculino en los Juegos Deportivos de La Rioja con su respectiva representación mediática en el suplemento *Juegos Deportivos*.

El segundo es un indicador de participación deportiva en la especialidad deportiva de fútbol. Este indicador permite poner a prueba aquellas hipótesis de investigación en las que se confronta la participación real en este deporte en los Juegos Deportivos de La Rioja con su respectiva representación mediática en el suplemento *Juegos Deportivos*.

El *through-put* también constituye un foco de investigación, en este caso secundario. El análisis del *through-put* abarca el conjunto de acciones desarrolladas para la

producción del suplemento *Juegos Deportivos* en el seno de la organización mediática que lo elabora y proporciona por lo tanto al investigador una contextualización del *output* o foco principal. Sin embargo, la función específica del estudio del *through-put* en esta investigación es, en correlación con la información recabada sobre el *output*, determinar subconjuntos de datos sobre los que poner a prueba las hipótesis de investigación (ver Figura 1).

La publicación *Juegos Deportivos* es el *output* del proceso de producción mediática analizado, pues constituye su resultado final. Este foco de investigación es el principal, pues su estudio, por sí solo o en combinación con información recabada en el *input*, permite poner a prueba las hipótesis que sirven al objetivo central de la presente investigación (ver Figura 1).

El estudio del *output* afecta a tres ámbitos diferenciados, que son los que se han contemplado para comparar las investigaciones revisadas sobre el estado de la cuestión (ver apartado 1.5.2): *ámbito periodístico*, *ámbito deportivo* y *ámbito de representación del género*.

En relación al *ámbito periodístico* se estudia una única publicación, de carácter regional (La Rioja), que adopta la forma de un suplemento deportivo, tiene una difusión acorde a su esfera geográfica y va dirigido a los participantes en los Juegos Deportivos de La Rioja y sus familiares, fundamentalmente.

En lo concerniente al *ámbito deportivo*, esta investigación se interesa por cualquier tipo de competición deportiva, deporte y nivel o categoría publicado en el suplemento *Juegos Deportivos* durante el período estudiado. Sin embargo, y dada la temática monográfica del suplemento, en la práctica, la investigación refleja la representación de deportes englobados en los Juegos Deportivos de La Rioja en categorías que van desde prebenjamines a juveniles (de los 6 a los 18 años de edad).

En relación al *ámbito de representación del género* esta investigación estudia el género como objeto de la información. En concreto se interesa por la representación diferencial en función del género en términos de *selección* y *jerarquización* de la información, es decir, en la representación del género en lo que en la Teoría del Establecimiento de la Agenda o *Agenda Setting* viene a denominarse primer nivel. Los procesos de *selección* y *jerarquización* en las representaciones de género se constatan respectivamente a su vez en términos cuantitativos de “presencia” y de “presencia en elementos periodísticamente destacados” en la publicación a través del estudio de un amplio conjunto de indicadores.

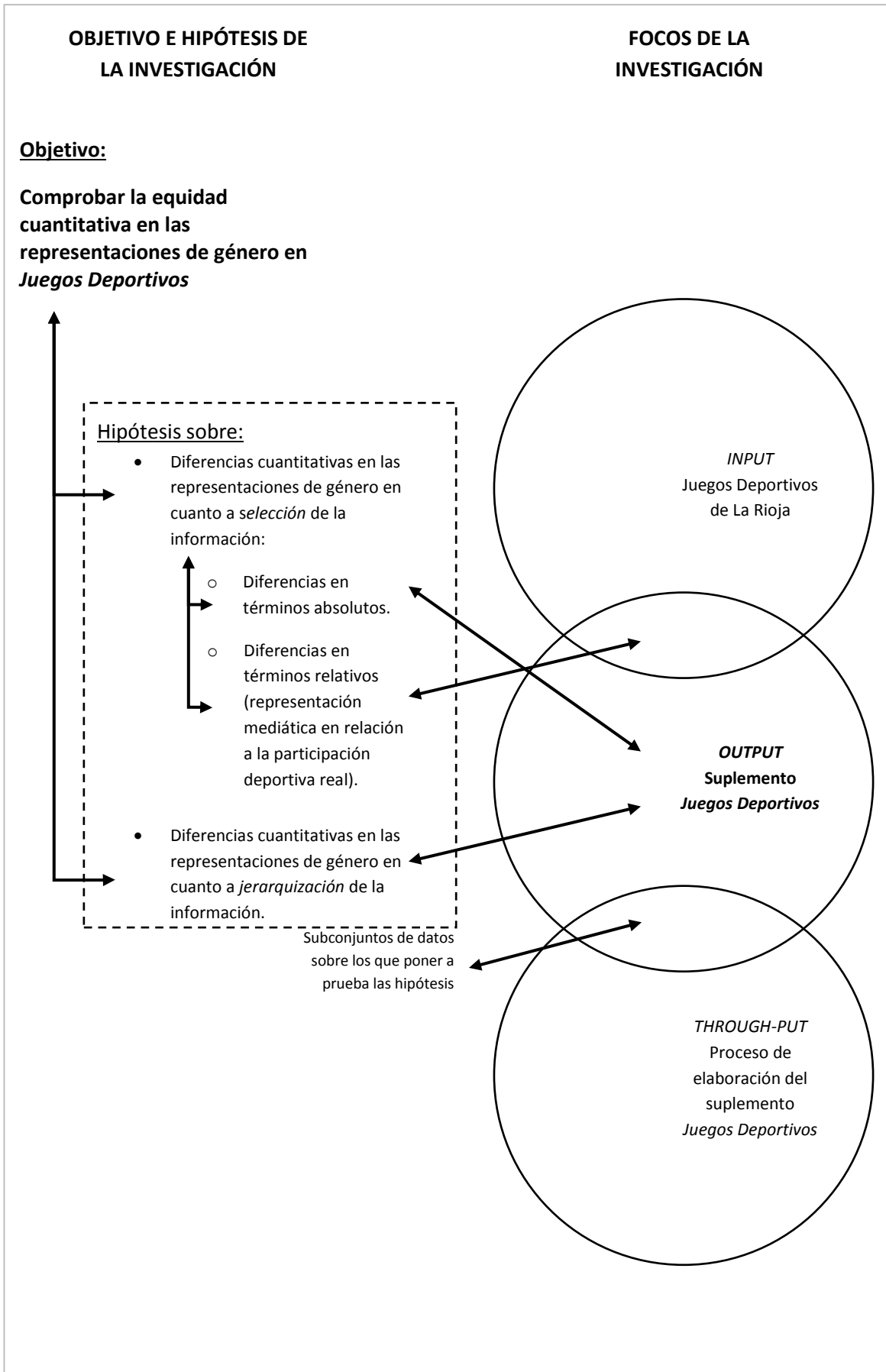


Figura 1. Relación entre objetivos, hipótesis y focos de la investigación

#### 1.7.4 Justificación

Dentro de la compleja realidad se produce una multiplicidad de acontecimientos que implican a distintas personas y elementos socioculturales en complicadas interrelaciones. Algunos de estos acontecimientos pueden ser claramente identificados y definidos, aislados o “etiquetados” como una realidad independiente. El evento Juegos Deportivos de La Rioja, *input* de la investigación que nos ocupa, constituiría uno de ellos. Cada realidad independiente está caracterizada a su vez por una serie de elementos constituyentes. En los Juegos Deportivos el deporte/actividad físico-deportiva y el ocio infantil y juvenil serían dos de los más característicos.

De todos los acontecimientos de la realidad, algunos, por el interés que pueden despertar en determinados colectivos o en la sociedad en su conjunto, adquieren, desde el punto de vista mediático, *valor noticioso*. Los medios de comunicación, una vez detectan este *valor noticioso* en una realidad concreta, operan una serie de mecanismos (*through-put*) para la producción de contenidos/objetos mediáticos (programas de televisión, revistas, libros, videojuegos, etc.) sobre ella susceptibles de ser comercializados, a través de su venta al público y/o a través de la venta de los espacios publicitarios que los acompañan. Para el diario *La Rioja* los Juegos Deportivos de La Rioja constituyen un fenómeno con *valor noticioso* para al menos una parte de su público diana, lo que se traduce en la publicación del suplemento *Juegos Deportivos*, que lleva a cabo para sus lectores una representación/interpretación mediática sobre esta realidad.

El *through-put* finalmente desemboca en la producción efectiva de contenidos/objetos mediáticos (*output*). Los contenidos mediáticos, más que el reflejo de una realidad concreta (*input*), suponen una interpretación/recreación/reconstrucción de ella que puede distorsionarla. Así por ejemplo, a lo largo de apartados anteriores, hemos podido comprobar cómo las representaciones mediáticas de la mujer, incluidas las que aluden al ámbito deportivo, discriminan a esta, infrarrepresentándola y/o representándola en términos estereotipados desde un punto de vista de la equidad de género. La presente investigación adopta como foco principal los contenidos del suplemento *Juegos Deportivos*. Se pretende constatar si, en términos cuantitativos, concretamente en términos de “presencia” y “presencia en elementos periodísticamente destacados” (respectivamente procesos de *selección* y *jerarquización* del primer nivel de la Teoría del Establecimiento de la Agenda), el suplemento *Juegos Deportivos* discrimina en sus representaciones a la mujer.

La pretensión de constatar una representación diferencial en función del género en el suplemento *Juegos Deportivos* se justifica por los posibles *efectos mediáticos* que esta pueda tener sobre sus lectores/receptores. Concretamente sobre las percepciones y conceptualizaciones individuales y socioculturales de la realidad en relación al género,

el deporte, y el ocio infantil y juvenil. Así, según la Teoría del Establecimiento de la Agenda, la *agenda mediática* impuesta por la publicación en relación al género podría condicionar la *agenda de la opinión pública* entre las audiencias. Es decir, si los deportistas de sexo masculino y sus eventos deportivos aparecen representados con mayor frecuencia en el suplemento, y/o además lo hacen en lugares destacados, la opinión pública podría tender a considerarlos de mayor relevancia. Por el contrario, si las deportistas de sexo femenino y sus eventos deportivos aparecen representados con menor frecuencia, también en los lugares periodísticamente más valorados, la opinión pública podría tender a considerarlos de menor relevancia.

No hablaríamos por lo tanto de unos *efectos mediáticos directos* sobre las audiencias consideradas como individuos. Máxime teniendo en cuenta que estos efectos estarían condicionados por las propias características de cada receptor, así como por otros agentes sociales y factores (familia y amigos, conceptualizaciones sobre el sistema deportivo de la clase social y subcultura a la que pertenece cada lector, etc.). Así, los efectos producidos por las representaciones de género del suplemento serían más bien consecuencia de una exposición acumulativa a sus mensajes. En relación a esto es necesario admitir que cuanto más directa sea la experiencia directa de las audiencias con el fenómeno estudiado (deporte infantil y juvenil), posiblemente menor será la dependencia cognitiva mediática para la formación de una opinión sobre él.

Los cambios en la *agenda de la opinión pública* promovidos por la publicación *Juegos Deportivos*, a su vez, podrían tener consecuencias sobre la propia realidad del deporte infantil y juvenil en el ámbito riojano. De este modo, si las deportistas de sexo femenino y sus competiciones son consideradas socialmente menos relevantes, existirán menos alicientes para la práctica deportiva entre las jóvenes. La infrarrepresentación mediática de las deportistas de sexo femenino en el suplemento podría desincentivar la práctica deportiva efectiva de estas. Esta nueva realidad serviría a su vez de punto de partida o *input* para nuevas representaciones de género, generándose así un círculo vicioso de consecuencias negativas, tanto para la práctica deportiva, como para la valoración de esta, entre las jóvenes de La Rioja.

A su vez hemos de tener en cuenta que las organizaciones mediáticas y los individuos que las componen son a su vez también receptores de los mensajes que generan. Así, el tratamiento que del deporte infantil y juvenil llevan a cabo las publicaciones en términos de género, incluido el suplemento *Juegos Deportivos*, podría condicionar el tratamiento futuro de la información en la elaboración de productos mediáticos. La infrarrepresentación del deporte infantil y juvenil femenino podría contribuir a la consideración entre los agentes mediáticos de este como asunto de escaso *valor noticioso*, lo que condicionaría a su vez su menor tratamiento mediático futuro, instaurándose así un nuevo círculo vicioso.

Debemos considerar además que, las organizaciones mediáticas, en tanto entidades que dependen económicamente del volumen y características de sus audiencias, son a su vez sensibles a la composición de estas. Una mayor representación mediática de los deportistas de sexo masculino/deporte masculino en el suplemento *Juegos Deportivos* podría condicionar un incremento de las audiencias masculinas, lo que, una vez detectado por los responsables de la publicación, podría situarlos explícitamente como público diana. Esto acabaría repercutiendo inevitablemente en la *selección, jerarquización y tratamiento* de los contenidos, generándose un nuevo círculo vicioso que dejaría de lado a las jóvenes deportistas, como objeto de representaciones mediáticas y como audiencias.

Teniendo en cuenta todo lo referido previamente, la presente investigación, por lo tanto, podría considerarse como un punto de partida para la mejora de la equidad de género de las representaciones mediáticas del suplemento *Juegos Deportivos*, desde un punto de vista cuantitativo. Esta mejora no solo podría evitar muchos de los efectos socioculturales adversos descritos con anterioridad, sino que erigiría a esta publicación como un referente no ya solo del deporte infantil y juvenil sino también de la justicia de género.

Para terminar, esta investigación, además de en términos de equidad social, también se justifica en términos de contribución científica, fundamentalmente por dos motivos. El primero es que, aparte de la de Crolley y Teso (2007), no existen investigaciones académicas relevantes centradas en las representaciones de género en la información deportiva de medios impresos en nuestro país. El segundo es que, dentro de este campo de estudio, que puede considerarse aún en crecimiento, el presente trabajo se ocupa de un ámbito periodístico (publicaciones de carácter regional, de pequeño tamaño) y deportivo (deporte infantil y juvenil) inédito hasta la fecha, lo que puede convertirlo en una novedosa e interesante aportación.

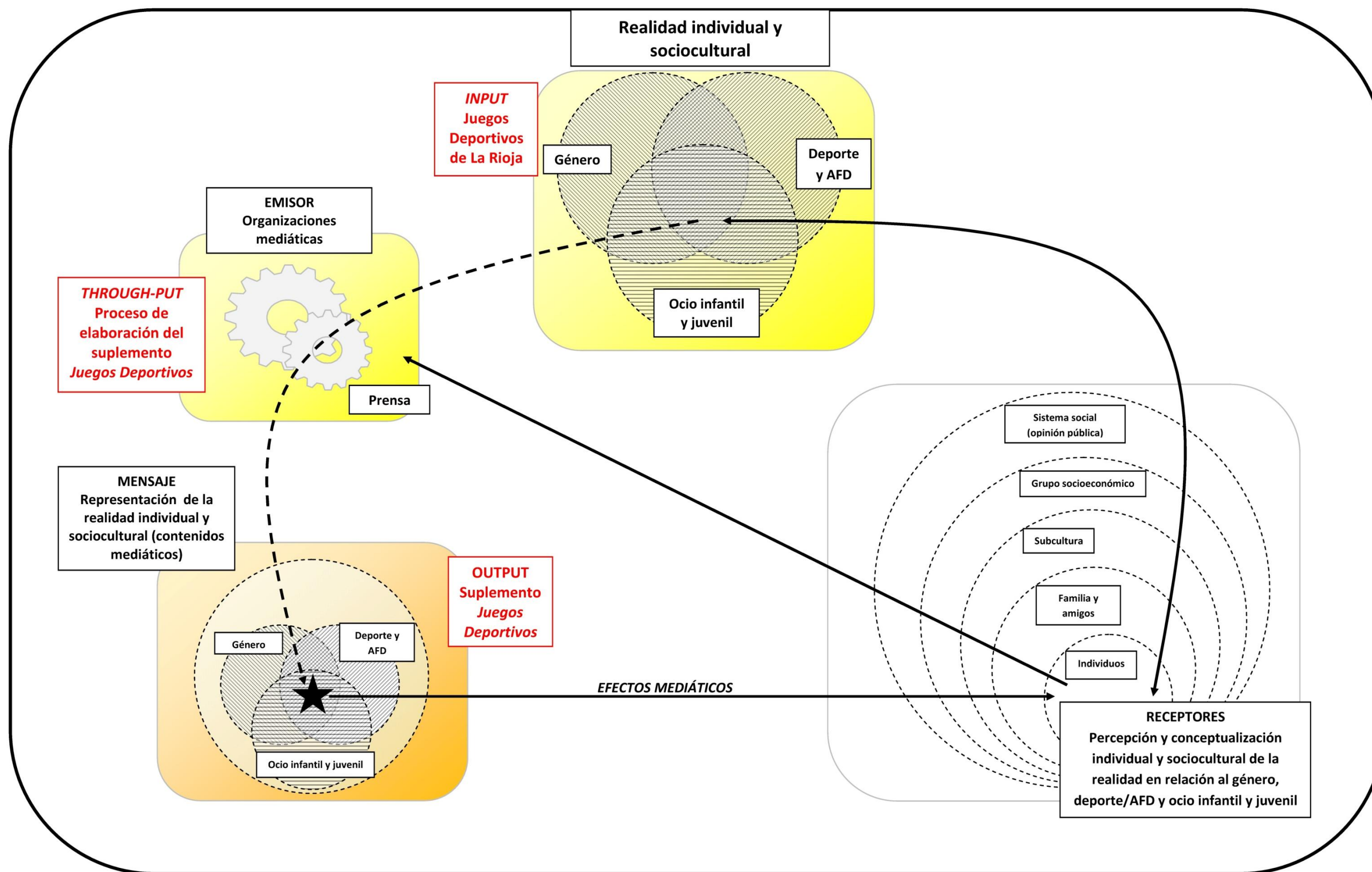


Figura 2. Interrelación de los focos de la investigación sobre un modelo del proceso de la comunicación social





---

# **2 METODOLOGÍA**

---



## 2.1 Metodología para el Estudio del *Input*

El *input* es uno de los dos focos secundarios de esta investigación y se corresponde con la realidad denominada Juegos Deportivos de La Rioja, concretamente en su temporada 2010-2011. Los Juegos Deportivos de La Rioja constituyen un fenómeno deportivo en el que se enmarca la práctica totalidad del deporte infantil y juvenil de esta Comunidad Autónoma, pues abarca todas las actividades deportivas comprendidas entre benjamines y juveniles, es decir, de los deportistas de entre 6 y 18 años. Para el período estudiado, la temporada 2010-2011, los Juegos estuvieron regulados por la *Resolución nº2491 de 30 de julio de 2010, de la Dirección General de Deporte de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte, por la que se convoca la actividad denominada Juegos Deportivos de La Rioja 2010-2011* (2010).

La contribución del análisis del *input* al objetivo de la investigación se limita específicamente a la determinación de dos indicadores de participación. Estos se utilizan, en relación con otros datos recabados sobre el *output*, para la prueba de hipótesis en las que se contrasta la participación real en el evento Juegos Deportivos de La Rioja con su correspondiente representación mediática en el suplemento *Juegos Deportivos*. Concretamente se pretende determinar un indicador de participación por sexos y un indicador de participación deportiva en fútbol en los Juegos Deportivos de La Rioja.

El análisis del *input* se aborda mediante una técnica de análisis de contenido, que se aplica sobre la Memoria de los Juegos Deportivos de La Rioja Temporada 2010-2011 (Gobierno de La Rioja), que sintetiza una gran cantidad de información estadística referente a este evento deportivo.

En relación a la participación es importante resaltar que en la Memoria de los Juegos Deportivos de la Rioja Temporada 2010-2011 (Gobierno de La Rioja) se distinguen dos indicadores diferenciados: el “número de participantes” y el “número de participaciones”. Mientras que el primero alude a personas físicas, el segundo alude a la implicación estas personas en una especialidad deportiva concreta. Es decir, “participantes” alude a los individuos que participan en una o varias modalidades deportivas de los Juegos, mientras que “participaciones” se refiere a las inscripciones en las distintas modalidades deportivas, varias de las cuales pueden estar suscritas a la vez por un único deportista.

Para la determinación de los indicadores de participación, entre “participantes” y “participaciones” se opta por lo segundo, dado que si un deportista participa en más de una modalidad deportiva generará más eventos o acontecimientos deportivos reales, susceptibles de, como noticiables, ser recogidos en las informaciones del suplemento *Juegos Deportivos*

De este modo el análisis de la Memoria de los Juegos Deportivos de la Rioja Temporada 2010-2011 (Gobierno de La Rioja) se utilizará para obtener los indicadores de participación perseguidos, que se expresan respectivamente como: *porcentaje de participaciones masculinas sobre el total de participaciones de ambos sexos* y *porcentaje de participaciones en fútbol sobre el total de participaciones en todas las especialidades deportivas*. Ambos indicadores se utilizan en pruebas de hipótesis que se ejecutan mediante el conjunto de procedimientos estadísticos que en esta investigación se ha denominado Grupo D (ver apartado ver apartado 2.3.7).

## 2.2 Metodología para el Estudio del *Through-put*

El *through-put* se corresponde con el proceso de elaboración del suplemento *Juegos Deportivos* y constituye un foco de interés secundario para esta investigación. Su estudio permite contextualizar los análisis del foco principal de investigación u *output* (suplemento *Juegos Deportivos*). Específicamente persigue determinar ciertos subconjuntos de casos sobre los que replicar las pruebas de hipótesis que también se efectúan sobre el conjunto total de estos.

El presente trabajo tiene como antecedente fundamental un trabajo para la obtención del DEA (Hermosilla, 2012), que utilizó los mismos datos que la presente investigación recogidos del *output* (suplemento *Juegos Deportivos*) para llevar a cabo un análisis segmentado por género de variables de información deportiva en prensa. En ese trabajo pudo constatarse que determinados tipos de *unidades informativas*<sup>37</sup>, que constituían un número considerable de casos, con mucha mayor frecuencia representaban únicamente a deportistas de sexo masculino, o representando a deportistas de ambos sexos invariablemente representaban a los de sexo masculino en jerarquías de texto preeminentes. Ello, como veremos en el apartado 2.3, puede condicionar el resultado de las pruebas de hipótesis, por lo que resulta necesario determinar si es necesario replicar estas excluyendo determinados casos para evitar sesgos.

Concretamente el análisis del *through-put* pretende determinar si existen motivos para replicar las pruebas de hipótesis excluyendo de los análisis las *unidades informativas* definidas como “fotonoticias”, “tablas informativas” y “tablas de resultados-clasificación”.

El análisis del *through-put* se sustenta en una entrevista en profundidad con el periodista responsable de la publicación (en adelante “Responsable”). Este periodista había trabajado como redactor de la sección de deportes del diario *La Rioja*, y en el momento de entrevistarlo era socio de una pequeña empresa de comunicación a la que el diario *La Rioja* siempre ha subcontratado la elaboración del suplemento *Juegos Deportivos* (ahora denominado *Deporte Base*).

La secuencia de acontecimientos que permitió el desarrollo de la entrevista con el Responsable fue la siguiente. En un primer lugar se averiguó quién era el Responsable de la publicación del suplemento *Juegos Deportivos* y se facilitó una primera reunión con él. En esta reunión se expuso al Responsable, en líneas muy generales, cuál era el objeto de interés de esta investigación, por qué resultaba interesante su colaboración

---

<sup>37</sup> Uno de los tipos de unidades de análisis utilizados en el estudio del *output* (ver apartado

y cuáles serían las condiciones en las que esta se desarrollaría si finalmente participaba. Una vez mostró su disposición a colaborar se le envió el cuestionario base de la entrevista, acompañado de información encaminada a ganar su confianza y facilitar la interpretación de las preguntas de este (ver apartado 6.2). Dado el visto bueno al cuestionario, en febrero de 2013, se procedió a la realización y registro en audio de la entrevista. La posterior transcripción de esta, a la que el Responsable dio su visto bueno, ha constituido la base para el análisis del *through-put*.

La entrevista en profundidad específicamente desarrollada, por sus características y contexto de aplicación, guarda grandes similitudes con lo que en ciencias sociales viene a denominarse entrevista focalizada. El hecho de conocer previamente el objeto de estudio sobre el que se centrará la entrevista proporciona al entrevistador una posición ventajosa para abordarla, pudiendo obtener así a través de ella información más detallada que en una entrevista en profundidad convencional (Valles, 1999).

Uno de los rasgos distintivos de las entrevistas focalizadas es que el sujeto entrevistado ha estado sometido a la situación mediática sobre la que se pretende indagar (Valles, 1999). Este es el caso que nos ocupa aquí, pues el Responsable, de modo lógico, pues es su principal artífice, ha estado expuesto al objeto de estudio: el proceso de elaboración del suplemento *Juegos Deportivos*. Durante esta exposición el entrevistado, de hecho, no se restringe al mero papel de receptor o audiencia de los contenidos mediáticos, sino que es agente principal en su elaboración, lo que a efectos de esta investigación lo convierte en un sujeto de estudio particularmente interesante.

Asimismo, el hecho de que el suplemento *Juegos Deportivos*, foco principal de la investigación, ya hubiera sido estudiado por quien suscribe estas líneas en un trabajo previo (Hermosilla, 2012) supuso una clara ventaja a la hora de elaborar el cuestionario base y conducir la entrevista. Ello repercutió en una información más precisa y relevante para los objetivos de la investigación.

Por último, y quizá este punto sea el que más dificulta la estricta clasificación de la entrevista utilizada como de carácter focalizado, del entrevistado interesaba sus experiencias subjetivas acerca del suplemento *Juegos Deportivos*, pero fundamentalmente la información de carácter objetivo que proporcionaba para conocer de primera mano el proceso de elaboración del suplemento.

En relación a su grado de estructuración/estandarización, la entrevista finalmente utilizada puede definirse más bien como estandarizada no programada, pues aunque parte un guión muy detallado, este no se sigue de manera estricta y las respuestas son de carácter abierto para el entrevistado (Valles, 1999). Así, a lo largo de la entrevista se reincidió sobre diversos puntos con preguntas más específicas no incluidas originalmente en el cuestionario base, se introdujeron nuevas preguntas para aclarar ciertos elementos no contemplados inicialmente, etc. En la aplicación del cuestionario

se pretendió una dialéctica dinámica caracterizada por la no dirección y la especificidad. La no dirección busca la espontaneidad y libertad en las respuestas, frente a su forzado o inducción, y la especificidad pretende del entrevistado respuestas concretas (Valles, 1999).

El cuestionario base para la entrevista constó de 84 preguntas (ver anexo 6.2) y su formulación partió del desarrollo de un esquema que sintetizaba aquellos elementos relativos a la publicación *Juegos Deportivos* y su proceso de elaboración de los que se deseaba obtener información (ver anexo 6.1). En su elaboración influenciaron ciertas tendencias teóricas de la sociología de producción de mensajes y en particular el estudio del género como sujeto productor de la información.

A modo de resumen diremos que el análisis del *through-put* ha contemplado los siguientes elementos: características generales del suplemento y de la organización mediática responsable de su publicación; público diana; subprocesos implicados en la elaboración del suplemento: planificación, obtención, selección, elaboración y supervisión de contenidos (contemplando la cantidad y ubicación de la cobertura); determinación del sexo de las personas implicadas en cada uno de los subprocesos anteriores; determinación de los criterios para la toma de decisiones en los subprocesos anteriores; identificación de posibles criterios encaminados a perseguir la equidad de género en los subprocesos anteriores; e identificación de posibles fuentes de sesgo en las representaciones de género en los contenidos.

De toda la información anterior es el análisis del contenido de las respuestas sobre los criterios de selección/elaboración de información para las “fotonoticias”, “tablas informativas” y “tablas de resultados-clasificación” el que permite tomar una decisión sobre si repetir las pruebas de hipótesis excluyendo algunas de estas *unidades informativas* o todas ellas.

### 2.3 Metodología para el estudio del *output*

El *output* se corresponde con la publicación *Juegos Deportivos* en sí, y constituye el foco central de la presente investigación (ver apartado 1.7.3). El estudio de este foco se ha abordado mediante una técnica de análisis de contenido, que ha permitido la caracterización de la información del suplemento en torno a dos unidades de análisis diferenciadas: las *unidades informativas* y las *fotografías*. Esta caracterización ha proporcionado, para ambos tipos de unidades de análisis, información sobre variables relacionadas con el género, ubicaciones relevantes desde un punto de vista periodístico y cantidad de cobertura. La aplicación de diferentes pruebas estadísticas, contemplando estas variables por separado o interrelacionándolas, ha permitido poner a prueba las hipótesis de investigación.

#### 2.3.1 Población

El suplemento *Juegos Deportivos* es una publicación que acompañaba al diario *La Rioja* y que en la actualidad se denomina *Deporte Base*.

El periódico *La Rioja*, fundado en 1889, es una publicación que desde 1993 pertenece al grupo Vocento, se edita en Logroño y se publica diariamente para todo el territorio riojano. Puede decirse que es la publicación de referencia en la CAR de La Rioja, con amplias cuotas de audiencia y difusión. Así, EGM le estima, en la 3ª ola de 2011, un número de 94.000 lectores habituales, mientras que OJD, para el período de enero a diciembre de 2011, le asigna una difusión de 13.594 ejemplares (Grupo Vocento).

La división empresarial Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), que controla la difusión de varios periódicos y revistas impresos en España, asignó al periódico *La Rioja* para el período de julio de 2010 a junio de 2011 (que se corresponde aproximadamente con el período objeto de estudio de esta investigación) un promedio de tirada de 16.542 ejemplares y un promedio de difusión de 14.257 ejemplares (OJD).

El suplemento *Juegos Deportivos* (al igual que su homólogo actual, *Deporte Base*), tenía como función fundamental informar sobre los Juegos Deportivos de La Rioja. De ahí que su edición comienza y finaliza aproximadamente a la par que esta actividad (de octubre de un año a junio del año siguiente), acompañando a *La Rioja* cada jueves e interrumpiendo su publicación coincidiendo con los períodos vacacionales de los Juegos Deportivos (Navidad y Semana Santa).

La población concreta objeto de estudio del *output* está constituida por los ejemplares del suplemento *Juegos Deportivos* publicados durante la temporada 2010-2011 de los Juegos Deportivos de La Rioja, evento sobre el que la publicación informa. Al haberse analizado todos los ejemplares de este período no existe muestra, sino que la investigación considera toda la población en su conjunto.



En concreto se trata de 33 publicaciones que se editaron con periodicidad semanal (exceptuando dos períodos vacacionales en la actividad de los Juegos Deportivos de La Rioja, correspondientes con Navidad y Semana Santa) desde el jueves 14 de octubre de 2010 hasta el jueves 23 de junio de 2011.

Las fechas de publicación precisas son las siguientes: 14, 21 y 28 de octubre de 2010; 4, 11, 18 y 25 de noviembre de 2010; 2, 9 y 16 de diciembre de 2010; 13, 20 y 27 de enero de 2011; 3, 10, 17 y 24 de febrero de 2011; 3, 10, 17, 24 y 31 de marzo de 2011; 7, 14 y 21 de abril de 2011; 5, 12, 19 y 26 de mayo de 2011; y 2, 9, 16 y 23 de junio de 2011.

La población objeto de estudio del suplemento *Juegos Deportivos (output)* informa sobre, y se identifica con, el período de desarrollo de la temporada 2010-2011 de los Juegos Deportivos de La Rioja (*input*). Esta identificación permite establecer relaciones de equivalencia entre el *input* y el *output*, es decir, entre el evento representado y las informaciones de la publicación que lo representan. La investigación, en concreto, para comprobar determinadas hipótesis, establece relaciones entre la cantidad de participación (número de participaciones) en los Juegos Deportivos de La Rioja y la cantidad de representación en el suplemento *Juegos Deportivos* en función del género de los deportistas.

### **2.3.2 Técnica de investigación: análisis de contenido**

La técnica utilizada para el análisis del *output* ha sido el análisis de contenido, pues es considerado “el método por excelencia de investigación en comunicación” (Igartua & Humanes, 2004, p.75).

Tal y como se ha concebido y aplicado, el análisis de contenido para abordar el *output* o foco principal de esta investigación (suplemento *Juegos Deportivos*), presenta las características de sistematicidad, objetividad y carácter cuantitativo que le atribuyen Igartua y Humanes (2004).

Así, el hecho de haber examinado el conjunto total de números de la publicación para el período estudiado (ver apartado 2.3.1), unido a la rigurosidad descriptiva de los libros de codificación empleados para la aplicación de la técnica (ver apartados 6.3 y 6.4), contribuyen a la lograr la sistematicidad requerida.

Por su parte, la definición exhaustiva de las unidades de análisis, variables y criterios de codificación contribuyen a lograr el criterio de objetividad demandado (ver apartados 2.3.3, 6.3 y 6.4). Asimismo, para asegurar esta objetividad, se ha procedido a un procedimiento de validación del proceso de recogida de datos, que se describe en el apartado 2.3.6.

Por último, el modo en que se emplean los datos recogidos sobre el *output* a través del análisis de contenido de esta investigación no deja lugar a dudas del carácter

cuantitativo de la técnica utilizada. Así, los datos recogidos son utilizados tanto para llevar a cabo una descripción de los mensajes contenidos en el suplemento *Juegos Deportivos* (ver apartado 3.3.2) como para poner a prueba las hipótesis de investigación (ver apartado 3.3.2.1).

En la investigación en comunicación social los campos de aplicación del análisis de contenido serían: la descripción de los componentes de una información, la comprobación de hipótesis sobre las características de un mensaje, la comparación del contenido de los medios con el “mundo real”, la evaluación de grupos sociales concretos y el establecimiento de un punto de partida para estudios posteriores sobre efectos mediáticos (Igartua & Humanes, 2004). La técnica de análisis de contenido aplicada en la presente investigación, así como el uso de los datos a través de ella recogidos, aludirían directamente a las tres primeras aplicaciones, y de forma menos manifiesta también a las dos últimas.

Así, la presente investigación realiza una descripción general de los mensajes del suplemento *Juegos Deportivos* (ver apartado 3.3.1).

Del mismo modo, se ponen a prueba hipótesis que afirman que los deportistas de sexo masculino participantes en los Juegos Deportivos de la Rioja, en términos cuantitativos, serán representados con mayor frecuencia que las deportistas de sexo femenino en el suplemento *Juegos Deportivos*, lo que constituye una comprobación de hipótesis sobre las características de los mensajes (ver apartado 3.3.2.1).

Además, algunas hipótesis postulan que la representación de los deportistas de sexo masculino en el suplemento será mayor que la que les correspondería en términos de participación en el evento sobre el que este informa, lo que constituye una comparación del contenido de un medio con el “mundo real” (ver apartado 3.3.2.1).

El respectivo estudio de la representación de los deportistas de ambos sexos, en relación a su cobertura cuantitativa y asignación de lugares destacados de la publicación (respectivamente *selección* y *jerarquización* de la información), de algún modo constituiría una evaluación de grupos sociales concretos, en este caso deportistas de uno y otro sexo de forma diferencial.

Por último, el análisis de contenido aplicado sobre el suplemento *Juegos Deportivos* en la presente investigación no se ha realizado con la pretensión explícita de constituir un punto de partida para el estudio de los efectos mediáticos de esta publicación. Sin embargo, a modo de prospectiva, sí se apunta esta posibilidad (ver apartado 4.3).

### **2.3.3 Unidades de análisis y variables de estudio**

El análisis de contenido para abordar el estudio del *output* ha considerado dos unidades de análisis diferenciadas aunque interrelacionadas: las *unidades informativas* y las *fotografías*. Las *unidades informativas*, en líneas muy generales, pueden definirse

como cada uno de los conjuntos de información de diversa índole (textos, fotografías, etc.) que constituyen un “mensaje unitario” dentro de un número del suplemento. Las *fotografías*, además de ser consideradas como información integrante de las *unidades informativas*, también constituyen unidades de análisis independiente, pues por sí solas ya constituyen mensajes, aunque en este caso de naturaleza exclusivamente icónica.

La definición operativa tanto de las unidades de análisis como de las variables consideradas para cada una de ellas se han guiado por tres principios fundamentales a la hora de analizar la información: exhaustividad, sensibilidad y capacidad de segmentación e integración.

La adopción de la *unidad informativa* como unidad de análisis ha sido una opción metodológica encaminada a dar respuesta a las características del foco principal de esta investigación. Una opción que permite realizar una caracterización exhaustiva de los diferentes tipos de información contenidos en el suplemento *Juegos Deportivos* en función del género.

Asimismo, la definición operativa de las variables de estudio contempladas en las *unidades informativas* permiten una mayor sensibilidad en esta caracterización en función del género, pues consideran para realizarla tanto una jerarquía en los elementos textuales como la caracterización de textos y fotografías principales en paridad.

Por último, el diseño de las variables objeto de estudio en las *unidades informativas* se ha realizado en modo tal que permite tanto procesos de segmentación como de integración de los datos recogidos para caracterizar la información del suplemento *Juegos Deportivos* en función del género.

La segmentación se sustenta en la inclusión de variables que caracterizan todos los elementos de texto y las fotografías principales de las *unidades informativas* en función del género. La integración se sustenta en la inclusión de variables dependientes (calculadas a partir de los datos de las anteriores) que caracterizan globalmente los textos de las *unidades informativas* y a las propias *unidades informativas* en su conjunto en función del género.

La segmentación e integración de la información recogida facilita por una parte el ya mencionado incremento de sensibilidad del análisis de contenido, pero además, por otra, posibilita comparar los resultados de la presente investigación con los de otras que han utilizado otro tipo de unidades de análisis (textos de los artículos).

La definición de las variables, los valores que pueden adoptar cada una de ellas, así como los criterios para la asignación de estos valores en el análisis de contenido, se aporta para las *unidades informativas* y *fotografías* en sus respectivos libros de

codificación, que por su extensión se han trasladado a los anexos 6.3 y 6.4. Las relaciones que se establecen entre las variables consideradas se representan gráficamente en la Figura 4 (*unidades informativas*) y en la Figura 5 (*fotografías*) (p. 177 y p. 178, respectivamente). Asimismo, el apéndice 6.5, sobre una reproducción del suplemento objeto de estudio, proporciona ejemplos que facilitan la interpretación de los libros de codificación.

Aclarado lo anterior se procede a continuación a definir las unidades de análisis y a citar y clasificar las variables contempladas para cada una de ellas.

### **2.3.3.1 Unidades informativas como unidades de análisis**

Por *unidad informativa* se entiende un conjunto de información impreso en la publicación objeto de estudio que cumple las siguientes características:

- La información que la constituye tendrá carácter unitario, independientemente de que se encuentre formada por texto, imágenes, representaciones gráficas (dibujos, gráficos, infografías...) o una combinación de ellas. Para juzgar el carácter unitario de la información se tendrá en cuenta:
  - La cohesión temática o de contenidos.
  - La maquetación o distribución gráfica que invite a considerar un conjunto de información una unidad (agrupación de la información en cuadros, separación de otra información por líneas y espacios, organización en columnas bajo el mismo titular, etc.).
- La información que la constituye tendrá principio y fin en el seno del mismo número publicado. En el caso de que un conjunto de información que forma una unidad estuviera seriado o separado en más de un número de la publicación, cada una de las partes publicadas por separado constituirían una *unidad informativa* diferente.
- Siempre que un contenido informativo forme parte del mismo mensaje unitario, independientemente de que este se encuentre fragmentado entre varias páginas de la misma publicación, se considerará parte de la misma *unidad informativa*. Así, las caretas (resúmenes en portada de una información del interior) y pases de página (inicio de una información en portada que continúa en páginas interiores) constituirán una única *unidad informativa* junto a la información enlazada en el interior de la publicación.

Con las informaciones que abarcan varias páginas ocurrirá otro tanto.

- La *unidad informativa* podrá adoptar la forma de cualquier género periodístico basado en información textual (noticia, reportaje, entrevista, crónica, editorial, artículo de opinión, crítica...). Asimismo, cualquier otro elemento informativo (fotografías, tablas, gráficos, diagramas, etc.), cuando constituya un elemento

independiente, es decir, cuando no sirva para acompañar/ilustrar a cualquier otro tipo de información textual, podrá constituir por sí solo una *unidad informativa*.

- No constituirán *unidades informativas* las informaciones de carácter reiterativo entre publicaciones o en el seno de un número de la publicación cuya función sea la de presentar o designar la publicación (cabecera), u organizar/agrupar/diferenciar la información en su seno (encabezados de sección, epígrafes, cintillos, etc.).
- No constituirán unidades informativas aquellas informaciones de carácter publicitario y/o de patrocinio explícito. A efecto de discriminar la información susceptible de formar parte de unidades informativas de la información publicitaria y/o de patrocinio se tendrá en cuenta lo siguiente:
  - El contenido de la información y el modo en que es tratado: si en la información publicada predomina la función conativa/apelativa que persigue fomentar en el receptor la adquisición de bienes y servicios o la adopción de determinadas conductas (propia de la publicidad) o bien la representativa o referencial (predominante en la información periodística).
  - Se identificarán características propias del código comunicativo específico de la prensa (con su acento particular para la publicación objeto de estudio), que se distinga claramente de los códigos propios de los medios publicitarios:
    - Distribución gráfica general de la información, agrupada o separada a través de espacios y líneas.
    - Presentación de los textos en columnas que junto a las imágenes que lo acompañan se adaptan a espacios cuadrangulares (propios de la maquetación en forma de rejilla o cuadrícula de las páginas).
    - Utilización claramente codificada de las fuentes tipográficas (tipo y tamaño) para distinguir titulares del desarrollo de la información, género periodístico, etc.
    - Uso inalterado o no modificado de las fotografías y amoldamiento a la maquetación en rejilla descrita para los textos a los que acompañan.
    - Cualquier otro elemento de juicio que permita discriminar razonablemente la información publicitaria de la no publicitaria.

### 2.3.3.2 *Variables de estudio en las unidades informativas*

El análisis de contenido de las *unidades informativas* ha contemplado diversas variables. Estas, en función de su propósito, pueden clasificarse en cinco grupos: variables identificativas de la *unidad informativa*, variables de caracterización de la información de la *unidad informativa* en función del género, variables de caracterización de la *unidad informativa* en función de las especialidades deportivas que representa, variables de caracterización de la *unidad informativa* en relación a ubicaciones periódicamente destacadas y variables indicadoras de la cantidad de cobertura informativa asignada a la *unidad informativa*.

Las variables identificativas tienen como propósito identificar y en caso necesario poder localizar las *unidades informativas* analizadas, así como realizar una caracterización general de la información que contienen. Las variables que cumplen estos propósitos son: *número de unidad informativa analizada*, *fecha de publicación*, *título de la unidad informativa*, *descripción de la unidad informativa*, *página de inicio*<sup>38</sup> y *página de fin*<sup>39</sup>.

Cada una de las variables de caracterización de la información de la *unidad informativa* en función del género opera sobre un elemento de información diferente de las *unidades informativas*. Pertenecen a este grupo las siguientes variables: *género en el título*, *género en el antetítulo*, *género en el subtítulo*, *género en los destacados*, *género más relevante en las cajas*, *género más relevante en el cuerpo del texto*, *género más relevante en las tablas*, *género del texto dependiente de elementos icónicos*, *género preferente en la información en forma de texto*, *géneros citados en la información en forma de texto*, *género de la información en forma de texto*, *género de la fotografía principal*, y *género global de la unidad informativa*.

Las variables de caracterización de la *unidad informativa* en función de las especialidades deportivas que representa son las siguientes: *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa* y *cita de varias especialidades deportivas en la unidad informativa*.

Las variables de caracterización de la *unidad informativa* en relación a ubicaciones periódicamente destacadas son las siguientes: *portada*, *portada completa*, *contraportada*, *contraportada completa*, *página impar*, *página completa*, *doble página*, *doble página completa*, *cuadrante de inicio* y *hemisección vertical*.

---

<sup>38</sup> Esta variable cumplirá una doble función: identificativa y de apoyo al cálculo de la variable *número de páginas*. Es por ello que se incluye tanto en el grupo de variables que permiten la identificación y localización de la *unidad informativa* analizada como en el grupo de variables indicadoras de la cantidad de cobertura informativa.

<sup>39</sup> Ídem que nota al pie 38.

Las variables indicadoras de la cantidad de cobertura informativa asignada a la *unidad informativa* son las siguientes: *página de inicio*, *página de fin*, *número de páginas*, *superficie de la unidad informativa*, *superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa*, *superficie de la unidad informativa sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa*, *número de fotografías en la unidad informativa*, *superficie de la fotografía principal*, y *superficie de la fotografía principal sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa*.

En el *libro de codificación de las unidades informativas* (apéndice 6.3) se definen las anteriores variables, los valores que pueden adoptar cada una de ellas, así como los criterios para la asignación de estos en el análisis de contenido. Por su parte, la Figura 4 (apartado 2.3.3.5) muestra el tipo de relaciones que se establecen entre estas. La consulta de los apéndices 6.5 y 6.6, asimismo, puede facilitar la comprensión de estas variables y el modo en que se codifican.

### **2.3.3.3 Fotografías como unidades de análisis**

Las fotografías son imágenes de la realidad que se obtienen por la acción de la luz sobre un objeto material sensible a ella (películas fotográficas o con más frecuencia actualmente sensores integrados en las cámaras digitales). También se denomina fotografías a la impresión de estas imágenes sobre el papel u otros materiales.

En lo concerniente a esta investigación y como unidad de análisis, definimos la *fotografía* como una imagen fotográfica impresa en el seno de la publicación objeto de interés que reúne las siguientes características:

- Bien por sí mismas, o bien acompañando a otros tipos de información como textos, tiene el propósito de informar o de completar una información.
- No es por sí misma o no forma parte de mensajes publicitarios ni de patrocinio explícito (para ayudarnos a discriminar cuándo una información constituye un mensaje publicitario podemos atenernos a los indicadores citados al respecto para las *unidades informativas* -ver apartado 2.3.3.1-).
- No constituye en sí misma o forma parte de elementos de carácter reiterativo entre publicaciones o en el seno de la publicación que tengan por objeto organizar/agrupar/diferenciar la información en su seno (encabezados de sección, epígrafes, cintillos, etc.).
- No es una fotografía que cuya función sea identificar y/o resaltar la firma de un autor, periodista o corresponsal concreto.

### **2.3.3.4 Variables de estudio en las fotografías**

El análisis de contenido de las *fotografías* ha contemplado diversas variables. Estas, en función de su propósito, pueden clasificarse en cinco grupos: variables identificativas

de la *fotografía*, variables de caracterización de la *fotografía* en función del género, variables de caracterización de la *fotografía* en función de las especialidades deportivas que representa, variables de caracterización de la *fotografía* en relación a ubicaciones periodísticamente destacadas y variables indicadoras de la cantidad de cobertura informativa asignada a la *fotografía*.

Las variables identificativas tienen como propósito identificar y en caso necesario poder localizar las *fotografías* analizadas, así como relacionar cada *fotografía* con la *unidad informativa* en la que se enmarca. Las variables que cumplen estos propósitos son: *número de fotografía analizada*, *fecha de publicación*, *número de unidad informativa relacionada*, *título de la fotografía* y *página de inicio*.

La variable *género de la fotografía* es la única que caracteriza la información de la *fotografía* en función del género.

La variable *especialidad deportiva en la fotografía* es la única que caracteriza la información de esta en función de las especialidades deportivas que representa.

Las variables de caracterización de la *fotografía* en relación a ubicaciones periodísticamente destacadas son las siguientes: *constituye fotografía principal de la unidad informativa relacionada*, *portada*, *contraportada*, *página impar*, *fotografía única en portada*, *fotografía única en contraportada*, *doble página* y *única en doble página*.

Las variables indicadoras de la cantidad de cobertura informativa asignada a la *fotografía* son las siguientes: *número de fotografías en la unidad informativa relacionada*, *superficie de la fotografía* y *superficie de la fotografía sobre la superficie de la mancha total de la página de la fotografía*.

En el *libro de codificación de las fotografías* (apéndice 6.4) se definen las anteriores variables, los valores que pueden adoptar cada una de ellas, así como los criterios para la asignación de estos en el análisis de contenido. Por su parte, la Figura 5 (apartado 2.3.3.5) muestra el tipo de relaciones que se establecen entre estas. La consulta del apéndice 6.5, asimismo, puede facilitar la comprensión de estas variables y el modo en que se codifican.

### **2.3.3.5 Relaciones entre las variables**

La definición y criterios de asignación de valores (codificación) de las variables estudiadas para las *unidades informativas* y *fotografías* determinan que, entre algunas de ellas, existan relaciones de fuerte influencia e incluso dependencia. El presente apartado está encaminado a facilitar la comprensión de estas relaciones mediante su representación gráfica, que se ofrece para las *unidades informativas* en la Figura 4 y para las *fotografías* en la Figura 5.

Las relaciones entre las diferentes variables se harán patentes del siguiente modo:



- La flecha  $\longrightarrow$  indica que los valores de la variable (o variables) que se encuentran en el origen de la flecha determina (o determinan en su conjunto) los valores de la variable (o variables) destino de la flecha.
- La flecha  $\dashrightarrow$  indica que los valores de la variable (o variables) que se encuentran en el origen de la flecha condicionan fuertemente (o condicionan fuertemente en su conjunto) los valores de la variable (o variables) destino de la flecha.
- La ausencia de conexión a través de flechas entre dos variables indica la independencia de los valores entre esas variables o el limitado condicionamiento de los valores de una (o unas) en función de otra (u otras).  
Esta ausencia o escaso condicionamiento de los valores entre las variables debe entenderse desde el punto de vista apriorístico de la definición lógica de las variables (sistema categorial). No se refiere a la ausencia de correlación o covarianza estadística de los datos efectivamente recogidos sobre la población de estudio (*output*) de esta investigación.
- Dado que en algún caso una misma variable puede estar relacionada con varias a la vez, y al solo efecto de facilitar la lectura, se utilizan distintos colores, no teniendo esta circunstancia significado alguno sobre el carácter de la relación.

A continuación se ilustran los códigos con que se especifican las relaciones entre variables con un ejemplo:

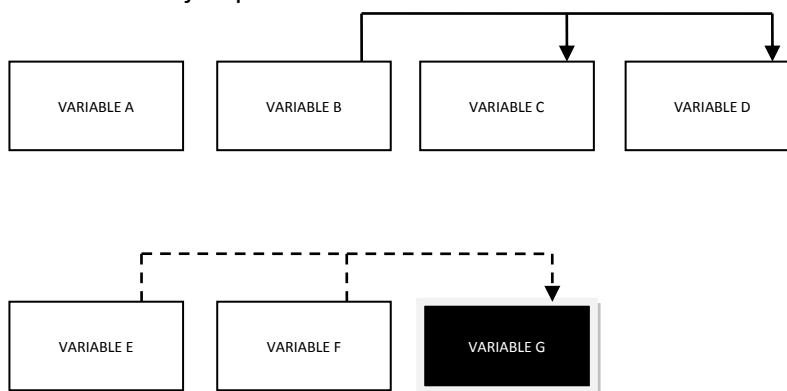


Figura 3. Códigos utilizados para ilustrar gráficamente relaciones apriorísticas entre variables

Para el ejemplo anterior:

- La variable A sería independiente de las demás.
- Los valores de la variable B determinarían los de las variables C y D.
- Los valores de las variables E y F, en su conjunto, condicionarían fuertemente los de la variable G.
- La variable G sería crítica en las pruebas de hipótesis.



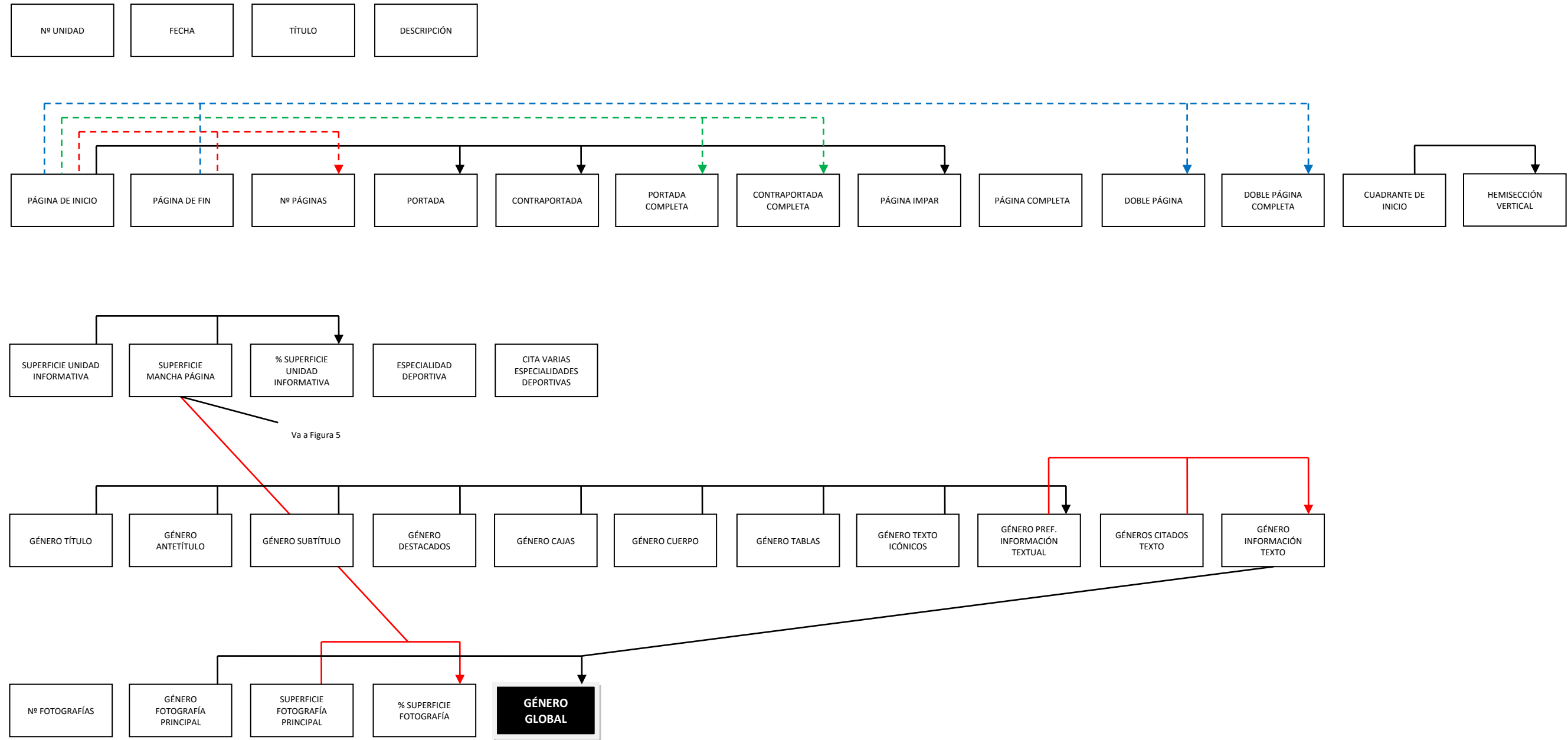


Figura 4. Relación entre variables de la unidad de análisis *unidad informativa*

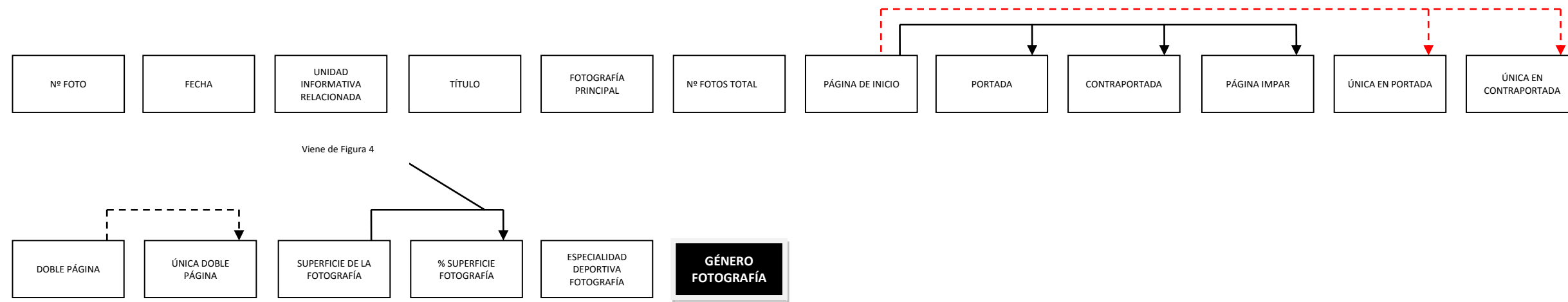


Figura 5. Relación entre variables de la unidad de análisis *fotografía*

### 2.3.4 Proceso de análisis del *output*

Como ya se comentó en apartados precedentes (2.3.2) el análisis del *output* se ha abordado a través de una técnica de análisis de contenido. La aplicación de esta se ha desarrollado a lo largo de diferentes fases: formulación del tema y planteamiento general de la investigación, conceptualización, operacionalización, elaboración de los libros de codificación e instrumento de registro, codificación de la información, uso preliminar de los datos obtenidos, validación del proceso de codificación, análisis de los datos y finalmente elaboración del informe de investigación.

Una vez determinado el tema general, la revisión de la literatura científica sobre el estado de la cuestión permitió la formulación de las hipótesis de investigación. Esta revisión también orientó el diseño general de esta, que contempla el estudio interrelacionado del *input*, *through-put* y *output*, siendo los dos primeros focos secundarios y el tercero el foco principal de ella (ver apartado 1.7.3). La población concreta sobre la que se aplica el análisis de contenido (ver apartado 2.3.1) se escogió en consonancia con el diseño adoptado.

La segunda fase fue la conceptualización del análisis de contenido. La revisión de la literatura permitió la identificación de variables críticas, que se analizaron desde los postulados teóricos de la Teoría del Establecimiento de la Agenda o *Agenda Setting* (ver apartado 1.6.2).

La identificación de variables críticas dio paso a la fase de operacionalización, donde se concretó cómo estas iban a ser evaluadas. Así, se seleccionaron las unidades de análisis en las que se centraría el análisis de contenido (*unidades informativas* y *fotografías*) y para cada una de ellas se definió un sistema categorial excluyente y exhaustivo (variables nominales) o se definió una técnica concreta de medida (variables cuantitativas). En la fase de operacionalización también se determinó una jerarquía en los elementos de texto considerados por algunas de las variables (ver apartado 2.3.5). La determinación de esta jerarquía permitió, en las *unidades informativas*, la integración de datos en variables que definían globalmente, en función del género, los elementos de texto y las *unidades informativas* en su conjunto.

Tras la operacionalización la siguiente fase fue la elaboración de los libros de codificación y el instrumento de registro.

Para cada unidad de análisis se elaboró un libro de codificación en el que se definen las variables y el sistema categorial (categorías nominales o valores cuantitativos que las variables pueden adoptar), así como exhaustivamente los criterios de codificación (variables nominales) y de asignación de valores (variables cuantitativas) que estas variables pueden adoptar. Los apéndices 6.3 y 6.4 recogen respectivamente los libros de codificación para las *unidades informativas* y las *fotografías*.

La definición inicial de los criterios de codificación/asignación de valores se basó en un análisis de la estructura de los diarios *El País*, *El Mundo*, *La Rioja* y el suplemento de *Juegos Deportivos* de este último. Estos criterios, aplicados en un análisis de contenido preliminar sobre información del suplemento *Juegos Deportivos* de la temporada anterior a la estudiada, se mejoraron en un proceso cíclico antes de iniciar el registro de los datos sobre la población interés de esta investigación. Así, cuando durante el análisis de contenido preliminar se detectaban carencias o casos particulares no contemplados en los libros de codificación, estos eran mejorados para dar respuesta a estas circunstancias. Los nuevos criterios adoptados fueron puestos a prueba y mejorados sucesivamente hasta que lograron analizarse tres números consecutivos de la publicación sin contratiempos en la codificación/determinación de valores, dándose entonces por definitivos.

En paralelo a los libros de codificación y siguiendo un proceso de mejora similar se desarrolló el instrumento de recogida de datos. Este consistió en un archivo Excel versión 2007, que contenía una hoja de cálculo independiente para cada una de las unidades de análisis (*unidades informativas y fotografías*).

En relación a la facilitación y minimización de errores en el registro de los datos el instrumento de registro presentaba las siguientes características: en él solo se visualizaban y podían registrarse los datos de las variables independientes del sistema categorial; limitaba el registro de datos a aquellas categorías o valores posibles para cada una de las variables; calculaba de modo automático los valores de las variables definidas como dependientes según el sistema categorial (implementación automática de algoritmos -ver apéndice 6.6-); advertía de la ausencia de codificación de variables; y advertía de incongruencias entre los datos registrados para variables relacionadas según el sistema categorial.

Una vez elaborados los libros de codificación y el instrumento de registro se procedió a la codificación de la información de la población estudiada (ver apartado 2.3.1). La codificación se llevó a cabo sobre los fondos documentales de la hemeroteca de la Biblioteca de La Rioja.

Los datos recogidos fueron utilizados en el trabajo de investigación final para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados del doctorando que suscribe estas líneas (Hermosilla, 2012). Este trabajo, antecedente directo del presente, concretamente llevó a cabo un análisis descriptivo segmentado por género de los datos. Este análisis descriptivo, de cara a la presente investigación, sirvió para preparar la entrevista con el Responsable de la publicación *Juegos Deportivos*, a través de la cual se aborda el estudio del *through-put*.

El mismo conjunto de datos, una vez transferido a SPSS y recodificado, fue utilizado para el análisis del *output* en la presente investigación. Previamente, sin embargo, con

el objeto de asegurar la calidad de estos, el proceso de su recogida fue sometido a un proceso de validación (ver apartado 2.3.6). El análisis de los datos, que se recoge en el apartado 3.3, permitió finalmente poner a prueba las hipótesis de investigación.

### **2.3.5 Determinación de la jerarquía de los elementos textuales en las unidades informativas**

Como ya se comentó anteriormente, el diseño adoptado para el análisis de contenido con el que se aborda el estudio del *output* se ha guiado por los principios de exhaustividad, sensibilidad y capacidad de segmentación e integración. Ello ha condicionado que, para la caracterización en función del género de la información de las *unidades informativas*, se hayan introducido variables cuyos valores dependen a priori de los valores de otras. Estas variables dependientes caracterizan globalmente la información de los elementos de texto o globalmente a las *unidades informativas* en su conjunto.

Concretamente los valores de la variable *género preferente en la información en forma de texto* dependen, en el siguiente orden jerárquico, de los valores de las variables *género en el título*, *género en el antetítulo*, *género en el subtítulo*, *género en los destacados*, *género más relevante en las cajas*, *género más relevante en el cuerpo del texto*, *género más relevante en las tablas* y *género del texto dependiente de los elementos icónicos*.

A su vez, los valores de la variable *género en la información en forma de texto* dependen de los valores de las variables *género preferente en la información en forma de texto* y *géneros citados en la información en forma de texto*.

Por último los valores de la variable *género global de la unidad informativa*, de importancia capital para la prueba de hipótesis, depende de los de las variables *género de la información en forma de texto* y *género de la fotografía principal*.

Las anteriores relaciones entre variables se representan gráficamente en la Figura 4 (p. 177). Asimismo, en el apéndice 6.6, se representan los algoritmos según los cuales se concretan los valores de las variables dependientes en función de los valores de las variables de las que dependen.

Todo lo expuesto nos permite concluir que para la caracterización global de la información de las *unidades informativas* en función del género (categoría adoptada por la variable *género global de la unidad de información*) se hace necesario considerar una organización jerárquica de los elementos de texto que las componen. Esta jerarquía también se utiliza para determinar el valor de la *especialidad deportiva más relevante* en el caso de que sean varias las citadas en una *unidad informativa*. En el presente apartado se describe el procedimiento seguido para la determinación de la jerarquía de los elementos de texto de las *unidades informativas*.

La particular semiótica del medio periodístico establece que algunos de los elementos de texto integrantes de los artículos presenten una mayor importancia que otros, lo que a su vez puede determinar su preeminencia en términos de orden de lectura. Así, titulares, antetítulos y subtítulos probablemente sean, por ese orden, los elementos de texto más relevantes. Además de los elementos anteriores, respecto al cuerpo de la noticia también tienen preeminencia los textos de destacados y cajas o boxes (sumarios). La mayor importancia otorgada a estos elementos de texto es una convención que se ve subrayada por los propios códigos periodísticos paralingüísticos (variaciones en tamaño y forma de tipografías, disposición espacial, etc.).

El orden de lectura y la importancia relativa de otros elementos tales como tablas, cuerpo del texto y textos que acompañan a los elementos icónicos (leyenda de las fotografías, por ejemplo), no queda sin embargo tan clara.

Además, debe tenerse en cuenta que los profesionales del medio, a la hora de maquetar las publicaciones, con diferentes propósitos y utilizando diferentes recursos pueden realzar determinados elementos en perjuicio de otros, creando focos de atención perceptiva y guiando de este modo el itinerario de lectura de una página en particular. Por último, y para complicar todo lo anterior, debe considerarse que cada individuo puede tener un particular modo de realizar la lectura de los diarios (orden de las páginas, secciones consultadas, elementos observados antes de decidir la lectura de una noticia completa, etc.).

No obstante las dificultades que presentaba, para los propósitos de esta investigación, resultaba fundamental establecer una jerarquía en los elementos de texto de la publicación estudiada. Las variables escogidas para las *unidades informativas* y el modo en que se definieron lo hacían requisito indispensable.

Para establecer esta jerarquía se siguió el siguiente procedimiento. En primer lugar, dentro de la población objeto de estudio, se buscó una noticia que contuviera la mayor variedad posible de elementos de texto considerados. Concretamente se seleccionó una noticia dispuesta a doble página titulada “Los escolares comienzan a jugar” (Nueva Rioja, 2010b), que exceptuando los antetítulos contenía todos los elementos de texto que se pretendían jerarquizar: título, subtítulo, destacados, cajas, cuerpo, tablas y texto de elementos icónicos. Esta noticia fue fotografiada y, con un programa de edición de imagen, sobre la fotografía fueron identificados y etiquetados aleatoriamente todos los elementos de texto. La imagen resultante fue utilizada junto a un sencillo cuestionario, en el que se solicitaba al encuestado clasificar los elementos de texto identificados en la fotografía por orden de importancia decreciente, asignándoles valores sin repetir de 1 a 7 (hay 7 elementos de texto identificados). El cuestionario además recogía información sobre el nivel de estudios, edad, sexo y



hábitos lectores de prensa de los encuestados. Tanto el cuestionario como la imagen de apoyo que lo acompañaba se incluyen en el apéndice 6.7.

El cuestionario fue pasado a un total de 71 personas, lectores habituales de prensa. Una vez recopiladas todas las respuestas los datos fueron introducidos en SPSS, codificándose cada elemento de texto como una variable diferenciada. Para cada uno de los elementos de texto (variables) se calcularon los índices de tendencia central media, mediana y moda, diferenciando dos grupos de datos: el del conjunto total de encuestados y el del subconjunto de encuestados que se declaró lector habitual de prensa impresa. Los resultados del análisis para ambos grupos se recogen respectivamente en la Tabla 5 y Tabla 6.

**Tabla 5. Índices de tendencia central de la jerarquización de los elementos de texto (conjunto total de encuestados)**

	"A"	"B"	"C"	"D"	"E"	"F"	"G"
Índices de tendencia central <sup>a</sup>	Título	Icónicos	Tablas	Cajas	Destacados	Cuerpo	Subtítulo
Media	1,42	5,48	5,04	4,25	3,72	5,46	2,62
Mediana	1,00	6,00	5,00	4,00	3,00	5,00	2,00
Moda	1	7	6	4	3	5	2

<sup>a</sup> N=71

**Tabla 6. Índices de tendencia central de la jerarquización de los elementos de texto (subconjunto de lectores habituales de prensa impresa)**

	"A"	"B"	"C"	"D"	"E"	"F"	"G"
Índices de tendencia central <sup>a</sup>	Título	icónicos	Tablas	Cajas	Destacados	Cuerpo	Subtítulo
Media	1,56	5,61	5,02	4,17	3,68	5,17	2,78
Mediana	1,00	6,00	6,00	4,00	3,00	5,00	2,00
Moda	1	7	6	4	3	5	2

<sup>a</sup> N=41

Observando los valores de los índices de tendencia central se puede proponer un orden de preeminencia o jerarquía para los elementos de texto considerados: cuanto menores sean los índices mayor sería la importancia jerárquica del elemento de texto, pues los encuestados asignaron valores sin repetir a estos elementos de texto entre 1 y 7, siendo el 1 el elemento que consideraban más importante y 7 el que menos.

Este orden, para el conjunto total de los datos y para el subconjunto de los datos de los encuestados que se declaran lectores habituales de prensa impresa, se recogen en la Tabla 7. En ella puede observarse que utilizando cualquiera de los tres índices de tendencia central, e independientemente del conjunto de datos empleados en el análisis, los elementos de texto jerárquicamente más relevantes por orden descendente serían los *títulos*, los *subtítulos*, los *destacados* y las *cajas*. A partir de ahí existen ciertas discrepancias en función del grupo de datos e índice de tendencia central considerados.

Para determinar de un modo definitivo la jerarquía se optó por escoger el subconjunto de datos de los encuestados que se declararon lectores habituales de prensa impresa (41 encuestados), por estar estos más familiarizados con los códigos paralingüísticos propios del medio. Como índice de tendencia central se optó por la mediana, pues este

es el más adecuado para variables medidas a nivel ordinal, como es el caso que aquí nos ocupa (Padilla, Merino, Rodríguez-Miñón, & Moreno, 1996). Para decidir sobre el empate que se establece entre los elementos de texto *icónicos* y *tablas* (ambos con valor de la mediana 6,00), se tomaron en consideración los valores de la media y moda para ambos elementos, considerándose así más preeminente el elemento *tablas*.

La jerarquía definitiva finalmente establecida quedó por tanto como sigue: *título, subtítulo, destacados, cajas, cuerpo, tablas e icónicos*. Entre el *título* y el *subtítulo* en la jerarquía se añadió el elemento de texto *antetítulo*, que no aparecía en la reproducción fotográfica que acompañaba a la encuesta, por ser este elemento de tipografía muy parecida al *subtítulo*, encontrarse adyacente también al *título* y encontrarse primero en el orden de lectura natural.

Tabla 7. Orden de preeminencia en la jerarquía de los elementos de texto según los índices de tendencia central de los datos de los cuestionarios

Orden de preeminencia en la jerarquía de los elementos de texto	Conjunto total de encuestados			Subconjunto de lectores habituales de prensa impresa		
	Media	Mediana	Moda	Media	Mediana	Moda
1º	Título (1,42)	Título (1,00)	Título (1)	Título (1,56)	Título (1,00)	Título (1)
2º	Subtítulo (2,62)	Subtítulo (2,00)	Subtítulo (2)	Subtítulo (2,78)	Subtítulo (2,00)	Subtítulo (2)
3º	Destacados (2,32)	Destacados (3,00)	Destacados (3)	Destacados (3,68)	Destacados (3,00)	Destacados (3)
4º	Cajas (4,25)	Cajas (4,00)	Cajas (4)	Cajas (4,17)	Cajas (4,00)	Cajas (4)
5º	Tablas (5,04)	Tablas-cuerpo (5,00)	Cuerpo (5)	Tablas (5,02)	Cuerpo (5,00)	Cuerpo (5)
6º	Cuerpo (5,46)		Tablas (6)	Cuerpo (5,17)	Icónicos-tablas (6,00)	Tablas (6)
7º	Icónicos (5,48)		Icónicos (7)	Icónicos (5,61)		Icónicos (7)

Si bien es cierto que una muestra de encuestados de composición diferente o más amplia y/o la utilización de una reproducción de la publicación distinta podría llevar a algún cambio en la jerarquía de los elementos de texto establecida, los resultados de los análisis del *output*, por diversos motivos, apenas se verían alterados. En primer lugar porque el código paralingüístico propio del medio periodístico impreso parece dejar claro que los *títulos, antetítulos y subtítulos* son los elementos más preeminentes. En segundo lugar debe considerarse que no en todas las *unidades informativas* se encuentran presentes todos los elementos de texto, lo que limitaría posibles conflictos entre ellos en lo que a la caracterización del género se refiere. Por último, debe pensarse que la caracterización global de los textos de las *unidades*

*informativas* se establece jerárquicamente en función de los elementos de texto individuales. Así por ejemplo, si el *género en el título* de una *unidad informativa* fuera codificado como “masculino”, la variable *género preferente en la información textual* sería también codificada como “masculino”, independientemente de los valores adoptados por variables que codifican el género referenciando a elementos de texto jerárquicamente inferiores.

### 2.3.6 Validez y fiabilidad. Validación del proceso de recogida de datos

La observación científica se caracteriza por su sistematicidad, lo que da lugar a que los datos obtenidos a través de ella puedan ser replicados por cualquier otro observador. El análisis de la *bondad* de los procedimientos empleados en investigación suele abordarse desde los conceptos de *validez* y *fiabilidad* (León & Montero, 1997). En el presente apartado se contrasta el cumplimiento de ambos por parte del análisis de contenido utilizado para el estudio del *output*, validando así la calidad de los datos obtenidos a través de este.

La *validez*, que supone que en un proceso de recogida de datos se obtengan los que realmente se pretende, suele a su vez estudiarse en relación a tres aspectos diferenciados de la misma: *validez de contenido*, *validez de constructo* y *validez orientada al criterio* (León & Montero, 1997).

“La validez de contenido estudia si la selección de conductas recogidas en un código es una muestra representativa del fenómeno que se pretende estudiar” (León & Montero, 1997, p. 59). En relación a ello, “la existencia de trabajos anteriores que ya habían utilizado con éxito esas categorías nos indicaría que la validez de contenido del código es adecuada” (León & Montero, 1997, p. 59). En este sentido, el análisis de contenido de la presente investigación cumpliría con este criterio, dado que utiliza unidades de análisis y variables equiparables a las de un gran número de otros investigadores (ver apartado 1.6.2).

“La validez de constructo indica en qué medida un código de observación es congruente con la teoría desde la que se formuló el problema” (León & Montero, 1997, p. 59). En el apartado 1.6 se exponen los postulados fundamentales de la Teoría del Establecimiento de la Agenda o *Agenda Setting*, para a continuación pasar a establecer equivalencias entre los indicadores/variables utilizados en esta y otras investigaciones con los niveles y procesos propuestos desde ese paradigma teórico. Tanto para las *unidades informativas* como para las *fotografías*, unidades de análisis utilizadas, se han propuesto conjuntos de variables que aluden directamente a los procesos de *selección* y *jerarquización* del primer nivel de la *Agenda Setting*, en una correspondencia lo suficientemente directa como para suponer que se da la *validez de constructo*.

Por último en relación a la *validez*, la “validez orientada al criterio establece en qué medida un código detecta las posibles variaciones del fenómeno que se pretende observar. En otras palabras, la validez orientada al criterio pretende estudiar el *grado de sensibilidad* de nuestro código a las variaciones del fenómeno” (León & Montero, 1997, p. 59). La *validez orientada al criterio* en el análisis de contenido de esta investigación se sustentaría en las características del diseño adoptado. Así, este diseño contempla el uso de dos unidades de análisis diferenciadas aunque interrelacionadas (*unidades de análisis y fotografías*). Además, para cada unidad de análisis se estudia un amplio conjunto de variables, tanto para la caracterización de género como para la determinación de la preeminencia periodística. Por último, a diferencia de otras investigaciones, que caracterizan en función del género las unidades de análisis con criterios sencillos pero poco sensibles a matices, las *unidades informativas* aquí son clasificadas integrando información de múltiples variables, que aluden a elementos de texto jerárquicamente considerados y a fotografías, aumentándose así la sensibilidad de esta caracterización.

El segundo concepto desde el que suele abordarse la *bondad* de un procedimiento de observación es la *fiabilidad*. “Básicamente, por *fiabilidad* -o confiabilidad- hacemos referencia al hecho de que un procedimiento de recogida de datos nos lleve siempre a la obtención de la misma información, dentro de una situación dada, independientemente de quién recoja los datos o del momento en que se recojan” (León & Montero, 1997, p. 56). Para asegurar la *fiabilidad* del procedimiento de recogida de datos del análisis de contenido se procedió a someterlo a un proceso de juicio de expertos. Este proceso implicó a múltiples observadores y abarcó tanto la interpretación de los libros de codificación como el uso del instrumento de registro. A continuación se expone paso a paso cómo se llevó a cabo.

En primer lugar se procedió a la selección de observadores. Se determinaron las características que debían reunir los candidatos. Debían ser expertos en actividad físico-deportiva, lectores habituales de prensa deportiva y tener disponibilidad y voluntad para participar en un proceso intelectual complejo que llevaría decenas de horas de trabajo sin contraprestación económica alguna.

Los observadores colaboradores fueron 4 hombres y 3 mujeres. 4 de los cinco ejercían como maestros especialistas en educación física con destino definitivo en centros públicos de primaria de la Comunidad Autónoma de La Rioja. Otra ejercía como profesora de educación física en secundaria en régimen de interinidad, también en esta Comunidad. En relación a su formación académica, la máxima titulación universitaria alcanzada por ellos era la de Maestro (especialidad Educación Física) en dos casos, Licenciadas en educación Física en otros dos y Doctor en el restante. Todos los colaboradores eran lectores regulares de prensa deportiva impresa.

Una vez reclutados los colaboradores se concertó una sesión formativa vespertina a la que acudieron todos. Esta sesión tuvo unas 5 horas de duración y se desarrolló en dependencias habilitadas para ello en la Universidad de La Rioja.

Al inicio de la sesión se asignó a cada uno de los participantes un espacio de trabajo y un ordenador dotado con el programa Excel 2003. Después se les entregaron sendas carpetas con contenido idéntico, que necesitarían tanto para la sesión formativa como para el posterior proceso de codificación autónomo. Las carpetas contenían un *dossier*, fotocopias de dos números de la publicación *Juegos Deportivos*, una memoria USB y un conjunto de pequeño material de oficina equivalente al que el doctorando había utilizado en el trabajo de campo para el análisis de contenido (lapicero, goma, sacapuntas, regla, cartabón y calculadora).

El *dossier*, que se reproduce en el apéndice 6.8, fue desarrollado para apoyar la sesión formativa y la posterior codificación autónoma de los observadores colaboradores. Su lectura puede dar una idea de cómo se desarrolló esta sesión. Además de en papel, a los colaboradores también se les entregó en PDF, grabado en la memoria USB.

En primer lugar y tras las presentaciones se expresó el objetivo de la colaboración solicitada: validar el procedimiento específico de recogida de datos (análisis de contenido) utilizado en una investigación. Para que actuaran como observadores ciegos, al objeto de evitar sesgos de expectativas en las codificaciones, en ningún momento se comentó a los colaboradores cuáles eran la hipótesis u objetivos concretos de la investigación. Sin embargo, dado el sistema categorial empleado y la naturaleza de la información analizada, fue inevitable que pudieran inferir el tema general de esta.

Para que tuvieran una perspectiva global del sentido de su trabajo, a los colaboradores se les explicaron los conceptos de *análisis de contenido*, *unidades de análisis* y *libro de codificación*.

A continuación se definieron y explicaron las unidades de análisis (*unidades informativas* y *fotografías*) y las variables contempladas para el estudio de cada una de ellas en esta investigación. Con la ayuda de los libros de codificación incluidos en el *dossier* se explicó el sistema categorial (categorías y valores que cada variable podía adoptar y criterios para asignarlos).

Tras ello, y sobre reproducciones de la publicación proyectadas (ejemplos del apéndice 6.5), se identificaron *unidades informativas* y *fotografías* y la forma de determinar sus respectivas superficies, así como los diferentes elementos de texto considerados en las variables.

A continuación se explicó el instrumento de recogida de datos: características generales y modo de inserción en la hoja Excel de los datos de cada caso o unidad de análisis y de cada variable dentro de estos.

Después se ejemplificó el proceso de codificación sobre un número del suplemento *Juegos Deportivos*. En una pantalla se proyectaba una reproducción de la publicación y en otra el archivo Excel donde ir codificando la información observada en la primera. En este archivo, en el que ya estaban grabados los datos de las variables identificativas de las unidades de análisis, el doctorando codificó ante los colaboradores varios casos, para pasarse a continuación a codificar otros entre colaboradores y doctorando. Cuando los colaboradores mostraron suficiente competencia en la codificación pasaron a llevarla a cabo de forma autónoma en sus propios ordenadores, consultando en caso de duda al doctorando. Al final de la sesión se comparó la codificación de diversos casos y se resolvieron dudas cuando surgían discrepancias.

Para concluir la sesión formativa se explicó la codificación que cada colaborador debía realizar individualmente para el proceso de validación. Cada uno de ellos debía analizar la información de las reproducciones de los dos números del suplemento *Juegos Deportivos* incluidos en su carpeta<sup>40</sup>. Los ejemplares, que habían sido previamente escogidos al azar, fueron para todos los colaboradores los mismos: los correspondientes al 05/05/11 y al 09/06/11. Las reproducciones consistían en fotocopias en blanco y negro en formato DIN A3, aunque en la memoria USB también se incluían en color y alta definición en formato PDF.

Los datos de la codificación debían ser registrados en un archivo Excel incluido en la memoria USB. Este archivo era idéntico al que fue utilizado como instrumento de registro por el doctorando. Al igual que en la sesión formativa, los casos de *unidades informativas* y *fotografías* presentes en los dos números a analizar de la publicación ya estaban identificados en el archivo. Es decir, los datos de las variables identificativas ya estaban introducidos (y protegidos, para evitar su borrado accidental). Esto se hizo así

---

<sup>40</sup> En relación al proceso de codificación y la fiabilidad Igartua y Humanes (2004, p. 87) afirma que “se requiere que participen dos o más codificadores, de modo que se pueda efectuar una doble codificación de al menos el 10% de muestra, con el fin de poder estimar la fiabilidad del proceso de codificación (Neuendorf, 2002)”. Dos números de la publicación suponían el 6,06% del total de la población estudiada. Estos dos números, en concreto, contenían el 5,34% y el 5,25% del total de *unidades informativas* y *fotografías* analizadas respectivamente. Se optó por estudiar la fiabilidad con un número menor de unidades de análisis pero mayor de codificadores (principal más cuatro colaboradores) para no sobrecargarlos de trabajo, pues no debe olvidarse que participaban desinteresadamente.

para asegurar que todos los colaboradores codificaran los casos en el mismo orden, facilitando la posterior comparación del grado de acuerdo entre los observadores<sup>41</sup>.

Una vez realizaron las codificaciones asignadas, los colaboradores hicieron llegar los datos recogidos al doctorando, directamente o bien a través de correo electrónico (el último lo hizo aproximadamente tres semanas después de la sesión formativa). Con los datos reunidos se procedió a la evaluación estadística del grado de acuerdo entre observadores, que se describe a continuación.

En primer lugar se descartaron al azar los datos remitidos por uno de los tres colaboradores de sexo masculino, para contar así con los de un número par de observadores colaboradores<sup>42</sup>, dos de cada sexo.

Para comparar los datos de los cuatro observadores colaboradores con los del observador principal (doctorando), en primer lugar se agruparon, variable a variable y para cada unidad de análisis (*unidades informativas* y *fotografías*), los datos en hojas Excel independientes. Una vez agrupados, los datos fueron transferidos a SPSS. Lógicamente no se compararon los datos entre el observador principal y los colaboradores para las variables identificativas, pues estas se les habían proporcionado a los colaboradores ya grabadas en el instrumento de registro.

Tanto para las *unidades informativas* como para las *fotografías* se utilizaron los mismos procedimientos estadísticos para evaluar la congruencia entre las observaciones.

Para las variables con nivel de medida nominal se analizaron porcentajes de acuerdo entre observadores (coincidencia de 5 de 5, 4 de 5, o 2 ó 3 de 5 observadores), por ser estos de fácil interpretación. Además, y dado que el porcentaje de acuerdo entre observadores tiene el inconveniente de sobrevalorar los acuerdos, pues no considera los debidos al azar (León & Montero, 1997), también se utilizó el índice de concordancia Kappa para evaluar el acuerdo entre el observador principal (doctorando) y cada uno de los observadores colaboradores.

El grado de acuerdo entre el observador principal y cada uno de los observadores colaboradores, en lo que a las variables cuantitativas se refiere, fue analizada mediante el coeficiente de correlación de Pearson.

---

<sup>41</sup> Ello no desvirtuaría la validación pues, a efectos de la comprobación de las hipótesis, el orden en que los casos son codificados (variables identificativas) no es relevante, mientras que la caracterización en función del género, especialidad deportiva, ubicación y cobertura periodística de cada caso particular sí lo sería.

<sup>42</sup> Los datos de los observadores colaboradores se comparan con los recogidos por el observador principal (doctorando), lográndose así un número impar de observaciones (5). Se evita de este modo que pueda haber casos en los que la mitad exacta de las observaciones muestre acuerdo, frente a la otra mitad que no lo haga, lo que dificultaría tomar decisiones respecto a la bondad de este acuerdo.

Los porcentajes de acuerdo entre observadores se calcularon a través de fórmulas directamente en Excel, mientras que para el cálculo de los coeficientes Kappa y Pearson se utilizó el SPSS.

Tabla 8, Proporción de coincidencias inter-observadores para las variables nominales de las *unidades informativas* consideradas en la validación del proceso de recogida de datos

Variable nominal considerada	% de casos en que coinciden las codificaciones		
	5 de los 5 observadores	4 de los 5 observadores	2 ó 3 de los 5 observadores
<i>Página de fin</i>	94,74	5,26	0
<i>Nº de páginas</i>	94,74	5,26	0
<i>Portada</i>	100	0	0
<i>Contraportada</i>	100	0	0
<i>Página impar</i>	100	0	0
<i>Portada completa</i>	100	0	0
<i>Contraportada completa</i>	100	0	0
<i>Página completa</i>	100	0	0
<i>Doble página</i>	100	0	0
<i>Doble página completa</i>	94,74	5,26	0
<i>Cuadrante de inicio</i>	94,74	5,26	0
<i>Hemisección vertical</i>	94,74	5,26	0
<i>Especialidad deportiva</i>	84,21	10,53	5,27
<i>Cita varias especialidades deportivas</i>	89,48	10,52	0
<i>Género en el título</i>	84,21	5,26	10,53
<i>Género en el antetítulo</i>	84,21	10,53	5,26
<i>Género en los subtítulos</i>	73,69	21,05	5,26
<i>Género en los destacados</i>	84,21	10,53	5,26
<i>Género en las cajas</i>	73,68	15,79	10,53
<i>Género en el cuerpo del texto</i>	31,57	36,84	31,58
<i>Género en las tablas</i>	94,73	0	5,26
<i>Género en el texto dependiente de elementos icónicos</i>	78,95	10,53	89,47
<i>Género preferente en la información textual</i>	84,21	10,53	5,26
<i>Géneros citados en el texto</i>	78,95	10,53	10,53
<i>Género de la información en forma de texto</i>	78,95	10,53	10,53
<i>Género de la fotografía principal</i>	63,16	31,58	5,26
<i>Género global de la unidad informativa</i>	89,47	5,26	5,26
<b>PROMEDIO</b>	86,94	8,38	7,60



La Tabla 8 muestra, para las variables nominales de las *unidades informativas*, los porcentajes de acuerdo inter-observadores. El promedio para todas las variables del porcentaje de casos en los que coinciden las codificaciones de 5 de los 5 observadores (principal y 4 colaboradores) es de 86,94%. El promedio para todas las variables del porcentaje de casos en los que coinciden las codificaciones de 4 de los 5 observadores es de 8,38%. Por último, el promedio para todas las variables del porcentaje de casos en los que coinciden las codificaciones de 2 ó 3 de los 5 observadores es de 7,60%. De lo anterior se deduce que el promedio para todas las variables del porcentaje de casos en los que coinciden las codificaciones de 4 ó 5 de los 5 codificadores es del 95,32%. Este porcentaje es muy alto, incluso considerando las coincidencias al azar que pudieran darse entre casos, por lo que puede concluirse que los índices de acuerdo entre los observadores son muy elevados.

La Tabla 9 incluye los índices de concordancia Kappa, cuando estos pudieron calcularse<sup>43</sup>, entre las observaciones del observador principal y cada uno de los cuatro observadores colaboradores para todas las variables nominales de las *unidades informativas*. Los promedios de Kappa para el conjunto variables fueron: 0,925 con el observador colaborador 1; 0,914 con el observador colaborador 2; 0,911 con el observador colaborador 3; y 0,921 con el observador colaborador 4. Todos estos valores definirían la concordancia como muy buena<sup>44</sup>.

La Tabla 10, a través del coeficiente de correlación de Pearson, refleja la concordancia entre las observaciones del observador principal y cada uno de los cuatro colaboradores en las variables cuantitativas de las *unidades informativas*. En todos los casos la correlación es significativa al nivel 0,01, por lo que puede concluirse que las observaciones realizadas por el observador principal y los observadores colaboradores son sustancialmente iguales.

---

<sup>43</sup> El cálculo de Kappa requiere tablas de contingencia simétricas de 2 vías en la que los valores de la primera variable (observador principal) sean idénticos a los de la segunda (observador colaborador); asimismo ninguna de las variables puede ser una constante. Cuando el conjunto de los datos recogidos para la validación no satisface las anteriores condiciones Kappa no puede calcularse y esta circunstancia se hace constar con el signo "-", tanto en la casilla de este índice como en la de la respectiva equivalencia según Landis y Koch.

<sup>44</sup> Landis y Koch (1977) establecieron unos márgenes para el coeficiente Kappa a la hora de interpretar la fuerza de la concordancia entre dos observaciones. Tomando como referencia estos márgenes se califica la fuerza de la concordancia como: "muy mala" ("MM"), para  $Kappa < 0,2$ ; "mala" ("M"), para  $0,2 \leq Kappa < 0,4$ ; "moderada" ("Mo"), para  $0,4 \leq Kappa < 0,6$ ; "buena" ("B"), para  $0,6 \leq Kappa < 0,8$ ; "muy buena" ("MB"), para  $0,8 \leq Kappa \leq 1$ .

Tabla 9, Concordancia entre el observador principal y observadores colaboradores (índice de concordancia Kappa y grado de acuerdo equivalente según Landis y Koch) para las variables nominales de las *unidades informativas* consideradas en la validación del proceso de recogida de datos

Variable nominal considerada	Concordancia entre el observador principal...							
	...y observador colaborador 1		...y observador colaborador 2		...y observador colaborador 3		...y observador colaborador 4	
	Kappa	Landis y Koch	Kappa	Landis y Koch	Kappa	Landis y Koch	Kappa	Landis y Koch
<i>Página de fin</i>	1	MB	1	MB	,936	MB	1	MB
<i>Nº de páginas</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Portada</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Contraportada</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Página impar</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Portada completa</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Contraportada completa</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Página completa</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Doble página</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Doble página completa</i>	1	MB	,642	B	1	MB	1	MB
<i>Cuadrante de inicio</i>	1	MB	1	MB	1	MB	,835	MB
<i>Hemisección vertical</i>	1	MB	1	MB	1	MB	,642	B
<i>Especialidad deportiva</i>	1	MB	,872	MB	-	-	,935	MB
<i>Cita varias especialidades deportivas</i>	,855	MB	,855	MB	,855	MB	-	-
<i>Género en el título</i>	,753	B	,753	B	,835	MB	1	MB
<i>Género en el antetítulo</i>	-	-	,457	Mo	-	-	-	-
<i>Género en los subtítulos</i>	-	-	,735	B	,735	B	-	-
<i>Género en los destacados</i>	,862	MB	,852	MB	-	-	-	-
<i>Género en las cajas</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Género en el cuerpo del texto</i>	,781	B	,925	MB	,571	Mo	,301	M
<i>Género en las tablas</i>	,890	MB	1	MB	-	-	1	MB
<i>Género en el texto dependiente de elementos icónicos</i>	,848	MB	-	-	,855	MB	1	MB
<i>Género preferente en la información textual</i>	,893	MB	1	MB	,817	MB	,893	MB
<i>Géneros citados en el texto</i>	,818	MB	,913	MB	,758	B	,909	MB
<i>Género de la información en forma de texto</i>	,822	MB	,915	MB	,763	B	,911	MB
<i>Género de la fotografía principal</i>	,846	MB	,924	MB	-	-	,924	MB
<i>Género global de la unidad informativa</i>	,824	MB	1	MB	1	MB	,908	MB
<b>PROMEDIO</b>	,925	MB	,914	MB	,911	MB	,921	MB

Tabla 10, Concordancia entre el observador principal y observadores colaboradores (coeficiente de correlación de Pearson) para las variables escalares de las *unidades informativas* consideradas en la validación del proceso de recogida de datos

Variable cuantitativa considerada	Coeficiente de correlación de Pearson entre medidas del observador principal y...			
	...observador colaborador 1	...observador colaborador 2	...observador colaborador 3	...observador colaborador 4
<i>Nº de páginas</i>	1,000**	1,000**	,792**	1,000**
<i>Superficie de la unidad informativa</i> <sup>45</sup>	1,000**	1,000**	1,000**	,999**
<i>Superficie relativa de la unidad informativa</i>	1,000**	1,000**	1,000**	,999**
<i>Número de fotografías</i>	,967**	,984**	,984**	,984**
<i>Superficie de la fotografía principal</i>	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**
<i>Superficie relativa de la fotografía principal</i>	1,000**	1,000**	1,000**	1,000**
<b>PROMEDIO</b>	,995	,997	,963	,997

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

La Tabla 11 muestra, para las variables nominales de las *fotografías*, los porcentajes de acuerdo inter-observadores. El promedio para todas las variables del porcentaje de casos en los que coinciden las codificaciones de 5 de los 5 observadores (principal y 4 colaboradores) es de 95,65%. El promedio para todas las variables del porcentaje de casos en los que coinciden las codificaciones de 4 de los 5 observadores es de 4,34%. Por último, el promedio para todas las variables del porcentaje de casos en los que coinciden las codificaciones de 2 ó 3 de los 5 observadores es de 0%. De lo anterior se deduce que el promedio para todas las variables del porcentaje de casos en los que coinciden las codificaciones de 4 ó 5 de los 5 codificadores es del 100%. Este porcentaje es muy alto, incluso considerando las coincidencias al azar que pudieran darse entre casos, por lo que puede concluirse que los índices de acuerdo entre los observadores son muy elevados.

La Tabla 12 incluye los índices de concordancia Kappa, cuando estos pudieron calcularse, entre las observaciones del observador principal y cada uno de los cuatro observadores colaboradores para todas las variables nominales de las *fotografías*. Los promedios de Kappa para el conjunto variables fueron: 0,979 con el observador colaborador 1; 0,988 con el observador colaborador 2; 0,874 con el observador

---

<sup>45</sup> Dado que los observadores colaboradores trabajaron sobre reproducciones en tamaño DIN A3 de las publicaciones, mientras que la observación principal se realizó sobre originales (de mayor tamaño), los valores de la variable *superficie de la unidad informativa* han sido recalculados para el observador principal partiendo de los valores de sus registros en la variable *superficie relativa de la unidad informativa*.

colaborador 3; y 0,982 con el observador colaborador 4. Todos estos valores definirían la concordancia como muy buena.

Tabla 11, Proporción de coincidencias inter-observadores para las variables nominales de las *fotografías* consideradas en la validación del proceso de recogida de datos

Variable nominal considerada	% de casos en los que coinciden las codificaciones		
	5 de los 5 observadores	4 de los 5 observadores	2 ó 3 de los 5 observadores
<b>Fotografía principal</b>	95,65	4,34	0
<b>Portada</b>	100	0	0
<b>Contraportada</b>	10	0	0
<b>Página impar</b>	100	0	0
<b>Única en portada</b>	95,65	4,35	0
<b>Única en contraportada</b>	95,65	4,35	0
<b>Doble página</b>	100	0	0
<b>Única en doble página</b>	100	0	0
<b>Especialidad deportiva</b>	91,3	0	10,53
<b>Género de la fotografía</b>	91,3	4,35	5,26
<b>PROMEDIO</b>	95,65	4,34	0

La Tabla 13, a través del coeficiente de correlación de Pearson, refleja la concordancia entre las observaciones del observador principal y cada uno de los cuatro colaboradores en las variables cuantitativas de las *fotografías*. En todos los casos la correlación es significativa al nivel 0,01, por lo que puede concluirse que las observaciones realizadas por el observador principal y los observadores colaboradores son sustancialmente iguales.

Los elevados índices de acuerdo entre observadores, en las variables nominales, y la fuerte correlación estadística entre los valores recogidos por el observador principal y los observadores colaboradores, en las variables cuantitativas, para ambas unidades de análisis (*unidades informativas* y *fotografías*), permiten concluir que el procedimiento de recogida de datos manifiesta suficiente fiabilidad. La fiabilidad del procedimiento de recogida de datos permite garantizar la calidad de los datos recogidos en el trabajo de campo por el observador principal, que serán utilizados para realizar el análisis del *output*.

Tabla 12, Concordancia entre el observador principal y observadores colaboradores (índice de concordancia Kappa y grado de acuerdo equivalente según Landis y Koch) para las variables nominales de las *fotografías* consideradas en la validación del proceso de recogida de datos

Variable nominal considerada	Concordancia entre el observador principal y...							
	...observador colaborador 1		...observador colaborador 2		...observador colaborador 3		...y observador colaborador 4	
	Kappa	Landis y Koch	Kappa	Landis y Koch	Kappa	Landis y Koch	Kappa	Landis y Koch
<i>Fotografía principal</i>	1	MB	1	MB	,911	MB	1	MB
<i>Portada</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Contraportada</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Página impar</i>	1	MB	1	MB	1	MB	1	MB
<i>Única en portada</i>	1	MB	1	MB	,646	B	1	MB
<i>Única en contraportada</i>	1	MB	1	MB	,646	B	1	MB
<i>Doble página</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Única en doble página</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Especialidad deportiva</i>	1	MB	-	-	-	-	,942	MB
<i>Género de la fotografía</i>	,828	MB	,914	MB	,914	MB	,914	MB
<b>PROMEDIO</b>	,979	MB	,988	MB	,874	MB	,982	MB

Tabla 13, Concordancia entre el observador principal y observadores colaboradores (coeficiente de correlación de Pearson) para las variables escalares de las *fotografías* consideradas en la validación del proceso de recogida de datos

Variable cuantitativa considerada	Coeficiente de correlación de Pearson entre medidas del observador principal y...			
	...observador colaborador 1	...observador colaborador 2	...observador colaborador 3	...observador colaborador 4
<i>Superficie de la fotografía<sup>46</sup></i>	,998**	,998**	,998**	,991**
<i>Superficie relativa de la fotografía</i>	,998**	,998**	,998**	,991**
<i>Número de fotografías en la unidad informativa relacionada</i>	,984**	,984**	,952**	,924**
<b>PROMEDIO</b>	,993	,993	,983	,969

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

### 2.3.7 Análisis estadísticos

El análisis del *output* (suplemento *Juegos Deportivos*) se materializa en tres apartados: en el primero se analiza la estructura del suplemento (3.3.1.); en el segundo se realiza un análisis estadístico descriptivo de los datos recogidos sobre él (3.3.2); y en el tercero, a través de diferentes pruebas estadísticas, se ponen a prueba las hipótesis de investigación (3.3.3).

<sup>46</sup> Ídem que nota al pie 45, pero en este caso para las *fotografías* como unidad de análisis.

El análisis estadístico descriptivo, de carácter univariado, además de proporcionar un primer tanteo sobre algunas de las hipótesis, permite, en relación con información recabada a través del análisis del *through-put*, justificar la prueba de ciertas hipótesis no solo para el conjunto total de los datos sino también para un subconjunto de ellos (artículos y noticias; ver apartados 3.2 y 3.3.2.4). Este primer análisis estadístico contempla: para variables cualitativas: la distribución de frecuencias; para variables cuantitativas: la distribución de frecuencias (agrupadas o no por intervalos), la representación gráfica de estas cuando proceda mediante histogramas de frecuencias, el cálculo de la media como índice de tendencia central y de la amplitud total y la desviación típica como índices de variabilidad.

En relación a la prueba de hipótesis se establecen cuatro grupos de procedimientos estadísticos para resolverlas, que en esta investigación, en aras de una mayor simplicidad denominaremos Grupo A, Grupo B, Grupo C y Grupo D.

El Grupo A consiste en una prueba de bondad de ajuste, desarrollada a través de la prueba *Chi-cuadrado* para una muestra. Se utiliza *Chi-cuadrado* para contrastar hipótesis que implican a una sola variable nominal demostrando, para el intervalo de confianza establecido, que las diferencias presentes entre las categorías no son fruto del azar. Es decir, se comparan las frecuencias observadas o empíricas con las esperadas o teóricas de cada categoría (bondad de ajuste) (Álvarez et al.; Lind, Marchal & Wathen, 2008).

El Grupo B consiste en un análisis de varianza de un factor (*ANOVA de un factor*). En esta investigación el *factor* o *variable independiente* que define los grupos a comparar son, para las *unidades informativas*, la variable *género global de la unidad informativa*, y, para las *fotografías*, la variable *género de la fotografía*. Las variables *dependientes*, por su parte, son variables cuantitativas que informan sobre la cantidad de cobertura informativa. El análisis ANOVA permite comprobar si existen diferencias en la cantidad de cobertura en función de la codificación de género de las unidades de análisis (*unidades informativas* o *fotografías*).

La prueba *ANOVA de un factor* se acompaña de comparaciones múltiples *post hoc* o *a posteriori*. Así, no solo se contrasta si los promedios de las variables cuantitativas de los grupos comparados son iguales, sino también se determina cuáles son las medias que difieren, en caso de que lo hagan. Las comparaciones *post hoc* obtenidas son las de *Tukey* y *Games-Howell*. Para determinar cuál de las dos es considerada (*Tukey*, asumiendo varianzas iguales, o *Games-Howell*, no asumiendo varianzas iguales) se realiza previamente la prueba de *Levene* sobre *homogeneidad de varianzas* (Álvarez et al.).

La prueba de hipótesis que relacionan dos variables nominales se llevará a cabo mediante los procedimientos estadísticos del denominado Grupo C. Estos

procedimientos comprenden la elaboración de tablas de contingencia y el cálculo de el coeficiente *V de Cramer*. Concretamente, a través de estos coeficientes, se estudia la correlación entre la caracterización de género de las unidades de análisis y su presencia en lugares periodísticamente destacados en la publicación. Para las *unidades informativas* la caracterización de género vendrá determinada por los valores adoptados por la variable *género global de la unidad informativa*, mientras que para las *fotografías* la caracterización de género vendrá determinada por los valores adoptados por la variable *género de la fotografía*. Las anteriores variables se relacionan con aquellas que indican la ubicación o disposición de las unidades de análisis de modo periodísticamente preeminente.

Finalmente, el Grupo D comprende la utilización de una prueba no paramétrica *binomial* para contrastar hipótesis de bondad de ajuste referidas a variables dicotómicas, en la que las que se evalúa el ajuste entre las proporciones efectivamente observadas y las teóricamente esperadas para una categoría determinada (Álvarez et al.). La evaluación de este ajuste se llevará a cabo o bien sobre hipótesis que aluden al género o bien sobre hipótesis que aluden a la especialidad deportiva (fútbol).

Por una parte, el Grupo D de procedimientos estadísticos se utiliza con hipótesis que postulan que la representación de los deportistas de sexo masculino en el suplemento es superior a la que podría esperarse en función de su respectiva tasa de participación en los Juegos Deportivos de La Rioja. Así, en las variables que definen en términos de género elementos informativos relevantes del suplemento *Juegos Deportivos (output)*, se compara la proporción de casos codificados como “masculino” con la proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de la Rioja (*output*)<sup>47</sup>. Es decir, se comprueba si existen diferencias significativas, en función del género, entre la participación real y la representación mediática.

Por otra parte, el Grupo D se utiliza para comprobar hipótesis que postulan que el fútbol recibirá una representación mediática superior a la que le correspondería en términos de participaciones en los Juegos Deportivos.

En su origen, la variables utilizadas en la prueba *binomial* no son dicotómicas. Dado que esta prueba lo requiere, previamente a los análisis se procede a la dicotomización de las variables empleadas.

Las variables que aluden al género, además de poder adoptar las categorías de “masculino” y “femenino”, pueden adoptar la de “neutro” o incluso la de “no

---

<sup>47</sup> Ver apartado 3.1.1.

congruente”<sup>48</sup>. Así, la dicotomización se implementa mediante un filtrado de casos que solo contempla el análisis de aquellos que adoptan la categoría “masculino” o “femenino”, descartando aquellos otros en los que la caracterización en función del género no es taxativa.

En el caso de la variable *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa*, la dicotomización se establece mediante la recodificación de los valores de la variable y el establecimiento de un punto de corte al ejecutar la prueba<sup>49</sup>. Puede compararse así de forma aislada el porcentaje de *unidades informativas* dedicadas por completo o preferentemente al fútbol con el porcentaje real de participaciones (*valor de prueba*) en los Juegos Deportivos de La Rioja en esta especialidad (ver apartado 3.1.2).

Todos los análisis estadísticos, tanto los descriptivos como los encaminados a la prueba de hipótesis, se realizan con el programa SPSS 19.0 para Windows. Para todos los análisis que lo requieren se establece un nivel de significancia de 0,05.

---

<sup>48</sup> En líneas generales la categoría “masculino” se adopta cuando en los elementos considerados solo se citan, u observan, en el caso de las *fotografías*, deportistas o agrupaciones deportivas de sexo masculino; la categoría “femenino” se adopta cuando solo se citan u observan deportistas o agrupaciones deportivas de sexo femenino; la categoría “neutro” se adopta cuando no aparecen citados o no se observan deportistas o agrupaciones deportivas, o cuando aparecen citados o pueden observarse ambos sexos; la categoría “no congruente”, exclusiva de la variable *género global de la unidad informativa*, se adopta cuando la codificación en género de las variables que la definen (*género de la información en forma de texto y género de la fotografía principal*) es discrepante.

Los criterios exhaustivos para la asignación de categorías en variables que definen la información del suplemento en función del género pueden consultarse en el *libro de codificación de las unidades informativas* y el *libro de codificación de las fotografías* (anexos 6.3 y 6.4, respectivamente).

<sup>49</sup> Se asigna el valor de código numérico más pequeño a la categoría “fútbol” en SPSS y al ejecutar la prueba se hace constar como punto de corte para la prueba este valor. La salida de resultados ofrece así el porcentaje de frecuencias de la categoría “fútbol” como valor a ser contrastado con el *valor de prueba* (porcentaje de participaciones en los juegos deportivos en este deporte) y lo enfrenta al porcentaje agregado del resto de categorías, es decir, al del resto de deportes.



---

# **3 RESULTADOS**

---



### 3.1 Resultados del *Input*: Obtención de indicadores de participación en los Juegos Deportivos

#### 3.1.1 Porcentaje de participaciones masculinas

La Memoria de los Juegos Deportivos de La Rioja Temporada 2010-2011 (Gobierno de La Rioja), entre sus informaciones estadísticas, incluye una relación de participaciones desglosadas por zona deportiva, categoría y sexo (Tabla 14). La suma de participaciones masculinas en cada una de las categorías (2184 participaciones en *prebenjamín*, 2417 en *benjamín*, 3131 en *alevín*, 3777 en *infantil*, 1652 en *cadete*, 1068 en *juvenil* y 14 en *discapacitados*) nos proporcionaría el total de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja 2010-2011, que ascendería a 14243.

Al expresar las 14243 participaciones masculinas como un porcentaje de las participaciones totales de ambos sexos (21444) obtendríamos el indicador de participación por sexos perseguido, es decir, el *porcentaje de participaciones masculinas sobre el total de participaciones de ambos sexos*, que sería el 66,42%.

**Tabla 14. Número de participaciones por zona deportiva, categoría y sexo en los Juegos Deportivos de La Rioja 2010-2011<sup>50</sup>**

Zonas deportivas	Categorías														Totales
	Pre-benjamín		Benjamín		Alevín		Infantil		Cadete		Juvenil		Discap.		
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	
Alfaro	156	65	140	109	127	90	219	148	73	37	51	1	0	0	1216
Arnedo	94	35	132	41	193	76	221	168	75	32	43	13	0	0	1123
Calahorra	311	149	323	126	473	268	445	338	178	97	119	37	0	0	2864
Cervera del río alhama	30	12	38	25	63	72	1	3	32	17	0	12	0	0	305
Haro	76	45	105	39	161	135	258	169	93	40	45	10	0	0	1176
Logroño	1238	440	1317	522	1488	741	2089	1386	937	463	559	129	14	6	11329
Murillo de río leza	158	79	200	78	355	167	302	190	159	41	160	19	0	0	1908
Nájera	63	19	96	48	152	108	172	113	49	19	26	2	0	0	867
Sto. Domingo de la calzada	58	31	66	38	100	56	58	36	56	24	65	1	0	0	589
Torrejón de Ardoz	0	0	0	0	19	30	12	6	0	0	0	0	0	0	67
<b>Totales</b>	<b>2184</b>	<b>875</b>	<b>2417</b>	<b>1026</b>	<b>3131</b>	<b>1743</b>	<b>3777</b>	<b>2557</b>	<b>1652</b>	<b>770</b>	<b>1068</b>	<b>224</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	
Suma por categorías	3059		3443		4874		6334		2422		1292		20		21444

#### 3.1.2 Porcentaje de participaciones en fútbol

La Memoria de los Juegos Deportivos de La Rioja Temporada 2010-2011, entre sus informaciones estadísticas, bajo el epígrafe “1. Comparativa del número de participaciones por deporte” (Gobierno de La Rioja, 2011, p. 1) introduce un cuadro en el que se relaciona el número de participaciones en cada modalidad deportiva por

<sup>50</sup> Adaptada de la Memoria de los Juegos Deportivos de La Rioja Temporada 2010-2011 (Gobierno de La Rioja). “M” alude a “masculino”, “F” a “femenino” y “Discap.” a “discapacitados”.

temporada de los Juegos, desde la temporada 2003-2004 hasta la 2010-2011, objeto de interés en este trabajo.

Del cuadro nombrado en el párrafo anterior se infiere que, para cada deporte, el número y porcentaje de participación sobre el total<sup>51</sup> de participaciones en la temporada 2010-2011 de los Juegos fueron las siguientes: 123 participaciones en deportes en la naturaleza (el 0,57% sobre el total); 9 en “acuatlón” (0,04%); 109 en ajedrez (0,51%); 848 en atletismo (3,95%); 90 en bádminton (0,42%); 2623 en baloncesto (12,2%); 662 en balonmano (3,08%); 0 en caza (0%); 45 en ciclismo (0,21%); 0 en deporte de discapacitados (0%)<sup>52</sup>; 73 en duatlón (0,34%); 0 en esgrima (0%); 3527 en esquí (16,41%); 3580 en fútbol (16,66%); 2883 en fútbol sala (13,41%); 691 en gimnasia (3,21%); 0 en golf (0%); 72 en hípica (0,33%); 1002 en judo (4,66%); 448 en karate (2,08%); 63 en *kick-boxing* (0,29%); 0 en montañismo (0%); 1340 en multideporte (6,23%); 502 en natación (2,34%); 178 en orientación (0,83%); 98 en patinaje (0,46%); 936 en pelota (4,35%); 64 en pesca (0,30%); 141 en piragüismo (0,66%); 79 en preuniversitario (0,37%); 215 en taekwondo (1%); 531 en tenis (2,47%); 79 en tenis de mesa (0,37%); 0 en tiro con arco (0%); 32 en tiro olímpico (0,15%); y 451 en voleibol (2,1%).

Según los datos anteriores el *porcentaje de participaciones en fútbol sobre el total de participaciones en todas las especialidades deportivas* sería 16,66%.

---

<sup>51</sup> La suma del total de participaciones por deporte que aparece en este cuadro asciende a 21494 para la temporada 2010-2011. Sin embargo, en la tabla se incluye una casilla de “totales” en la que se consigna como número de participaciones la cifra 21444, que por otra parte es la que concuerda con la información de otras fuentes de la Memoria (ver Tabla 14). La causa más probable de la diferencia entre ambas cifras es que quien elaboró el documento cometió algún error al introducir los datos sobre el número de participaciones en alguno de los deportes (para el resto de temporadas que aparecen reflejadas la suma de participaciones en cada deporte concuerda con la cifra que aparece en la casilla “totales”). De todos modos la diferencia entre ambas cifras es pequeña (50 participaciones) y no se detectan variaciones muy sustanciales entre el número de participaciones en los deportes entre la temporada 2010-2011 y la 2009-2010. Para el cálculo de la tasa (porcentaje) de participaciones por deporte como total se utilizará por tanto la cifra 21494, pues se desconoce en qué deporte se ha producido el error.

<sup>52</sup> Dado que en la temporada 2010-2011 sí participaron discapacitados (ver Tabla 14) necesariamente estos lo hicieron integrados junto al resto de deportistas, o quien elaboró la tabla cometió un error en la introducción de estos datos (ver nota al pie 51).

### 3.2 Resultados del *through-put*: Determinación de subconjuntos de datos para la replicación de pruebas de hipótesis

Las *unidades informativas* descritas como “fotonoticias”, “tablas informativas” y “tablas de resultados-clasificación” reciben, con una frecuencia muy elevada, una codificación de género “masculina” (ver apartado 3.3.2.4). De existir criterios diferentes a la hora de elaborar este tipo de *unidades informativas*, podría justificarse excluir una o varias de ellas en una replicación de las pruebas de hipótesis que se prevén para el conjunto total de los datos (ver apartado 2.3.3), permitiendo así soslayar posibles sesgos en el análisis del *output*.

El Responsable de *Juegos Deportivos* es, en la práctica, quien tiene la potestad para determinar la información que se incluye en el suplemento. La entrevista mantenida con él para el análisis del proceso de elaboración de este (*through-put*) se interesó específicamente por los criterios para la determinación de las “fotonoticias”, “tablas informativas” y “tablas de resultados-clasificación” que finalmente aparecen publicadas. El análisis del contenido de las respuestas acerca de este particular permite tomar una decisión respecto a la pertinencia de la replicación de las pruebas de hipótesis.

Las que en esta investigación se han denominado “fotonoticias” (el Responsable se refiere a ellas como “póster”) son fotografías especiales de gran formato (a página completa) de equipos o agrupaciones deportivas. Los criterios para la selección de estas fotografías de carácter singular difieren de los aplicados para la selección del resto de fotografías.

Así, la obtención y selección de las fotografías que constituirán “fotonoticias” se realiza con criterios fundamentalmente comerciales: se escogen fotografías de agrupaciones de deportistas grandes, para incrementar la venta del diario. Este incremento en las ventas se sustenta, además de en la eventual ilusión que supone para los deportistas el verse retratados en la publicación, en el hecho de que junto al ejemplar adquirido se accede a un cupón con el que obtener una reproducción de la fotografía.

Según esta lógica comercial es más probable que en los póster se retrate a equipos de fútbol 11, con un mayor número de integrantes que los de otras especialidades deportivas. Es de destacar que, al menos en la temporada 2010-2011 de los Juegos Deportivos, no existían equipos femeninos de fútbol 11.

En los póster, además de equipos de fútbol 11, en ocasiones también se retratan grandes agrupaciones de participantes en deportes individuales. Este tipo de fotografías es menos frecuente porque resultan más difíciles de obtener, dada la propia dinámica de los eventos en este tipo de deportes (la competición se fragmenta

en parejas o pequeños grupos con diferentes horarios, mientras unos calientan otros compiten, etc.).

Las circunstancias anteriores condicionan la aparición en las “fotonoticias” de deportistas de sexo masculino fundamentalmente, lo que marca su codificación de género en el análisis de contenido del *output* como “masculina” con mucha mayor frecuencia. La

Una vez avanzada la temporada, el suplemento *Juegos Deportivos*, en su estructura fija, cuenta con diferentes tablas que informan sobre próximos eventos deportivos y clasificaciones de las ligas de deportes colectivos. Estos elementos, que el Responsable de la publicación denomina en conjunto cartelera, en la presente investigación se han distinguido respectivamente como “tablas informativas” y “tablas de resultados-clasificación”.

Tanto las tablas de la cartelera, como el orden en que estas y sus elementos integrantes aparecen publicados, fueron escogidos hace mucho tiempo y siguen repitiéndose en el suplemento. La causa más probable para el orden de aparición de los deportes adoptada es el número de licencias de cada uno de ellos. Dentro de estos, algunas de las probables causas que el Responsable aduce para que siempre aparezcan reflejados los deportistas/equipos de sexo masculino en primer lugar son: el respectivo número de licencias (mayor para el deporte masculino), la inercia en el uso del lenguaje o la costumbre, y que sea este el orden habitual en el que aparecen expuestos los deportistas en la información proporcionada por las fuentes (federaciones, etc.). También es el respectivo número de licencias la causa más probable aducida para que los deportistas sean ordenados por categorías de mayor a menor edad dentro de estas tablas.

De cualquier modo la organización interna de las tablas, en lo que respecta a categorías de edad y sexos, se regiría por los mismos criterios globales, de tal modo que todos los deportes aparecerían en el mismo orden, independientemente de que alguno en particular incumpliera estos en algún aspecto (como el número de licencias, por ejemplo). Además, en cualquier clasificación que aparece en el suplemento, sea en formato de tabla u otro, siempre que es posible (podría no haber participantes de sexo femenino, por ejemplo), cuando son citados deportistas o deportes masculinos también lo son sus contrapartes femeninos.

Los criterios de codificación fijados para el análisis de contenido en que se sustenta el *output* en esta investigación determinan que, al citarse siempre en primer lugar los equipos masculinos, las “tablas informativas” y “tablas de resultados-clasificación” reciban una codificación de género “masculina” (ver apéndices 6.3 y 6.6.2). Al no revisarse en mucho tiempo los criterios de elaboración de estos elementos, pero sin

embargo repetirse estos en la estructura fija de cada número, acontece que una decisión singular afecta a una gran cantidad de casos.

Todo lo referido anteriormente puede suponer, a efectos de las pruebas de hipótesis planteadas en este trabajo, que la consideración de las “fotonoticias”, “tablas informativas” y de “resultados-clasificación”, en el análisis del *output*, determine un sesgo sobre la apreciación de la codificación de género del conjunto total de las *unidades informativas*.

En vista de lo anterior se justifica la replicación de las pruebas de hipótesis planteadas en esta investigación, además de sobre el conjunto total de las *unidades informativas*, sobre un subconjunto de datos que excluya las “fotonoticias”, “tablas informativas” y “tablas de resultados-clasificación”. Es decir, se justifica la replicación de las pruebas de hipótesis sobre el subconjunto de casos compuesto por las *unidades informativas* codificadas como “artículos” y “noticias”.

### 3.3 Resultados del *output*

#### 3.3.1 Estructura general del suplemento *Juegos Deportivos*

En su condición de suplemento *Juegos Deportivos* tenía cabecera y paginación independiente del resto del diario. Constaba invariablemente de 8 páginas tipo tabloide de la misma textura y dimensiones que *La Rioja* (39 cm de alto por 29 de ancho), todas ellas a color. La maquetación difería de la del diario con el texto distribuido a 6 columnas y elementos gráficos diferenciados (*La Rioja* distribuye los textos en 5 columnas para las noticias). Una vez avanzada la temporada de los Juegos Deportivos la estructura típica del suplemento era la siguiente:

- **Portada**, con la cabecera del suplemento, una única noticia y normalmente una única fotografía de grandes dimensiones ilustrándola.
- **Página interiores:**
  - Una página completa con tablas informativas de próximos eventos deportivos, en ocasiones acompañadas de una fotografía para ilustrar alguno de ellos.
  - Dos páginas dedicadas usualmente a una o dos noticias cada página, siempre acompañadas de fotografías. En ocasiones aparecía un número de noticias mayor, situándose noticias breves no acompañadas de fotografías en las columnas laterales de las páginas.
  - Una página con una fotografía a página completa de un equipo o conjunto deportivo posando.
  - Dos páginas completas dedicadas a tablas con clasificaciones deportivas, usualmente con una fotografía en cada página ilustrando los deportes de los que se informaba, bien con fotografías de acción o más comúnmente con equipos o conjuntos deportivos posando.
- **Contraportada** usualmente ocupada por una sola noticia acompañada de fotografía o por un artículo acompañado de fotografía dedicado a temas de formación deportiva infantil y juvenil.



### 3.3.2 Análisis descriptivo

#### 3.3.2.1 Variables de las unidades de análisis unidades informativas

#### 3.3.2.2 Variables de las unidades de análisis unidades informativas

##### 3.3.2.2.1 Fecha de publicación

Tabla 15. Fecha de publicación.  
Frecuencias

Valor	Frecuencias	Porcentaje
14-10-2010	11	3,1
21-10-2010	11	3,1
28-10-2010	11	3,1
04-11-2010	8	2,2
11-11-2010	9	2,5
18-11-2010	9	2,5
25-11-2010	8	2,2
02-12-2010	9	2,5
09-12-2010	9	2,5
16-12-2010	9	2,5
13-01-2011	12	3,4
20-01-2011	9	2,5
27-01-2011	10	2,8
03-02-2011	12	3,4
10-02-2011	13	3,7
17-02-2011	11	3,1
24-02-2011	10	2,8
03-03-2011	11	3,1
10-03-2011	10	2,8
17-03-2011	10	2,8
24-03-2011	10	2,8
31-03-2011	14	3,9
07-04-2011	15	4,2
14-04-2011	10	2,8
21-04-2011	9	2,5
05-05-2011	9	2,5
12-05-2011	13	3,7
19-05-2011	15	4,2
26-05-2011	16	4,5
02-06-2011	11	3,1
09-06-2011	10	2,8
16-06-2011	13	3,7
23-06-2011	9	2,5
Total	356	

El análisis de las *frecuencias* de los valores de la variable *fecha de publicación* (Tabla 15) permite obtener las siguientes conclusiones: la media de *unidades informativas* publicada por número es de 11 (correspondiente a un 3% sobre el total de la temporada), el mínimo de *unidades informativas* publicadas en el mismo número es 8 (registrado el 04/11/11 y el 25/11/11) y el máximo 16 (registrado el 26/05/11), siendo

la moda o frecuencia más repetida la de 9 *unidades informativas* por número de la publicación.

### 3.3.2.2.2 Descripción de la unidad informativa

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías de la variable *descripción de la unidad informativa* (Tabla 16) permite observar que la categoría “noticias” (62,9% de los casos) es la más frecuente, mientras que la menos frecuente es la de “artículos” (2,2% de los casos). La prueba de hipótesis, además de sobre el conjunto total de las *unidades informativas*, también se ha llevado a cabo sobre el subconjunto de casos formado por los codificados como “noticias” o “artículos”. Los casos que o bien son “noticias” o “artículos” suman el 65,1% del total.

Por su parte las “fotonoticias” constituyen el 9,6% de los casos, las “tablas informativas” el 8,1% y las “tablas resultados-clasificación” el 17,1%.

**Tabla 16. Descripción de la unidad informativa. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Artículo	8	2,2
Fotonoticia	34	9,6
Noticia	224	62,9
Tabla informativa	29	8,1
Tabla resultados-clasificación	61	17,1
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.3 Página de inicio

El análisis de las frecuencias de cada uno de los valores registrados para la variable *página de inicio* (Tabla 17) permite observar que el 9,3% de las *unidades informativas* comienzan en la página 1, el 10,7% en la 2, el 11,8% en la 3, el 28,4% en la 4, el 9,8% en la 5, el 10,4% en la 6, el 9,8% en la 7 y el 9,8% en la 8.

**Tabla 17. Página de inicio. Frecuencias**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	33	9,3
2	38	10,7
3	42	11,8
4	101	28,4
5	35	9,8
6	37	10,4
7	35	9,8
8	35	9,8
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.4 Página de fin

El análisis de las frecuencias de cada uno de los valores registrados para la variable *página de fin* (Tabla 18) permite observar que el 9,3% de las *unidades informativas*

termina en la página 1, el 9,6% en la 2, el 12,9% en la 3, el 28,4% en la 4, el 9,8% en la 5, el 10,4% en la 6, el 9,8% en la 7 y el 9,8% en la 8.

**Tabla 18. Página de fin.  
Frecuencias**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	33	9,3
2	34	9,6
3	46	12,9
4	101	28,4
5	35	9,8
6	37	10,4
7	35	9,8
8	35	9,8
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.5 Número de páginas

El cálculo de los estadísticos para la variable *número de páginas* arroja los siguientes valores: media de 1,01, desviación típica de 0,106, rango de 1, mínimo de 1 y máximo de 2. De los datos anteriores se infiere que la inmensa mayoría de las *unidades informativas* ocupan solo una página y que las pocas que no lo hacen se extienden como máximo por dos, lo que se corrobora observando las frecuencias de cada uno de los valores de la variable (Tabla 19).

**Tabla 19. Número de páginas.  
Frecuencias**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	352	98,9
2	4	1,1
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.6 Portada

**Tabla 20. Portada. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [comienza en portada]	33	9,3
No [comienza en portada]	323	90,7
Total	356	100,0

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *portada* (Tabla 20) permite observar que solo el 9,3% de las *unidades informativas* comienzan en la primera página del suplemento, mientras que el 90,7% restante inicia en las páginas siguientes.

### 3.3.2.2.7 Contraportada

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *contraportada* (Tabla 21) permite observar que solo el 9,8% de las *unidades informativas* se inician en la última página del suplemento, mientras que el 90,2% restante se inicia en las precedentes.

**Tabla 21. Contraportada. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [comienza en contraportada]	35	9,8
No [comienza en contraportada]	321	90,2
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.8 Portada Completa

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *portada completa* (Tabla 22) permite observar que solo el 9,3% de las *unidades informativas* se inician en la primera página del suplemento y además son la única presente, mientras que el 90,7% restante no cumple alguna de las dos anteriores condiciones.

**Tabla 22. Portada completa. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [ocupa portada completa]	33	9,3
No [ocupa portada completa]	323	90,7
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.9 Contraportada completa

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *contraportada completa* (Tabla 23) muestra que solo el 8,7% de las *unidades informativas* analizadas comienzan en la última página del suplemento y son las únicas que lo ocupan. el 91,3% restante no cumple alguna de las dos anteriores condiciones.

**Tabla 23. Contraportada completa. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [ocupa contraportada completa]	31	8,7
No [ocupa contraportada completa]	325	91,3
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.10 Página impar

**Tabla 24. Página impar. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Impar	145	40,7
Par	211	59,3
Total	356	100,0

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *página impar* (Tabla 24) muestra que el 40,7% de las *unidades informativas* analizadas se encuentran en página impares mientras que son el 59,3% las que lo hacen en página par.

### 3.3.2.2.11 Página completa

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *página completa* (Tabla 25) muestra que el 60,7% de las *unidades informativas*

analizadas se encuentran dispuestas a página completa, frente al 39,3% restante, que no lo están.

**Tabla 25. Página completa. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	216	60,7
No	140	39,3
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.12 Doble página

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *doble página* (Tabla 26) muestra que solo el 1,1% de las *unidades informativas analizadas* se encuentran dispuestos a doble página, frente al 98,9% restantes, que no lo están.

**Tabla 26. Doble página. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [ocupa doble página]	4	1,1
No [ocupa doble página completa]	352	98,9
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.13 Doble página completa

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *doble página completa* (Tabla 27) revela que solo el 0,6% de las *unidades informativas analizadas* se dispone a doble página y es la única presente en las páginas en las que se despliega. El 99,4% restante no cumple alguna de las dos anteriores condiciones.

**Tabla 27. Doble página completa. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [ocupa doble página completa]	2	,6
No [ocupa doble página completa]	354	99,4
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.14 Cuadrante de inicio

**Tabla 28. Cuadrante de inicio. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
A [superior-izquierdo]	277	77,8
B [superior-derecho]	15	4,2
C [inferior-izquierdo]	49	13,8
D [inferior-derecho]	15	4,2
Total	356	100,0

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *cuadrante de inicio* (Tabla 28) pone de manifiesto que el 77,8% de las *unidades informativas analizadas* comienza en el cuadrante superior-izquierdo (A), el 4,2% en el superior-derecho (B), el 13,8% en el inferior-izquierdo (C) y el 4,2% en el inferior-derecho (D).

3.3.2.2.15 *Hemisección vertical*

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *hemisección vertical* (Tabla 29) muestra que el 82,0% de las *unidades informativas* analizadas comienza en la mitad superior de la página, mientras que el 18,0% restante lo hace en la inferior.

**Tabla 29. Hemisección vertical. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Superior	292	82,0
Inferior	64	18,0
Total	356	100,0

3.3.2.2.16 *Superficie de la unidad informativa*

El cálculo de los estadísticos para la variable *superficie de la unidad informativa* arroja los siguientes valores: media de 609,6864 cm<sup>2</sup>, desviación típica de 321,29948, rango de 1738,09 cm<sup>2</sup>, mínimo de 28,00 cm<sup>2</sup> y máximo de 1766,09 cm<sup>2</sup>. El mayor número de casos se encuentra en el intervalo comprendido entre los 812,5 cm<sup>2</sup> y los 875 cm<sup>2</sup> (ver Figura 6).

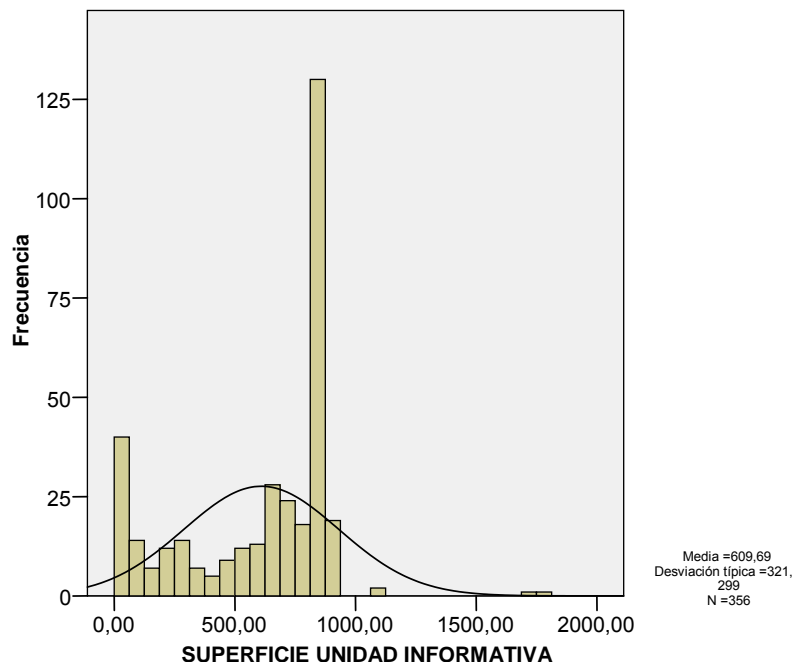


Figura 6. *Superficie de la unidad informativa. Histograma*

3.3.2.2.17 *Superficie de la unidad informativa sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa*

El cálculo de los estadísticos para la variable *superficie de la unidad informativa sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa* arroja los siguientes valores: media de 65,4282 cm<sup>2</sup>, desviación típica de 34,48011, rango de

186,52 cm<sup>2</sup>, mínimo de 3,00 cm<sup>2</sup> y máximo de 189,53 cm<sup>2</sup>. Existe un elevado número de casos de *unidades informativas* cuya superficie relativa (superficie en relación a la mancha de la página en la que se inscriben) se acerca al 100% de la mancha de la página (intervalo del 91,6% al 100%) (Figura 7), lo que estaría en consonancia con las frecuencias calculadas para la variable *página completa*. El escaso número de casos que supera el 100% de superficie relativa se correspondería con *unidades informativas* dispuestas a *doble página* y a *doble página completa*.

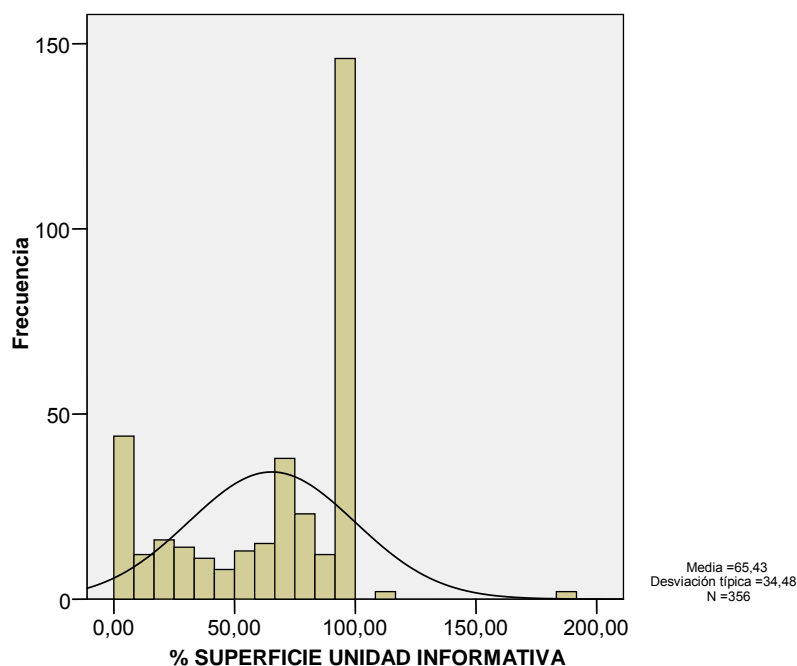


Figura 7. Superficie de la unidad informativa sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa

### 3.3.2.2.18 Especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa* (Tabla 30) revela que el “fútbol”, con un 30,6% de los casos, es la categoría más frecuente, seguida del “baloncesto”, con un 13,8%, y de atletismo, con un 8,4%. Las menos frecuentes son las de “esquí”, “goalball” y “tiro olímpico”, citadas las tres en el 0,6% de los casos. Han sido también el 0,6% las *unidades informativas* englobadas en la categoría “varias especialidades”, mientras que en la categoría “ninguna” se han registrado el 1,4% de los casos.

**Tabla 30. Especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Actividades en la naturaleza	3	,8
Ajedrez	5	1,4
Atletismo	30	8,4
Bádminton	6	1,7
Baloncesto	49	13,8
Balonmano	10	2,8
Esquí	2	,6
Fútbol	109	30,6
Fútbol sala	6	1,7
Gimnasia	9	2,5
Goalball	2	,6
Hípica	6	1,7
Judo	10	2,8
Kárate	9	2,5
Kick-boxing	6	1,7
Natación	11	3,1
Ninguna	5	1,4
Orientación	12	3,4
Patinaje	4	1,1
Pelota	17	4,8
Pesca	3	,8
Piragüismo	4	1,1
Taekwondo	4	1,1
Tenis	11	3,1
Tenis de mesa	3	,8
Tiro olímpico	2	,6
Triatlón	5	1,4
Varias especialidades	2	,6
Voleibol	11	3,1
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.19 Cita de varias especialidades deportivas

**Tabla 31. Cita de varias especialidades deportivas. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [cita varias especialidades deportivas]	97	27,2
No [cita varias especialidades deportivas]	258	72,5
Ninguna [especialidad deportiva citada]	1	,3
Total	356	100,0

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *cita de varias especialidades deportivas* (Tabla 31) revela que el 27,2% de las *unidades informativas* citan más de una especialidad deportiva (categoría “sí”), el 72,5% solo citan una (categoría “no”) y apenas el 0,3% de ellas no citan ninguna (categoría “ninguna”).



### 3.3.2.2.20 Género en el título

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género en el título* (Tabla 32) pone de manifiesto que el 7,6% de las *unidades informativas* se inscriben para esta variable en la categoría “masculino”, el 3,4% en la categoría “femenino” y el 89,0% en la categoría “neutro”.

**Tabla 32. Género en el título. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	27	7,6
Femenino	12	3,4
Neutro	317	89,0
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.21 Género en el antetítulo

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género en el antetítulo*, una vez descartados los casos codificados como “sin antetítulo”, es decir, las *unidades informativas* analizadas que carecían de este elemento (Tabla 33), permiten observar que en el 8,3% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, mientras que el 91,7% restante se agrupa en la de “neutro”. Ningún antetítulo ha sido codificado como “femenino”.

**Tabla 33. Género en el antetítulo. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	3	8,3
Neutro	33	91,7
Total	36	100,0

### 3.3.2.2.22 Género en el subtítulo

**Tabla 34. Género en el subtítulo. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	10	6,6
Femenino	15	9,9
Neutro	127	83,6
Total	152	100,0

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género en el subtítulo*, una vez descartados los casos codificados como “sin subtítulo”, es decir, las *unidades informativas* analizadas que carecían de este elemento (Tabla 34), revela que en el 6,6% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 9,9% en la de “femenino” y el 83,6% restante en la de “neutro”.

### 3.3.2.2.23 Género en los destacados

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género en los destacados*, una vez descartados los casos codificados como “sin destacados”, es decir, las *unidades informativas* analizadas que carecían de este elemento (Tabla 35) permite observar que en el 8,2% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 6,8% en la de “femenino” y el 84,9% restante en la de “neutro”.

**Tabla 35. Género en los destacados. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	6	8,2
Femenino	5	6,8
Neutro	62	84,9
Total	73	100,0

### 3.3.2.2.24 Género en las cajas

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género más relevante en las cajas*, una vez descartados los casos codificados como “sin cajas”, es decir, las *unidades informativas* analizadas que carecían de este elemento (Tabla 36), pone de manifiesto que en el 28,6% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 21,4% en la de “femenino” y el 50,0% restante en la de “neutro”.

**Tabla 36. Género más relevante en las cajas. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	4	28,6
Femenino	3	21,4
Neutro	7	50,0
Total	14	100,0

### 3.3.2.2.25 Género más relevante en el cuerpo del texto

**Tabla 37. Género más relevante en el cuerpo del texto. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	57	25,1
Femenino	34	15,0
Neutro	136	59,9
Total	227	100,0

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género más relevante en el cuerpo del texto*, una vez descartados los casos codificados como “sin cuerpo del texto”, es decir, las *unidades informativas* analizadas que carecían de este elemento (Tabla 37) revela que en el 25,1% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 15,0% en la de “femenino” y el 59,9% restante en la de “neutro”.

### 3.3.2.2.26 Género más relevante en las tablas

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género más relevante en las tablas*, una vez descartados los casos codificados como “sin tablas”, es decir, las *unidades informativas* analizadas que carecían de este elemento (Tabla 38) muestra que en el 90,8% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 4,2% en la de “femenino” y el 5,0% restante en la de “neutro”.

**Tabla 38. Género más relevante en las tablas. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	109	90,8
Femenino	5	4,2
Neutro	6	5,0
Total	120	100,0

### 3.3.2.2.27 Género del texto dependiente de elementos icónicos

**Tabla 39. Género del texto dependiente de elementos icónicos**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	137	52,5
Femenino	69	26,4
Neutro	55	21,1
Total	261	100,0

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género del texto dependiente de elementos icónicos*, una vez descartados los casos codificados como “sin texto dependiente de icónicos”, es decir, las *unidades informativas* analizadas que carecían de este elemento (Tabla 39) permite constatar que en el 52,5% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 26,4% en la de “femenino” y el 21,1% restante en la de “neutro”.

### 3.3.2.2.28 Género preferente en la información en forma de texto

**Tabla 40. Género preferente en la información en forma de texto. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	221	62,1
Femenino	58	16,3
Neutro	77	21,6
Total	356	100,0

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género preferente en la información en forma de texto* (Tabla 40) muestra que en el 62,1% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 16,3% en la de “femenino” y el 21,6% restante en la de “neutro”.

Los valores adoptados por la variable género preferente en la información en forma de texto dependen jerárquica y sucesivamente de los valores de las variables género en el título, género en el antetítulo, género en el subtítulo, género en los destacados, género más relevante en las cajas, género más relevante en el cuerpo del texto, género más relevante en las tablas y género del texto dependiente de elementos icónicos. El análisis y filtrado sucesivo de los datos<sup>53</sup> permite determinar cuál ha sido la contribución concreta de cada elemento de texto considerado para la codificación de la variable género preferente en la información en forma de texto (Figura 8).

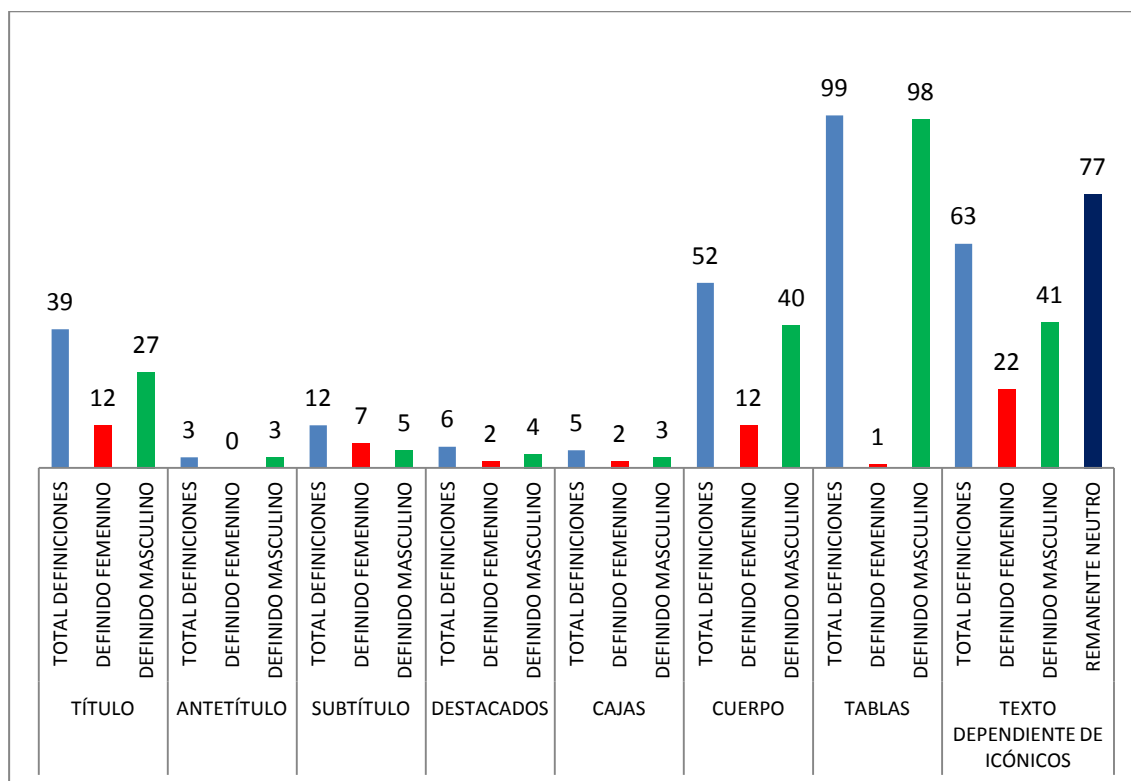


Figura 8. Contribución de cada elemento de texto a la codificación de la variable *género preferente en la información en forma de texto*

Los elementos de texto que más contribuyen a la definición del *género preferente en la información en forma de texto* son el título, el cuerpo del texto, las tablas (muy por encima de los demás) y el texto dependiente de icónicos. Todos los elementos de texto

<sup>53</sup> La codificación de la variable *género preferente en la información en forma de texto* en primera instancia depende de la codificación de la variable *género en el título*; el *género preferente en la información en forma de texto* de aquellos casos no codificados como “masculino” o “femenino” en la variable *género en el título* dependerá entonces de la variable *género en el antetítulo*; el *género preferente en la información en forma de texto* de aquellos casos no codificados como “masculino” o “femenino” en la variable *género en el antetítulo* dependerá entonces de la variable *género en el subtítulo*;... y así sucesivamente hasta agotar todas las variables de las que depende jerárquicamente la codificación de la variable *género preferente en la información en forma de texto*.

En el apartado 2.3.5 (página 181) se explicita el modo en que se ha establecido esta jerarquía para los elementos de texto.

excepto los subtítulos contribuyen a codificar más *unidades informativas* en la categoría “masculino” que en la categoría “femenino”.

### 3.3.2.2.29 Géneros citados en la información en forma de texto

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *géneros citados en la información en forma de texto* (Tabla 41) revela que en el 53,7% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 14,3% en la de “femenino”, el 10,4% en la de “ambos” y el 21,6% restante en la de “ninguno”.

**Tabla 41. Géneros citados en la información en forma de texto. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	191	53,7
Femenino	51	14,3
Ambos	37	10,4
Ninguno	77	21,6
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.30 Género de la información en forma de texto

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género de la información en forma de texto* (Tabla 42) muestra que en el 53,7% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “netamente masculino” para esta variable, el 8,4% en la de “preferentemente femenino”, el 14,3% en la de “netamente femenino”, el 2,0% en la de “preferentemente femenino” y el 21,6% en la de “neutro”.

**Tabla 42. Género de la información en forma de texto. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Netamente masculino	191	53,7
Preferentemente masculino	30	8,4
Netamente femenino	51	14,3
Preferentemente femenino	7	2,0
Neutro	77	21,6
Total	356	100,0

### 3.3.2.2.31 Número de fotografías

Los estadísticos calculados para la variable *número de fotografías en la unidad informativa* arrojan los siguientes valores: media de 1,18, desviación típica de 1,032, rango de 8, mínimo de 0 y máximo de 8. El análisis de frecuencias (Tabla 43) muestra que en el 20,8% de los casos las *unidades informativas* no contienen fotografía alguna, en un 55,6% contienen una, en un 14,9% contienen dos, en un 4,8% contienen tres, en un 2,5% contienen 4, en un 1,1% contienen 5 y en un escaso 0,3% (un solo caso) contienen 8.

**Tabla 43. Número de fotografías en la unidad informativa. Frecuencias**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
0	74	20,8
1	198	55,6
2	53	14,9
3	17	4,8
4	9	2,5
5	4	1,1
8	1	,3
Total	356	100,0

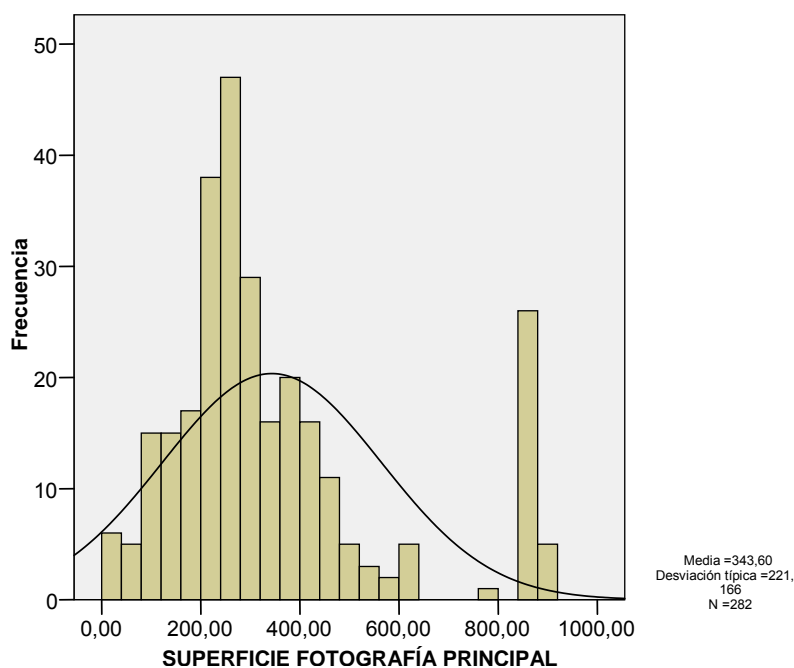
### 3.3.2.2.32 Género de la fotografía principal

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género de la fotografía principal*, una vez descartados los casos codificados como “sin fotografía”, es decir, las *unidades informativas* analizadas que carecían de este elemento, revela que en el 58,5% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 27,0% en la de “femenino” y el 14,5% restante en la de “neutro” (Tabla 44).

**Tabla 44. Género de la fotografía principal. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	165	58,5
Femenino	76	27,0
Neutro	41	14,5
Total	282	100,0

### 3.3.2.2.33 Superficie de la fotografía principal



**Figura 9. Superficie de la fotografía principal. Histograma**

El cálculo de los estadísticos para la variable *superficie de la fotografía principal* arroja los siguientes valores: media de 343,6009 cm<sup>2</sup>, desviación típica de 221,16626, rango de 883,04 cm<sup>2</sup>, mínimo de 12,96 cm<sup>2</sup> y máximo de 896,00 cm<sup>2</sup>. El mayor número de casos se concentra en el intervalo comprendido entre los 240 cm<sup>2</sup> y los 280 cm<sup>2</sup> (Figura 9).

3.3.2.2.34 *Superficie de la fotografía principal sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa*

El cálculo de los estadísticos para la variable *superficie de la fotografía principal sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa* arroja los siguientes valores: media de 36,8734 cm<sup>2</sup>, desviación típica de 23,73436, rango de 4,76 cm<sup>2</sup>, mínimo de 1,39 cm<sup>2</sup> y máximo de 96,15 cm<sup>2</sup>.

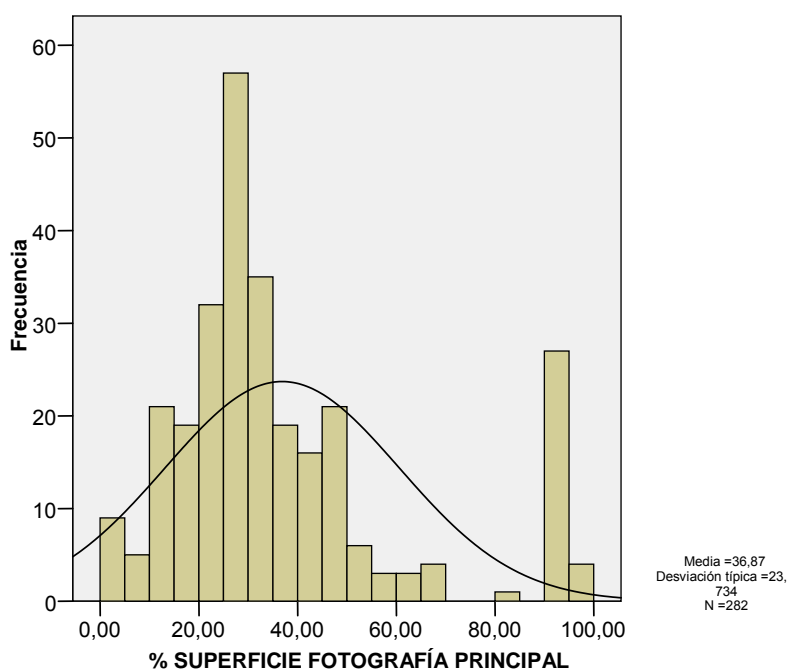


Figura 10. *Superficie de la fotografía principal sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa. Histograma*

La mayor parte de las *fotografías principales* de las *unidades informativas* se distribuyen en superficies relativas que van desde el 0%-5% al 65%-70% de la mancha de la página, dándose el mayor número de casos en el tramo comprendido entre el 25% y el 30%. Hay un número significativo de casos que ocupan por encima del 90% de la superficie de la mancha, los cuales se corresponden muy probablemente con “fotonoticias” (fotografías a página completa que constituyen por sí solas *unidades informativas*) (Figura 10).

### 3.3.2.2.35 Género global de la unidad informativa

El análisis de frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *género global de la unidad informativa* (Tabla 45) muestra que en el 57,0% de los casos las *unidades informativas* son codificadas en la categoría de “masculino” para esta variable, el 16,3% en la de “femenino”, el 17,1% en la de “neutro” y el 9,6% restante en la de “no congruentes”.

**Tabla 45. Género global de la unidad informativa. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	203	57,0
Femenino	58	16,3
Neutro	61	17,1
No congruentes	34	9,6
Total	356	100,0

### 3.3.2.3 Variables de las unidades de análisis fotografías

#### 3.3.2.3.1 Fecha (fotografías)

A partir del análisis de frecuencias de los valores de la variable *fecha de publicación* (unidad de análisis *fotografía*, ver Tabla 46) se infiere que: la media de *fotografías* publicada por número es de 12,7 (correspondiente a un 3% sobre el total de la temporada), el mínimo de fotografías publicadas en el mismo número es 9 (registrado en los números del 18/11/10 y 05/05/11) y el máximo 18 (registrado en el número del 23/06/11), siendo la moda o frecuencia más repetida la de 14 *fotografías* por número de la publicación.

#### 3.3.2.3.2 Constituye fotografía principal de la unidad informativa relacionada (fotografías)

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *constituye fotografía principal de la unidad informativas relacionada* (Tabla 47) muestra que en el 67,3% de los casos las *fotografías* constituyen la fotografía principal de la *unidad informativa* a la que pertenecen, mientras que en el 32,7% restante no.



**Tabla 46. Fecha de publicación (unidad de análisis fotografía). Frecuencias**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
14-10-2010	14	3,3
21-10-2010	11	2,6
28-10-2010	11	2,6
04-11-2010	13	3,1
11-11-2010	10	2,4
18-11-2010	9	2,1
25-11-2010	10	2,4
02-12-2010	14	3,3
09-12-2010	10	2,4
16-12-2010	11	2,6
13-01-2011	12	2,9
20-01-2011	14	3,3
27-01-2011	13	3,1
03-02-2011	12	2,9
10-02-2011	13	3,1
17-02-2011	12	2,9
24-02-2011	14	3,3
03-03-2011	14	3,3
10-03-2011	14	3,3
17-03-2011	15	3,6
24-03-2011	13	3,1
31-03-2011	14	3,3
07-04-2011	13	3,1
14-04-2011	14	3,3
21-04-2011	13	3,1
05-05-2011	9	2,1
12-05-2011	11	2,6
19-05-2011	13	3,1
26-05-2011	15	3,6
02-06-2011	14	3,3
09-06-2011	13	3,1
16-06-2011	13	3,1
23-06-2011	18	4,3
Total	419	100,0

**Tabla 47. Constituye fotografía principal de la unidad informativa relacionada. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [constituye fotografía principal]	282	67,3
No [constituye fotografía principal]	137	32,7
Total	419	100,0

### 3.3.2.3.3 Número de fotografías en la unidad informativa relacionada

Los estadísticos calculados para la variable *número de fotografías en la unidad informativa relacionada* son: media de de 2,08, desviación típica de 1,433, rango de 7, mínimo de 1 y máximo de 8. El análisis de las frecuencias de los valores de la variable *número de fotografías en la unidad informativa seleccionada* (Tabla 48) permite

observar que casi la mitad de fotografías no comparten protagonismo en la *unidad informativa* relacionada con ninguna otra fotografía (47,3%). El 84,8% de las *unidades informativas* acompañadas de fotografía tienen 3 fotografías o menos.

**Tabla 48. Número de fotografías en la unidad informativa relacionada. Frecuencias**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	198	47,3
2	106	25,3
3	51	12,2
4	36	8,6
5	20	4,8
8	8	1,9
Total	419	100,0

#### 3.3.2.3.4 *Página de inicio (fotografías)*

El análisis de las frecuencias de cada uno de los valores registrados para la variable *página de inicio* (unidad de análisis *fotografía*, ver Tabla 49) muestra que en el 9,3% de los casos las *fotografías* se inician en la página uno, el 8,1% en la dos, el 17,2% en la tres, el 21,0% en la 4, el 9,1% en la 5, el 8,6% en la 6, el 6,7% en la 7 y el 20% restante en la 8.

**Tabla 49. Página de inicio (unidad de análisis fotografía). Frecuencias**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	39	9,3
2	34	8,1
3	72	17,2
4	88	21,0
5	38	9,1
6	36	8,6
7	28	6,7
8	84	20,0
Total	419	100,0

#### 3.3.2.3.5 *Portada (fotografías)*

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *portada* (unidad de análisis *fotografía*, ver Tabla 50) revela que en el 9,3% de los casos las *fotografías* se encuentran en la *portada* o primer página de la publicación, mientras que el 90,7% restante no.

#### 3.3.2.3.6 *Contraportada (fotografías)*

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *contraportada* (unidad de análisis *fotografía*, ver Tabla 51) revela que en el 20,% de los

casos las *fotografías* se encuentran en la *contraportada* o última página del suplemento, mientras que en el 80,0% restante de los casos no.

**Tabla 50. Portada (unidad de análisis fotografía). Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	39	9,3
No	380	90,7
Total	419	100,0

**Tabla 51. Contraportada (unidad de análisis fotografía). Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [está en contraportada]	84	20,0
No [está en contraportada]	335	80,0
Total	419	100,0

### 3.3.2.3.7 Página impar (fotografía)

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *página impar* (unidad de análisis *fotografía*, ver Tabla 52) muestra que en el 42,2% de los casos las *fotografías* se ubican en páginas impares del suplemento, mientras que en el 57,8% restante no.

**Tabla 52. Página impar (unidad de análisis fotografía). Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [está en página impar]	177	42,2
No [está en página impar]	242	57,8
Total	419	100,0

### 3.3.2.3.8 Fotografía única en portada

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *fotografía única en portada* (Tabla 53) permite observar que en el 6,7% de los casos las *fotografías* se encuentran en la primera página de la publicación y son las únicas en ella, mientras que el 93,3% restante no cumplen al menos una de las dos anteriores condiciones.

**Tabla 53. Fotografía única en portada. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [es única en portada]	28	6,7
No [es única en portada]	391	93,3
Total	419	100,0

### 3.3.2.3.9 Fotografía única en contraportada

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *fotografía única en contraportada* (Tabla 54) permite constatar que en el 2,1% de los casos las *fotografías* se encuentran impresas en la última página del suplemento y

además son las únicas en ella, mientras que en el 97,9% restante no se cumple al menos una de las dos anteriores condiciones.

**Tabla 54. Fotografía única en contraportada. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [es única en contraportada]	9	2,1
No [es única en contraportada]	410	97,9
Total	419	100,0

### 3.3.2.3.10 Doble página (fotografías)

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *doble página* (unidad de análisis *fotografía*, ver Tabla 55) muestra que solo en el 0,2% de los casos (1 caso) las fotografías se encuentran dispuestas a doble página, mientras que en el 99,8% restante se encuentran impresas exclusivamente sobre una página.

**Tabla 55. Doble página (unidad de análisis fotografía). Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí [se extiende en doble página]	1	,2
No [se extiende en doble página]	418	99,8
Total	419	100,0

### 3.3.2.3.11 Única en doble página

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *única en doble página* (Tabla 56) muestra que en el 100% de los casos las *fotografías* son codificadas en la categoría “no”, es decir, ninguna de las *fotografías* analizadas se encuentra impresa a doble página y es la única presente en ellas.

**Tabla 56. Única en doble página. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
No [se extiende en doble página y es única en esas páginas]	419	100,0

### 3.3.2.3.12 Superficie de la fotografía

El cálculo de los estadísticos para la variable *superficie de la fotografía* arroja los siguientes valores: media de 272,55 cm<sup>2</sup>, desviación típica de 211,21, rango de 883,04 cm<sup>2</sup>, mínimo de 12,96 cm<sup>2</sup> y máximo de 896,00 cm<sup>2</sup>. El mayor número de casos se agrupa en el intervalo comprendido entre los 233,33 cm<sup>2</sup> y los 266,33 cm<sup>2</sup> (Figura 11).

### 3.3.2.3.13 Superficie de la fotografía sobre la superficie de la mancha total de la página de la fotografía

El cálculo de los estadísticos para la variable *superficie de la fotografía sobre la superficie de la mancha total de la página de la fotografía* arroja los siguientes valores: media de 29,25%, desviación típica de 22,67, rango de 94,76%, mínimo de 1,39% y máximo de 96,15%. La mayor parte de las fotografías se agrupan en intervalos de superficie que van desde el 0%-4% al 68%-72% de la superficie de la mancha de la página, siendo el intervalo que más casos recoge el que va del 24% al 28%. Hay un

número significativo de casos diferenciado que tendrían una superficie relativa entre el 92% y el 96% de la superficie de la mancha de la página, que se corresponden con toda seguridad con “fotonoticias” (fotografías a página completa que constituyen por sí mismas *unidades informativas*) (Figura 12).

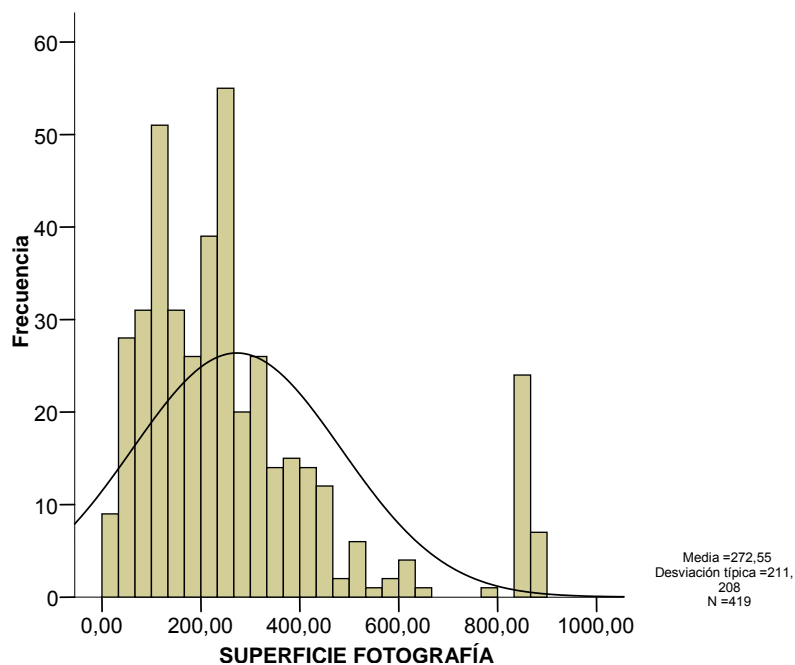


Figura 11. Superficie de la fotografía. Histograma

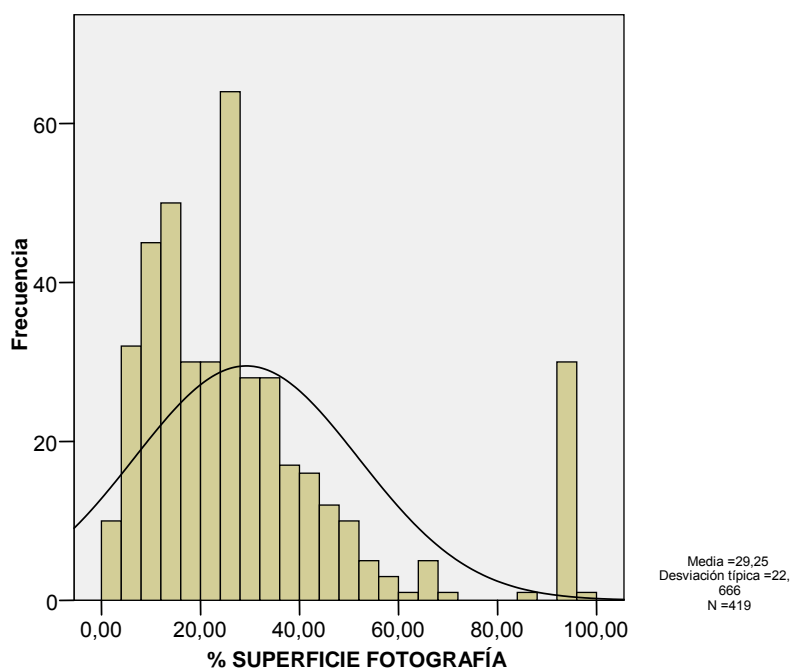


Figura 12. Superficie de la fotografía sobre la superficie de la mancha total de la página de la fotografía. Histograma

3.3.2.3.14 *Especialidad deportiva en la fotografía*

El análisis de las frecuencias de cada una de las categorías registradas para la variable *especialidad deportiva en la fotografía* (Tabla 57) revela que la especialidad deportiva retratada con más frecuencia en las *fotografías* es el fútbol, concretamente en un 26% de los casos. A cierta distancia le siguen otras 7 especialidades que consiguen rebasar el 4% de los casos: atletismo (9,5%), baloncesto (6,9%), pelota (5,3%), fútbol sala (4,8%), voleibol (4,8%), orientación (4,5%) y balonmano (4,3%).

Las 4 especialidades retratadas con menos frecuencia no llegan a ocupar ninguna ni el 1% de los casos: actividades en la naturaleza (0,7%), tenis de mesa (0,7%), duatlón (0,5%) y esquí (0,2%).

Del total de 419 *fotografías* analizado, apenas una (0,2% de los casos; categoría “varias”) retrata simultáneamente más de una especialidad deportiva, mientras que solo dos (0,5%; categoría “ninguna”) no representan especialidad deportiva alguna.

**Tabla 57. Especialidad deportiva en la fotografía. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Actividades en la naturaleza	3	,7
Ajedrez	11	2,6
Atletismo	40	9,5
Bádminton	8	1,9
Baloncesto	29	6,9
Balonmano	18	4,3
Duatlón	2	,5
Esquí	1	,2
Fútbol	109	26,0
Fútbol sala	20	4,8
Gimnasia	14	3,3
Hípica	11	2,6
Judo	9	2,1
Kárate	9	2,1
Kick-boxing	9	2,1
Natación	13	3,1
Ninguna	2	,5
Orientación	19	4,5
Patinaje	7	1,7
Pelota	22	5,3
Pesca	8	1,9
Taekwondo	5	1,2
Tenis	14	3,3
Tenis de mesa	3	,7
Triatlón	12	2,9
Varias	1	,2
Voleibol	20	4,8
<b>Total</b>	<b>419</b>	<b>100,0</b>

### 3.3.2.4 Género en las fotonoticias, tablas informativas y tablas de resultados-clasificación

La prueba de hipótesis de esta investigación, cuando atañe a las *unidades informativas*, además de llevarse a cabo sobre el conjunto total de los datos recogidos también se realiza sobre el subconjunto de *unidades informativas* codificadas como “noticias” o “artículos” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

En este apartado se lleva a cabo el análisis descriptivo de la variable *género global de la unidad informativa* de manera segmentada sobre los tres grupos excluidos del subconjunto descrito en el párrafo anterior: “fotonoticias”, “tablas informativas” y “tablas de resultados-clasificación”. Este análisis, como veremos, contribuye a justificar la prueba de hipótesis de forma diferenciada sobre el subconjunto formado por noticias y artículos.

Para los casos codificados como “fotonoticia” en la variable *descripción de la unidad informativa*, la variable *género global de la unidad informativa* adopta la categoría “masculino” en el 70,6% de los casos, “femenino” en el 5,9% de los casos y “neutro” en el 23,5% restante (Tabla 58).

**Tabla 58. Género global de la unidad informativa para el subconjunto de fotonoticias. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	24	70,6
Femenino	2	5,9
Neutro	8	23,5
Total	34	100,0

Para los casos codificados como “tabla informativa” en la variable *descripción de la unidad informativa*, la variable *género global de la unidad informativa* adopta la categoría “masculino” en el 96,6% de los casos y “no congruente” en el 3,4% restante; no hay ningún caso codificado como “femenino” (Tabla 59).

**Tabla 59. Género global de la unidad informativa para las tablas informativas. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	28	96,6
No congruentes	1	3,4
Total	29	100,0

Para los casos codificados como “tabla resultados-clasificación” en la variable *descripción de la unidad informativa*, la variable *género global de la unidad informativa* adopta la categoría “masculino” en el 75,4% de los casos y “no congruente” en el 24,6% restante; no hay ningún caso codificado como “femenino” (Tabla 60).

De lo expuesto anteriormente se desprende que el subconjunto de *unidades informativas* compuesto por las fotonoticias, tablas informativas y tablas de

resultados-clasificación constituye un número importante de casos (124, es decir, el 34,83% de los 356 totales) que tiende a sesgar hacia la categoría “masculino” al conjunto total de las *unidades informativas* en la variable *género global de la unidad informativa*.

**Tabla 60. Género global de la unidad informativa en las tablas de resultados-clasificación. Frecuencias**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	46	75,4
No congruentes	15	24,6
Total	61	100,0

### 3.3.3 Prueba de hipótesis

#### 3.3.3.1 Género en las unidades informativas (hipótesis 1.1)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.1: “La publicación dedicará un número mayor de unidades informativas a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *género global de la unidad informativa*.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “masculino”, mientras que son menores para las categorías “femenino”, “neutro” y “no congruentes”; *chi-cuadrado* adopta un valor de 199,618 con 3 grados de libertad ( $p=0,000$ ) (Tabla 61). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme.

**Tabla 61. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género global de la unidad informativa***

Categorías	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	203	89,0	114,0	199,618	3	,000
Femenino	58	89,0	-31,0			
Neutro	61	89,0	-28,0			
No congruentes	34	89,0	-55,0			
Total	356					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 89,0.

#### **A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.1 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

Las frecuencias ahora observadas son mayores que las esperadas para la categoría “masculino”, mientras que son menores para las categorías “femenino”, “neutro” y “no congruentes”; *chi-cuadrado* adopta un valor de 66,172 con 3 grados de libertad



( $p=0,000$ ) (Tabla 62). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme.

**Tabla 62. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable género global de la unidad informativa en subconjunto de noticias y artículos**

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	105	58,0	47,0	66,172	3	,000
Femenino	56	58,0	-2,0			
Neutro	53	58,0	-5,0			
No congruentes	18	58,0	-40,0			
Total	232					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 58,0.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.1 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

### 3.3.3.2 Número de páginas en función del género (hipótesis 1.2)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.2: “Las unidades informativas centradas en deportistas de sexo masculino tendrán un número de páginas mayor que las centradas en deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo B de procedimientos estadísticos, que consiste en una análisis de varianza de un factor (*ANOVA de un factor*), seguido de comparaciones múltiples *post hoc*. El *factor* o *variable independiente* para el ANOVA empleado para la prueba de esta hipótesis es la variable *género global de la unidad informativa* (unidad de análisis *unidad informativa*). La *variable dependiente* es el *número de páginas*.

Los *descriptivos* del procedimiento ANOVA (Tabla 63) muestran que, para la *variable dependiente*, la media del grupo “masculino” es superior a la media del grupo “femenino”. El mínimo es para ambos grupos el mismo, mientras que el máximo es superior para el grupo “masculino”.

**Tabla 63. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Descriptivos**

Categorías	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Masculino	203	1,02	,139	,010	1,00	1,04	1	2
Femenino	58	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
Neutro	61	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
No congruentes	34	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
Total	356	1,01	,106	,006	1,00	1,02	1	2

En el ANOVA el valor del nivel significativo (0,387) indica que debemos asumir la hipótesis de igualdad de medias y concluir que las poblaciones definidas por la *variable independiente* poseen la misma media en la *variable dependiente* (Tabla 64).

El ANOVA es acompañado de una prueba de *Levene* sobre homogeneidad de varianzas. El estadístico de *Levene*, que arroja un valor de 4,222, con  $gl1=3$  y  $gl2=352$ , tiene un

nivel significativo de 0,006, lo que indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de varianzas y concluir que, en las poblaciones definidas por las categorías de la *variable independiente*, las varianzas de la *variable dependiente* no son iguales. Observaremos por lo tanto los valores del procedimiento *Games-Howell* para las comparaciones *post hoc*.

**Tabla 64. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Tabla resumen del procedimiento**

Variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,034	3	,011	1,014	,387
Intra-grupos	3,921	352	,011		
Total	3,955	355			

El procedimiento de comparaciones múltiples (*Games-Howell*) indica que los promedios entre los grupos “masculino” y “femenino” definidos por las categorías de la *variable independiente* no difieren significativamente para la *variable dependiente* ( $p=0,186$ ) (Tabla 65).

**Tabla 65. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Comparaciones múltiples (*Games-Howell*)**

(I) Género global de la unidad informativa	(J) Género global de la unidad informativa	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite superior	Límite inferior
Masculino	Femenino	,020	,010	,186	-,01	,05
	Neutro	,020	,010	,186	-,01	,05
	No congruentes	,020	,010	,186	-,01	,05
Femenino	Masculino	-,020	,010	,186	-,05	,01
	Neutro	,000	,000	.	,00	,00
	No congruentes	,000	,000	.	,00	,00
Neutro	Masculino	-,020	,010	,186	-,05	,01
	Femenino	,000	,000	.	,00	,00
	No congruentes	,000	,000	.	,00	,00
No congruentes	Masculino	-,020	,010	,186	-,05	,01
	Femenino	,000	,000	.	,00	,00
	Neutro	,000	,000	.	,00	,00

En relación a los subgrupos que son homogéneos en su medias para la *variable dependiente* (Tabla 66) puede observarse que todos los grupos definidos por la *variable independiente* tienen medias parecidas ( $p=0,742$ ).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.2 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

El ANOVA en este caso permite comprobar que para la *variable dependiente*, la media del grupo “masculino” es superior a la media del grupo “femenino”. El mínimo es para

ambos grupos el mismo, mientras que el máximo es superior para el grupo “masculino” (Tabla 67).

**Tabla 66. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Subgrupos homogéneos<sup>54</sup>**

		Subconjunto para alfa = .05	
Procedimiento	Género global de la unidad informativa	N	
	Femenino	58	1,00
	Neutro	61	1,00
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	No congruentes	34	1,00
	Masculino	203	1,02
	Sig.		,742

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

<sup>a</sup> Usa el tamaño muestral de la media armónica = 58,847.

<sup>b</sup> Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

**Tabla 67. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Descriptivos**

Categoría	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%			
					Límite inferior	Límite superior	Mínimo	Máximo
Masculino	105	1,02	,137	,013	,99	1,05	1	2
Femenino	56	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
Neutro	53	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
No congruentes	18	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
Total	232	1,01	,093	,006	1,00	1,02	1	2

El valor del nivel significativo del ANOVA (0,491) indica que debemos asumir la hipótesis de igualdad de medias y concluir que las poblaciones definidas por la *variable independiente* poseen la misma media en la *variable dependiente* (Tabla 68).

**Tabla 68. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Tabla resumen del procedimiento**

Variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,021	3	,007	,808	,491
Intra-grupos	1,962	228	,009		
Total	1,983	231			

El ANOVA es acompañado de una prueba de *Levene* sobre homogeneidad de varianzas. El estadístico de *Levene*, que arroja un valor de 3,361, con  $gl1=3$  y  $gl2=228$ , tiene un nivel significativo de 0,020, lo que indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de varianzas y concluir que, en las poblaciones definidas por las categorías de la *variable independiente*, las varianzas de la *variable dependiente* no son iguales.

<sup>54</sup> La clasificación por subgrupos homogéneos no está disponible para el procedimiento *Games-Howell*. Es por ello que, a pesar de que no pueden suponerse varianzas poblacionales iguales, se ha utilizado para esta clasificación el procedimiento *Tukey* en lugar del *Games-Howell*.

Observaremos por lo tanto los valores del procedimiento *Games-Howell* para las comparaciones *post hoc*.

El procedimiento de comparaciones múltiples (*Games-Howell*) indica que los promedios entre los grupos “masculino” y “femenino” definidos por las categorías de la *variable independiente* no difieren significativamente para la *variable dependiente* ( $p=.0, 489$ ) (Tabla 69).

**Tabla 69. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Comparaciones múltiples (Games-Howell)**

(I) Género global de la unidad informativa	(J) Género global de la unidad informativa	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite superior	Límite inferior
Masculino	Femenino	,019	,013	,489	-,02	,05
	Neutro	,019	,013	,489	-,02	,05
	No congruentes	,019	,013	,489	-,02	,05
Femenino	Masculino	-,019	,013	,489	-,05	,02
	Neutro	,000	,000	.	,00	,00
	No congruentes	,000	,000	.	,00	,00
Neutro	Masculino	-,019	,013	,489	-,05	,02
	Femenino	,000	,000	.	,00	,00
	No congruentes	,000	,000	.	,00	,00
No congruentes	Masculino	-,019	,013	,489	-,05	,02
	Femenino	,000	,000	.	,00	,00
	Neutro	,000	,000	.	,00	,00

En relación a los subgrupos que son homogéneos en su medias para la *variable dependiente* (Tabla 70) puede observarse que todos los grupos definidos por la *variable independiente* tienen medias parecidas ( $p=0,799$ ).

**Tabla 70. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Subgrupos homogéneos<sup>55</sup>**

Procedimiento	Género global de la unidad informativa	N	Subconjunto para alfa = .05
			1
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	Femenino	56	1,00
	Neutro	53	1,00
	No congruentes	18	1,00
	Masculino	105	1,02
	Sig.		

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

<sup>a</sup> Usa el tamaño muestral de la media armónica = 39,291.

<sup>b</sup> Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.2 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

<sup>55</sup> Ver nota al pie 54.

### 3.3.3.3 Superficie de la unidad informativa en función del género (hipótesis 1.3)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.3: “Las unidades informativas centradas en deportistas de sexo masculino tendrán mayor superficie que las centradas en deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo B de procedimientos estadísticos, que consiste en una análisis de varianza de un factor (*ANOVA de un factor*), seguido de comparaciones múltiples *post hoc*. El *factor* o *variable independiente* para el ANOVA empleado para la prueba de esta hipótesis es la variable *género global de la unidad informativa* (unidad de análisis *unidad informativa*). La *variable dependiente* es la *superficie de la unidad informativa*.

Los descriptivos del procedimiento ANOVA (Tabla 71) muestran que, para la variable dependiente: la media del grupo “masculino” es superior a la media del grupo “femenino”; el mínimo es superior para el grupo “masculino” que para el grupo “femenino”; el máximo es superior para el grupo “masculino” que para el grupo “femenino”.

**Tabla 71. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable superficie de la unidad informativa. Descriptivos**

Categoría	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Masculino	203	711,9714	265,73925	18,65124	675,1953	748,7475	65,13	1766,09
Femenino	58	508,7458	257,61678	33,82674	441,0089	576,4826	32,76	906,24
Neutro	61	275,8147	350,25207	44,84518	186,1110	365,5184	28,00	896,00
No congruentes	34	770,1835	160,43137	27,51375	714,2064	826,1607	312,32	913,92
Total	356	609,6864	321,29948	17,02884	576,1964	643,1765	28,00	1766,09

El valor del nivel significativo del ANOVA (0,000) indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que las poblaciones definidas por la *variable independiente* no poseen la misma media en la *variable dependiente* (Tabla 72).

**Tabla 72. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable superficie de la unidad informativa. Tabla resumen del procedimiento**

Variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	10390298,664	3	3463432,888	46,430	,000
Intra-grupos	26257542,031	352	74595,290		
Total	36647840,694	355			

El ANOVA es acompañado de una prueba de *Levene* sobre homogeneidad de varianzas. El estadístico de *Levene*, que arroja un valor de 12,437, con  $gl1=3$  y  $gl2=352$ , tiene un nivel significativo de 0,000, lo que indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de varianzas y concluir que, en las poblaciones definidas por las categorías de la *variable independiente*, las varianzas de la *variable dependiente* no son iguales. Observaremos por lo tanto los valores del procedimiento *Games-Howell* para las comparaciones *post hoc*.

El procedimiento de comparaciones múltiples (*Games-Howell*) indica que los promedios entre los grupos “masculino” y “femenino” definidos por las categorías de la *variable independiente* difieren significativamente para la *variable dependiente* ( $p=0,000$ ) (Tabla 73).

**Tabla 73. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas. Comparaciones múltiples (*Games-Howell*)**

(I) Género global de la unidad informativa	(J) Género global de la unidad informativa	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite superior	Límite inferior
Masculino	Femenino	203,22560*	38,62793	,000	102,1997	304,2515
	Neutro	436,15667*	48,56912	,000	308,7782	563,5351
	No congruentes	-58,21217	33,23966	,306	-145,7575	29,3332
Femenino	Masculino	-203,22560*	38,62793	,000	-304,2515	-102,1997
	Neutro	232,93107*	56,17240	,000	86,3951	379,4670
	No congruentes	-261,43777*	43,60338	,000	-375,5870	-147,2886
Neutro	Masculino	-436,15667*	48,56912	,000	-563,5351	-308,7782
	Femenino	-232,93107*	56,17240	,000	-379,4670	-86,3951
	No congruentes	-494,36884*	52,61271	,000	-632,0814	-356,6563
No congruentes	Masculino	58,21217	33,23966	,306	-29,3332	145,7575
	Femenino	261,43777*	43,60338	,000	147,2886	375,5870
	Neutro	494,36884*	52,61271	,000	356,6563	632,0814

\* La diferencia de medias es significativa al nivel .05.

En relación a aquellos subgrupos que son homogéneos en su medias para la *variable dependiente*, puede observarse que el grupo “masculino” y “femenino” se encuentran en diferentes subgrupos ( $p=1,000$  y  $p=0,655$  respectivamente) (Tabla 74).

**Tabla 74. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable superficie de la unidad informativa. Subgrupos homogéneos<sup>56</sup>**

Procedimiento	Género global de la unidad informativa	N	Subconjunto para alfa = .05		
			2	3	1
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	Neutro	61	275,8147		
	Femenino	58		508,7458	
	Masculino	203			711,9714
	No congruentes	34			770,1835
	Sig.			1,000	1,000

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

<sup>a</sup> Usa el tamaño muestral de la media armónica = 58,847.

<sup>b</sup> Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.3 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la *variable descripción de la unidad informativa*.

<sup>56</sup> Ver nota al pie 54.

Los *descriptivos* del procedimiento ANOVA en este caso (Tabla 75) ponen de manifiesto que, para la *variable dependiente*: la media del grupo “masculino” es superior a la media del grupo “femenino”; el mínimo es superior en el grupo masculino que en el grupo femenino; y el máximo es superior en el grupo “masculino” que en el grupo “femenino”.

**Tabla 75. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Descriptivos**

Categoría	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Masculino	105	593,8015	307,52455	30,01132	534,2880	653,3151	65,13	1766,09
Femenino	56	495,5553	252,25724	33,70929	428,0003	563,1102	32,76	906,24
Neutro	53	185,8245	280,33111	38,50644	108,5556	263,0933	28,00	865,28
No congruentes	18	683,8044	181,68233	42,82294	593,4559	774,1529	312,32	862,72
Total	232	483,8682	326,91005	21,46270	441,5806	526,1559	28,00	1766,09

El valor del nivel significativo del ANOVA (0,000) indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que las poblaciones definidas por la *variable independiente* no poseen la misma media en la *variable dependiente* (Tabla 76).

**Tabla 76. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Tabla resumen del procedimiento**

Variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	6704144,586	3	2234714,862	28,333	,000
Intra-grupos	17982866,485	228	78872,221		
Total	24687011,071	231			

**Tabla 77. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Comparaciones múltiples (Tukey)**

(I) Género global de la unidad informativa	(J) Género global de la unidad informativa	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite superior	Límite inferior
Masculino	Femenino	98,24629	46,47146	,152	-22,0255	218,5181
	Neutro	407,97709*	47,32144	,000	285,5055	530,4487
	No congruentes	-90,00290	71,64464	,592	-275,4248	95,4190
Femenino	Masculino	-98,24629	46,47146	,152	-218,5181	22,0255
	Neutro	309,73080*	53,81996	,000	170,4405	449,0211
	No congruentes	-188,24919	76,09351	,067	-385,1852	8,6868
Neutro	Masculino	-407,97709*	47,32144	,000	-530,4487	-285,5055
	Femenino	-309,73080*	53,81996	,000	-449,0211	-170,4405
	No congruentes	-497,97999*	76,61557	,000	-696,2671	-299,6929
No congruentes	Masculino	90,00290	71,64464	,592	-95,4190	275,4248
	Femenino	188,24919	76,09351	,067	-8,6868	385,1852
	Neutro	497,97999*	76,61557	,000	299,6929	696,2671

\* La diferencia de medias es significativa al nivel .05.

El ANOVA es acompañado de una prueba de *Levene* sobre homogeneidad de varianzas. El estadístico de *Levene*, que arroja un valor de 1,734, con  $gl1=3$  y  $gl2=228$ , tiene un nivel significativo de 0,161, lo que indica que debemos asumir la hipótesis de igualdad

de varianzas y concluir que, en las poblaciones definidas por las categorías de la *variable independiente*, las varianzas de la *variable dependiente* son iguales. Observaremos por lo tanto los valores del procedimiento *diferencia honestamente significativa de Tukey* para las comparaciones *post hoc*.

El procedimiento de comparaciones múltiples (*Tukey*) indica que los promedios entre los grupos “masculino” y “femenino” definidos por las categorías de la *variable independiente* no difieren significativamente para la *variable dependiente* ( $p=0,152$ ) (Tabla 77).

En relación a aquellos subgrupos que son homogéneos en su medias para la *variable dependiente* (Tabla 78) puede observarse que los grupos “masculino” y “femenino” se encuentran dentro del mismo subgrupo, siendo por tanto sus medias homogéneas ( $p=0,409$ ), aunque también el grupo “masculino” puede emparejarse con el “no congruente” ( $p=0,488$ ).

**Tabla 78. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Subgrupos homogéneos**

Procedimiento	Género global de la unidad informativa	N	Subconjunto para alfa = .05		
			2	3	1
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	Neutro	53	185,8245		
	Femenino	56		495,5553	
	Masculino	105		593,8015	593,8015
	No congruentes	18			683,8044
	Sig.		1,000	,409	,488

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

<sup>a</sup> Usa el tamaño muestral de la media armónica = 39,291.

<sup>b</sup> Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.3 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### 3.3.3.4 Género en los títulos (hipótesis 1.4)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.4: “La publicación dedicará un número mayor de títulos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *género en el título* (unidad de análisis *unidad informativa*).

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “neutro”, mientras que son menores para las categorías “masculino” y “femenino”. No obstante, la categoría “masculino” presenta más del doble de frecuencia que la categoría “femenino”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 498,174 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 79).



**Tabla 79. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género en el título***

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	27	118,7	-91,7	498,174	2	,000
Femenino	12	118,7	-106,7			
Neutro	317	118,7	198,3			
Total	356					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 118,7.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.4 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “neutro”, mientras que son menores para las categorías “masculino” y “femenino”. La categoría “femenino” tiene una frecuencia mayor que la categoría “masculino”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 362,388 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 80).

**Tabla 80. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género en el título* en subconjunto de noticias y artículos**

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	7	77,3	-70,3	362,388	2	,000
Femenino	11	77,3	-66,3			
Neutro	214	77,3	136,7			
Total	232					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 77,3.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.4 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### ***3.3.3.5 Género en los antetítulos (hipótesis 1.5)***

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.5: “La publicación dedicará un número mayor de títulos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *género en el antetítulo* (unidad de análisis *unidad informativa*). De los análisis se excluyen los casos codificados como “sin antetítulos” para esta variable, es decir, las *unidades informativas* que carecen de este elemento.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “neutro”, mientras que son menores para las categorías “masculino” y “femenino”. Hay 3 casos codificados como “masculino” frente a ninguno codificado como “femenino”. *Chi-*

*cuadrado* adopta un valor de 55,500 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 81).

**Tabla 81. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género en el antetítulo***

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	3	12,0	-9,0	55,500	2	,000
Femenino	0	12,0	-12,0			
Neutro	33	12,0	21,0			
Total	36					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 12,0.

**A la vista de los análisis anteriores *la hipótesis 1.5 se confirma para el conjunto total de los casos.***

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*. Los análisis efectuados sobre este subgrupo no muestran ninguna diferencia respecto al conjunto total de *unidades informativas*. Esto es así porque los antetítulos son un elemento de texto que solo aparece en las noticias y artículos de la publicación.

**A la vista de los análisis anteriores *la hipótesis 1.5 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.***

***3.3.3.6 Género en los subtítulos (hipótesis 1.6)***

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.6: “La publicación dedicará un número mayor de subtítulos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *género en el subtítulo* (unidad de análisis *unidad informativa*). De los análisis se excluyen los casos codificados como “sin subtítulos” para esta variable, es decir, las *unidades informativas* que carecen de este elemento.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “neutro”, mientras que son menores para las categorías “masculino” y “femenino”. Las frecuencias observadas para la categoría “masculino” son inferiores que las observadas para la categoría “femenino”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 172,750 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 82).

**Tabla 82. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género en el subtítulo***

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	10	50,7	-40,7	172,750	2	,000
Femenino	15	50,7	-35,7			
Neutro	127	50,7	76,3			
Total	152					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 50,7.

**A la vista de los análisis anteriores *la hipótesis 1.6 se rechaza para el conjunto total de los casos.***

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*. Los análisis no producen cambio alguno respecto al conjunto total de las *unidades informativas*, pues son estos unos elementos de texto que solo aparecen en las noticias y artículos.

**A la vista de los análisis realizados *la hipótesis 1.6 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.***

***3.3.3.7 Género en los destacados (hipótesis 1.7)***

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.7: “La publicación dedicará un número mayor de destacados a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *género en los destacados* (unidad de análisis *unidad informativa*). De los análisis se excluyen los casos codificados como “sin destacados” para esta variable, es decir, las *unidades informativas* que carecen de este elemento.

**Tabla 83. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género en los destacados***

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	6	24,3	-18,3	87,479	2	,000
Femenino	5	24,3	-19,3			
Neutro	62	24,3	37,7			
Total	73					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 24,3.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “neutro”, mientras que son menores para las categorías “masculino” y “femenino”. Hay más casos codificados como “masculinos” que como “femeninos”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 87,479 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 83).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.7 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “neutro”, mientras que son menores para las categorías “masculino” y “femenino”. Hay un número mayor de casos codificados como “masculino” que como “femenino”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 83,690 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 84).

**Tabla 84. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género* en los destacados en subconjunto de noticias y artículos**

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	6	23,7	-17,7	83,690	2	,000
Femenino	5	23,7	-18,7			
Neutro	60	23,7	36,3			
Total	71					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 23,7.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.7 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

**3.3.3.8 Género en los textos (hipótesis 1.8)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.8: “La publicación dedicará un número mayor de textos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *género preferente en la información en forma de texto* (unidad de análisis *unidad informativa*).

**Tabla 85. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género preferente en la información en forma de texto***

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	221	118,7	102,3	133,893	2	,000
Femenino	58	118,7	-60,7			
Neutro	77	118,7	-41,7			
Total	356					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 118,7.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “masculino”, mientras que son menores para las categorías “femenino”, y “neutro”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 133,893 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede

por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 85).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.8 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “masculino”, mientras que son menores para las categorías “femenino” y “neutro”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 19,172 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 86).

**Tabla 86. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género preferente en la información en forma de texto* en subconjunto de noticias y artículos**

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	108	77,3	30,7	19,172	2	,000
Femenino	56	77,3	-21,3			
Neutro	68	77,3	-9,3			
Total	232					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 77,3.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.8 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

**3.3.3.9 Género en las fotografías (hipótesis 1.9)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.9: “La publicación dedicará un número mayor de fotografías a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *género de la fotografía* (unidad de análisis *fotografía*).

**Tabla 87. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género de la fotografía***

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	233	139,7	93,3	108,220	2	,000
Femenino	125	139,7	-14,7			
Neutro	61	139,7	-78,7			
Total	419					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 139,7.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “masculino”, mientras que son menores para las categorías “femenino” y “neutro”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 108,220 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede

por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 87).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.9 se confirma.**

### 3.3.3.10 Superficie de la fotografía en función del género (hipótesis 1.10)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.10: “La superficie de las fotografías dedicadas a deportistas de sexo masculino será mayor que la superficie de las fotografías dedicadas a deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo B de procedimientos estadísticos, que consiste en un análisis de varianza de un factor (*ANOVA de un factor*), seguido de comparaciones múltiples *post hoc*. El *factor o variable independiente* para el ANOVA empleado para la prueba de esta hipótesis es la variable *género de la fotografía* (unidad de análisis *fotografía*). La *variable dependiente* es la *superficie de la fotografía*.

Los *descriptivos* del procedimiento ANOVA (Tabla 88) permiten comprobar que, para la *variable dependiente*: la media del grupo “masculino” es mayor que la media del grupo “femenino”; el mínimo es superior en el grupo “masculino” que en el grupo “femenino”; y el máximo es superior en el grupo “masculino” que en el grupo “femenino”.

**Tabla 88. ANOVA de género de la fotografía para la variable superficie de la fotografía. Descriptivos**

Categoría	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Masculino	233	300,9252	228,08938	14,94263	271,4846	330,3658	26,91	893,44
Femenino	125	209,9209	133,36843	11,92883	186,3104	233,5314	25,44	862,72
Neutro	61	292,5105	247,28359	31,66142	229,1783	355,8428	12,96	896,00
Total	419	272,5509	211,20811	10,31819	252,2689	292,8329	12,96	896,00

El valor del nivel significativo del ANOVA (0,000) indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que las poblaciones definidas por la *variable independiente* no poseen la misma media en la *variable dependiente* (Tabla 89).

**Tabla 89. ANOVA de género de la fotografía para la variable superficie de la fotografía. Tabla resumen del procedimiento**

Variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	702203,813	2	351101,906	8,140	,000
Intra-grupos	17944301,287	416	43135,340		
Total	18646505,099	418			

El ANOVA es acompañado de una prueba de *Levene* sobre homogeneidad de varianzas. El estadístico de *Levene*, que arroja un valor de 11,992, con  $gl1=2$  y  $gl2=416$ , tiene un nivel significativo de 0,000, lo que indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de varianzas y concluir que, en las poblaciones definidas por las categorías de la *variable independiente*, las varianzas de la *variable dependiente* no son iguales.

Observaremos por lo tanto los valores del procedimiento *Games-Howell* para las comparaciones *post hoc*.

El procedimiento de comparaciones múltiples (*Games-Howell*) indica que los promedios entre los grupos “masculino” y “femenino” definidos por las categorías de la *variable independiente* difieren significativamente para la *variable dependiente* ( $p=0,000$ ) (Tabla 90).

**Tabla 90. ANOVA de género de la fotografía para la variable superficie de la fotografía. Comparaciones múltiples (Games-Howell)**

(I) Género de la fotografía	(J) Género de la fotografía	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite superior	Límite inferior
Masculino	Femenino	91,00424*	19,12013	,000	46,0025	136,0060
	Neutro	8,41466	35,01039	,969	-75,0413	91,8706
Femenino	Masculino	-91,00424*	19,12013	,000	-136,0060	-46,0025
	Neutro	-82,58958*	33,83404	,044	-163,4383	-1,7409
Neutro	Masculino	-8,41466	35,01039	,969	-91,8706	75,0413
	Femenino	82,58958*	33,83404	,044	1,7409	163,4383

\* La diferencia de medias es significativa al nivel .05.

En cuanto a aquellos subgrupos que son homogéneos en su medias para la *variable dependiente* (Tabla 91) puede observarse que los grupos “masculino” y “femenino” se encuentran en dos subgrupos diferentes.

**Tabla 91. ANOVA de género de la fotografía para la variable superficie de la fotografía. Subgrupos homogéneos<sup>57</sup>**

Procedimiento	Género de la fotografía	N	Subconjunto para alfa = .05	
			2	1
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	Femenino	125	209,9209	
	Neutro	61		292,5105
	Masculino	233		300,9252
	Sig.		1,000	,954

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

<sup>a</sup> Usa el tamaño muestral de la media armónica = 104,583.

<sup>b</sup> Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.10 se confirma.**

### **3.3.3.11 Género de la fotografía principal (hipótesis 1.11)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.11: “La publicación dedicará un número mayor de las fotografías principales de las unidades informativas a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *género*

<sup>57</sup> Ver nota al pie 54.

de la fotografía principal. De los análisis se excluyen los casos codificados como “sin fotografía”, es decir, las *unidades informativas* que carecen de este elemento.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “masculino”, mientras que son menores para las categorías “femenino” y “neutro”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 86,957 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 92).

**Tabla 92. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género de la fotografía principal***

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	165	94,0	71,0	86,957	2	,000
Femenino	76	94,0	-18,0			
Neutro	41	94,0	-53,0			
Total	282					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 94,0.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.11 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “masculino”, mientras que son menores para las categorías “femenino” y “neutro”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 38,946 con 2 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 93).

**Tabla 93. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos***

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Masculino	97	61,3	35,7	38,946	2	,000
Femenino	59	61,3	-2,3			
Neutro	28	61,3	-33,3			
Total	184					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 61,3.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.11 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

**3.3.3.12 Superficie de la fotografía principal en función del género (hipótesis 1.12)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 1.12: “La superficie de las fotografías principales dedicadas a deportistas de sexo masculino será mayor que la superficie de las fotografías principales dedicadas a deportistas sexo femenino”. Esta hipótesis se



pone a prueba a través del Grupo B de procedimientos estadísticos, que consiste en una análisis de varianza de un factor (*ANOVA de un factor*), seguido de comparaciones múltiples *post hoc*. El *factor* o *variable independiente* para el ANOVA empleado para la prueba de esta hipótesis es la variable *género de la fotografía principal* (unidad de análisis *unidad informativa*). La *variable dependiente* es el *superficie de la fotografía principal*.

Los *descriptivos* del procedimiento ANOVA (Tabla 94) ponen de manifiesto que, para la *variable dependiente*: la media del grupo “masculino” es superior a la media del grupo “femenino”; que el mínimo del grupo “masculino” es inferior que el mínimo del grupo “femenino”; y que el máximo del grupo “masculino” es superior al máximo del grupo “femenino”.

Tabla 94. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal. Descriptivos

Categoría	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Masculino	165	372,5015	232,55477	18,10436	336,7538	408,2492	26,91	893,44
Femenino	76	265,8833	136,74476	15,68570	234,6357	297,1308	29,28	862,72
Neutro	41	371,3557	266,67865	41,64821	287,1815	455,5298	12,96	896,00
Total	282	343,6009	221,16626	13,17026	317,6760	369,5258	12,96	896,00

El valor del nivel significativo del ANOVA (0,001) indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que las poblaciones definidas por la *variable independiente* no poseen la misma media en la *variable dependiente* (Tabla 95).

Tabla 95. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal. Tabla resumen del procedimiento

Variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	628441,501	2	314220,751	6,684	,001
Intra-grupos	13116536,707	279	47012,676		
Total	13744978,209	281			

Tabla 96. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal. Comparaciones múltiples (Games-Howell)

(I) Género de la fotografía principal	(J) Género de la fotografía principal	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite superior	Límite inferior
Masculino	Femenino	106,61828*	23,95431	,000	50,1024	163,1341
	Neutro	1,14588	45,41301	1,000	-108,1858	110,4776
Femenino	Masculino	-106,61828*	23,95431	,000	-163,1341	-50,1024
	Neutro	-105,47240	44,50409	,055	-212,8672	1,9224
Neutro	Masculino	-1,14588	45,41301	1,000	-110,4776	108,1858
	Femenino	105,47240	44,50409	,055	-1,9224	212,8672

\* La diferencia de medias es significativa al nivel .05.

El ANOVA es acompañado de una prueba de *Levene* sobre homogeneidad de varianzas. El estadístico de *Levene*, que arroja un valor de 10,586, con  $gl1=2$  y  $gl2=279$ , tiene un nivel significativo de 0,000, lo que indica que debemos rechazar la hipótesis de

igualdad de varianzas y concluir que, en las poblaciones definidas por las categorías de la *variable independiente*, las varianzas de la *variable dependiente* no son iguales. Observaremos por lo tanto los valores del procedimiento *Games-Howell* para las comparaciones *post hoc*.

El procedimiento de comparaciones múltiples (*Games-Howell*) indica que los promedios entre los grupos “masculino” y “femenino” definidos por las categorías de la *variable independiente* difieren significativamente para la *variable dependiente* ( $p=0,000$ ) (Tabla 96).

En cuanto a aquellos subgrupos que son homogéneos en su medias para la *variable dependiente* (Tabla 97) puede observarse que los grupos “masculino” y “femenino” se encuentran en dos subgrupos diferentes.

**Tabla 97. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal. Subgrupos homogéneos<sup>58</sup>**

Procedimiento	Género de la fotografía principal	N	Subconjunto para alfa = .05	
			2	1
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	Femenino	76	265,8833	
	Neutro	41		371,3557
	Masculino	165		372,5015
	Sig.		1,000	,999

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

<sup>a</sup> Usa el tamaño muestral de la media armónica = 68,794.

<sup>b</sup> Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.12 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

**Tabla 98. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos. Descriptivos**

Categoría	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Masculino	97	317,7787	146,15920	14,84022	288,3211	347,2363	26,91	637,44
Femenino	59	260,8242	132,12159	17,20077	226,3931	295,2553	29,28	612,36
Neutro	28	250,7058	108,69031	20,54054	208,5601	292,8515	12,96	471,04
Total	184	289,3094	139,28861	10,26849	269,0495	309,5692	12,96	637,44

Los *descriptivos* del procedimiento ANOVA (Tabla 98) permiten comprobar que, para la *variable dependiente*: la media del grupo “masculino” es mayor que la media del grupo “femenino”; el mínimo del grupo “masculino” es inferior que el mínimo del grupo

<sup>58</sup> Ver nota al pie 54.

“femenino”; y que el máximo del grupo “masculino” es superior al máximo del grupo “femenino”.

El valor del nivel significativo del ANOVA (0,012) indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que las poblaciones definidas por la *variable independiente* no poseen la misma media en la *variable dependiente* (Tabla 99).

**Tabla 99. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos. Tabla resumen del procedimiento**

Variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	168218,507	2	84109,253	4,501	,012
Intra-grupos	3382222,651	181	18686,313		
Total	3550441,158	183			

El ANOVA es acompañado de una prueba de *Levene* sobre homogeneidad de varianzas. El estadístico de *Levene*, que arroja un valor de 1,378, con  $gl_1=2$  y  $gl_2=181$ , tiene un nivel significativo de 0,255, lo que indica que debemos asumir la hipótesis de igualdad de varianzas y concluir que, en las poblaciones definidas por las categorías de la *variable independiente*, las varianzas de la *variable dependiente* son iguales. Observaremos por lo tanto los valores del procedimiento *diferencia honestamente significativa de Tukey* para las comparaciones *post hoc*.

El procedimiento de comparaciones múltiples (*Tukey*) indica que los promedios entre los grupos “masculino” y “femenino” definidos por las categorías de la *variable independiente* difieren significativamente para la *variable dependiente* ( $p=0,033$ ) (Tabla 100).

**Tabla 100. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos. Comparaciones múltiples (Tukey)**

(I) Género de la fotografía principal	(J) Género de la fotografía principal	Diferencia de medias (I-J) Límite inferior	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite superior	Límite inferior
Masculino	Femenino	56,95454*	22,56900	,033	3,6205	110,2886
	Neutro	67,07296	29,32594	,060	-2,2288	136,3747
Femenino	Masculino	-56,95454*	22,56900	,033	-110,2886	-3,6205
	Neutro	10,11842	31,37014	,944	-64,0141	84,2509
Neutro	Masculino	-67,07296	29,32594	,060	-136,3747	2,2288
	Femenino	-10,11842	31,37014	,944	-84,2509	64,0141

\* La diferencia de medias es significativa al nivel .05.

En relación a aquellos subgrupos que son homogéneos en su medias para la *variable dependiente* (Tabla 101) puede observarse que la categoría “femenino” se agrupa mejor con la de “neutro” ( $p=0,931$ ) que con la de “masculino” ( $p=0,107$ ).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 1.12 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

**Tabla 101. ANOVA de género de la fotografía principal para la variable superficie de la fotografía principal en subconjunto de noticias y artículos. Subgrupos homogéneos**

Procedimiento	Género de la fotografía principal	N	Subconjunto para alfa = .05	
			2	1
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	Neutro	28	250,7058	
	Femenino	59	260,8242	260,8242
	Masculino	97		317,7787
	Sig.		,931	,107

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

<sup>a</sup> Usa el tamaño muestral de la media armónica = 47,640.

<sup>b</sup> Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

### 3.3.3.13 Ajuste entre representación y participación: unidades informativas (hipótesis 2.1)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 2.1: “La proporción de unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas de sexo masculino en los Juegos Deportivos de La Rioja (66,42%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas, por lo que previamente al análisis se procede a un filtrado de casos, seleccionando los que adoptan en la variable considerada las categorías “masculino” o “femenino” y excluyendo aquellos que adoptan otras categorías que no realizan caracterizaciones taxativas del género.

**Tabla 102. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género global de la unidad informativa y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Género global de la unidad informativa	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Masculino	203	,778	,664	,000(a)
Grupo 2	Femenino	58	,222		
Total		261	1,000		

a Basado en la aproximación Z.

La prueba *binomial* realizada muestra que la proporción observada es de 0,778 y la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia mayor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral derecho. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,000, por lo que podemos rechazar la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor que 0,664 (Tabla 102).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.1 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

La prueba *binomial* realizada muestra que la proporción observada es de 0,652, menor que la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia menor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral izquierdo. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,404, por lo que podemos asumir la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor o igual que 0,664 (Tabla 103).

**Tabla 103. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de *género global de la unidad informativa* y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)**

Género global de la unidad informativa	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Masculino	105	,652	,664	,404 <sup>a,b</sup>
Grupo 2	Femenino	56	,348		
Total		161	1,000		

<sup>a</sup> La hipótesis alternativa establece que la proporción de casos del primer grupo sea < ,664.

<sup>b</sup> Basado en la aproximación Z.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.1 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

**3.3.3.14 Ajuste entre representación y participación: títulos (hipótesis 2.2)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 2.2: “La proporción de títulos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “masculino” en la variable *género en el título* es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas de sexo masculino en los Juegos Deportivos de La Rioja (66,42%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas, por lo que previamente al análisis se procede a un filtrado de casos, seleccionando los que adoptan en la variable considerada las categorías “masculino” o “femenino” y excluyendo aquellos que adoptan otras categorías que no realizan caracterizaciones taxativas del género.

La prueba *binomial* muestra que la proporción observada es de 0,692 y la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la

categoría de referencia mayor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral derecho. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,426, por lo que podemos asumir la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es menor o igual que 0,664 (Tabla 104).

**Tabla 104. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en el título y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Género en el título	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Masculino	27	,692	,664	,426 <sup>a</sup>
Grupo 2	Femenino	12	,308		
Total		39	1,000		

<sup>a</sup> Basado en la aproximación Z.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.2 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

La prueba *binomial* muestra que la proporción observada es de 0,389, menor que la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia menor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral izquierdo. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,015, por lo que podemos rechazar la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es menor que 0,664 (Tabla 105).

**Tabla 105. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en el título y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)**

Género en el título	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (unilateral)
Grupo 1	Masculino	7	,389	,664	,015 <sup>a</sup>
Grupo 2	Femenino	11	,611		
Total		18	1,000		

<sup>a</sup> La hipótesis alternativa establece que la proporción de casos del primer grupo sea < ,664.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.2 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### **3.3.3.15 Ajuste entre representación y participación: género en el antetítulo (hipótesis 2.3)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 2.3: “La proporción de antetítulos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “masculino” en la variable *género en el antetítulo* es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas de sexo masculino en los Juegos Deportivos de La Rioja (66,42%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas, por lo que previamente al análisis se procede a un filtrado de casos, seleccionando los que adoptan en la variable considerada las categorías “masculino” o “femenino” y excluyendo aquellos que adoptan otras categorías que no realizan caracterizaciones taxativas del género.

La prueba *binomial* realizada permite observar que la proporción observada es de 1,000 y la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia mayor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral derecho. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,293, por lo que podemos asumir la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es menor o igual que 0,664 (Tabla 106).

**Tabla 106. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de *género en el antetítulo* y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Género en el antetítulo	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (unilateral)
Grupo 1	Masculino	3	1,000	,664	,293
Total		3	1,000		

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.3 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

**Tabla 107. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de *género en el antetítulo* y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)**

Género en el antetítulo	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (unilateral)
Grupo 1	Masculino	3	1,000	,664	,293
Total		3	1,000		

La prueba *binomial* para este subconjunto de datos muestra que la proporción observada es de 1,000 y la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia mayor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral derecho. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,293, por lo que podemos asumir la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es menor o igual que 0,664 (Tabla 107).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.3 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

**3.3.3.16 Ajuste entre representación y participación: género en el subtítulo (hipótesis 2.4)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 2.4: “La proporción de subtítulos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “masculino” en la variable *género en el subtítulo* es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas de sexo masculino en los Juegos Deportivos de La Rioja (66,42%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas, por lo que previamente al análisis se procede a un filtrado de casos, seleccionando los que adoptan en la variable considerada las categorías “masculino” o “femenino” y excluyendo aquellos que adoptan otras categorías que no realizan caracterizaciones taxativas del género.

La prueba *binomial* realizada pone de manifiesto que la proporción observada es de 0,400, menor que la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia menor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral izquierdo. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,006, por lo que podemos rechazar la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es menor que 0,664 (Tabla 108).

**Tabla 108. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de *género en el subtítulo* y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Género en el subtítulo	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (unilateral)
Grupo 1	Masculino	10	,400	,664	,006 <sup>a</sup>
Grupo 2	Femenino	15	,600		
Total		25	1,000		

<sup>a</sup> La hipótesis alternativa establece que la proporción de casos del primer grupo sea < ,664.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.4 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.



La prueba *binomial* sobre este subconjunto permite constatar que la proporción observada es de 0,400, menor que la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia menor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral izquierdo. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,006, por lo que podemos rechazar la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es menor que 0,664 (Tabla 109).

**Tabla 109. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en el subtítulo y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)**

Género en el subtítulo	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (unilateral)
Grupo 1	Masculino	10	,400	,664	,006 <sup>a</sup>
Grupo 2	Femenino	15	,600		
Total		25	1,000		

<sup>a</sup> La hipótesis alternativa establece que la proporción de casos del primer grupo sea < ,664.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.4 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### ***3.3.3.17 Ajuste entre representación y participación: género en los destacados (hipótesis 2.5)***

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 2.5: “La proporción de destacados dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

**Tabla 110. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género en los destacados y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Género en los destacados	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (unilateral)
Grupo 1	Masculino	6	,545	,664	,296 <sup>a</sup>
Grupo 2	Femenino	5	,455		
Total		11	1,000		

<sup>a</sup> La hipótesis alternativa establece que la proporción de casos del primer grupo sea < ,664.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “masculino” en la variable *género en los destacados* es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas de sexo masculino en los Juegos Deportivos de La Rioja (66,42%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas, por lo que previamente al análisis se procede a un filtrado de casos, seleccionando los que adoptan en la variable considerada las categorías “masculino” o “femenino” y excluyendo aquellos que adoptan otras categorías que no realizan caracterizaciones taxativas del género.

La prueba *binomial* realizada pone de manifiesto que la proporción observada es de 0,545, menor que la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia menor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral izquierdo. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,296, por lo que podemos asumir la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor o igual que 0,664 (Tabla 110).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.5 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*. Al ser los destacados elementos de texto presentes exclusivamente en las noticias y artículos los análisis arrojan resultados idénticos a los expresados con anterioridad para el conjunto total de las *unidades informativas*, por lo que no se reproducen.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.5 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### ***3.3.3.18 Ajuste entre representación y participación: género preferente en la información en forma de texto (hipótesis 2.6)***

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 2.6: “La proporción de textos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “masculino” en la variable *género preferente en la información en forma de texto* es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas de sexo masculino en los Juegos Deportivos de La Rioja (66,42%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas, por lo que previamente al análisis se procede a un filtrado de casos, seleccionando los que adoptan en la variable considerada las categorías “masculino” o “femenino” y excluyendo aquellos que adoptan otras categorías que no realizan caracterizaciones taxativas del género.

La prueba *binomial* pone de manifiesto que la proporción observada es de 0,792, mayor que la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia mayor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral derecho. El nivel significativo (*significación*

*asintótica unilateral*) es de 0,000, por lo que podemos rechazar la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor que 0,664 (Tabla 111).

**Tabla 111. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género preferente en la información en forma de texto y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Género preferente en la información en forma de texto	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Masculino	221	,792	,664	,000 <sup>a</sup>
Grupo 2	Femenino	58	,208		
Total		279	1,000		

<sup>a</sup> Basado en la aproximación Z.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.6 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

La prueba *binomial* sobre este subconjunto permite constatar que la proporción observada, de 0,659, es menor que la proporción de prueba (0,664). Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia menor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral izquierdo. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,470, por lo que podemos asumir la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor o igual que 0,664 (Tabla 112).

**Tabla 112. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género preferente en la información en forma de texto y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)**

Género preferente en la información en forma de texto	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Masculino	108	,659	,664	,470 <sup>a,b</sup>
Grupo 2	Femenino	56	,341		
Total		164	1,000		

<sup>a</sup> La hipótesis alternativa establece que la proporción de casos del primer grupo sea < ,664.

<sup>b</sup> Basado en la aproximación Z.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.6 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

**3.3.3.19 Ajuste entre representación y participación: género de la fotografía (unidad de análisis fotografía) (hipótesis 2.7)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 2.7: “La proporción de fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “masculino” en la variable *género de la fotografía* (unidad de análisis *fotografía*) es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas de sexo masculino en los Juegos Deportivos de La Rioja (66,42%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas, por lo que previamente al análisis se procede a un filtrado de casos, seleccionando los que adoptan en la variable considerada las categorías “masculino” o “femenino” y excluyendo aquellos que adoptan otras categorías que no realizan caracterizaciones taxativas del género.

La prueba *binomial* muestra que la proporción observada es de 0,651, menor que la proporción de prueba (0,664). Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia menor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral izquierdo. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,317, por lo que podemos asumir la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor o igual que 0,664 (Tabla 113).

**Tabla 113. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de *género de la fotografía* (unidad de análisis *fotografía*) y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Género de la fotografía	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Masculino	233	,651	,664	,317 <sup>a,b</sup>
Grupo 2	Femenino	125	,349		
Total		358	1,000		

<sup>a</sup> La hipótesis alternativa establece que la proporción de casos del primer grupo sea < ,664.

<sup>b</sup> Basado en la aproximación Z.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.7 se rechaza.**

### ***3.3.3.20 Ajuste entre representación y participación: género de la fotografía principal (hipótesis 2.8)***

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 2.8: “La proporción de fotografías principales dedicadas a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “masculino” en la variable *género de la fotografía principal* es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas de sexo masculino en los Juegos Deportivos de La Rioja (66,42%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas, por lo que

previamente al análisis se procede a un filtrado de casos, seleccionando los que adoptan en la variable considerada las categorías “masculino” o “femenino” y excluyendo aquellos que adoptan otras categorías que no realizan caracterizaciones taxativas del género.

La prueba *binomial* realizada permite constatar que la proporción observada es de 0,685 y la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia mayor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral derecho. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,272, por lo que podemos asumir la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es menor o igual que 0,664 (Tabla 114).

**Tabla 114. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género de la fotografía principal y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Género de la fotografía principal	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Masculino	165	,685	,664	,272 <sup>a</sup>
Grupo 2	Femenino	76	,315		
Total		241	1,000		

<sup>a</sup> Basado en la aproximación Z.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.8 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

La prueba *binomial* sobre este subconjunto muestra que la proporción observada es de 0,622, menor que la proporción de prueba 0,664. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia menor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral izquierdo. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,151, por lo que podemos asumir la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor o igual que 0,664 (Tabla 115).

**Tabla 115. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "masculino" de género de la fotografía principal y proporción de participaciones masculinas en los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)**

Género de la fotografía principal	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Masculino	97	,622	,664	,151 <sup>a,b</sup>
Grupo 2	Femenino	59	,378		
Total		156	1,000		

<sup>a</sup> La hipótesis alternativa establece que la proporción de casos del primer grupo sea < ,664.

<sup>b</sup> Basado en la aproximación Z.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 2.8 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

**3.3.3.21 Portadas en función del género (hipótesis 3.1)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.1: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género global de la unidad informativa* y *portada*. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

**Tabla 116. Género global de la unidad informativa y portada. Tabla de contingencia**

		Portada			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	21	182	203
		Frecuencia esperada	18,8	184,2	203,0
		% de género global de la unidad informativa	10,3%	89,7%	100,0%
		Residuos corregidos	,8	-,8	
	Femenino	Recuento	7	51	58
		Frecuencia esperada	5,4	52,6	58,0
		% de género global de la unidad informativa	12,1%	87,9%	100,0%
		Residuos corregidos	,8	-,8	
	Neutro	Recuento	2	59	61
		Frecuencia esperada	5,7	55,3	61,0
		% de género global de la unidad informativa	3,3%	96,7%	100,0%
		Residuos corregidos	-1,8	1,8	
	No congruentes	Recuento	3	31	34
		Frecuencia esperada	3,2	30,8	34,0
		% de género global de la unidad informativa	8,8%	91,2%	100,0%
		Residuos corregidos	-,1	,1	
Total	Recuento	33	323	356	
	Frecuencia esperada	33,0	323,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	9,3%	90,7%	100,0%	

El 10,3% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en portada, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,8). Por su parte el 12,1% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *portada*, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,8) (Tabla 116).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,330) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 117).

**Tabla 117. Género global de la unidad informativa y portada. *V de Cramer***

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
<i>V de Cramer</i>	,098	,330
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.1 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

**Tabla 118. Género global de la unidad informativa y portada para el subconjunto de noticias y artículos. *Tabla de contingencia***

		Portada			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	21	84	105
		Frecuencia esperada	14,9	90,1	105,0
		% de género global de la unidad informativa	20,0%	80,0%	100,0%
		Residuos corregidos	2,3	-2,3	
	Femenino	Recuento	7	49	56
		Frecuencia esperada	8,0	48,0	56,0
		% de género global de la unidad informativa	12,5%	87,5%	100,0%
		Residuos corregidos	-,4	,4	
	Neutro	Recuento	2	51	53
		Frecuencia esperada	7,5	45,5	53,0
		% de género global de la unidad informativa	3,8%	96,2%	100,0%
		Residuos corregidos	-2,5	2,5	
	No congruentes	Recuento	3	15	18
		Frecuencia esperada	2,6	15,4	18,0
		% de género global de la unidad informativa	16,7%	83,3%	100,0%
		Residuos corregidos	,3	-,3	
Total	Recuento	33	199	232	
	Frecuencia esperada	33,0	199,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	14,2%	85,8%	100,0%	

El 20% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *portada*, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 2,3). Por su parte el 12,5% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género*

global de la unidad informativa se sitúan en *portada*, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,4) (Tabla 118).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,049) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 119).

**Tabla 119. Género global de la unidad informativa y portada para el subconjunto de noticias y artículos. *V de Cramer***

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,184	,049
N de casos válidos	232	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.1 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

### 3.3.3.22 Contraportadas en función del género (hipótesis 3.2)

**Tabla 120. Género global de la unidad informativa y contraportada. Tabla de contingencia**

		Contraportada			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	21	182	203
		Frecuencia esperada	20,0	183,0	203,0
		% de género global de la unidad informativa	10,3%	89,7%	100,0%
		Residuos corregidos	,4	-,4	
	Femenino	Recuento	8	50	58
		Frecuencia esperada	5,7	52,3	58,0
		% de género global de la unidad informativa	13,8%	86,2%	100,0%
		Residuos corregidos	1,1	-1,1	
	Neutro	Recuento	4	57	61
		Frecuencia esperada	6,0	55,0	61,0
		% de género global de la unidad informativa	6,6%	93,4%	100,0%
		Residuos corregidos	-,9	,9	
No congruentes	Recuento	2	32	34	
	Frecuencia esperada	3,3	30,7	34,0	
	% de género global de la unidad informativa	5,9%	94,1%	100,0%	
	Residuos corregidos	-,8	,8		
Total	Recuento	35	321	356	
	Frecuencia esperada	35,0	321,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	9,8%	90,2%	100,0%	
	Residuos corregidos				

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.2: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo



femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género global de la unidad informativa y contraportada*. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

El 10,3% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *contraportada*, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,4). Por su parte el 13,8% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *contraportada*, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,1) (Tabla 120).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,489) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 121).

**Tabla 121. Género global de la unidad informativa y contraportada. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,082	,489
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.2 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

En este caso el 20,0% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *contraportada*, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,9). Por su parte el 14,3% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *contraportada*, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,2) (Tabla 122).

Tabla 122. *Género global de la unidad informativa y contraportada para el subconjunto de noticias y artículos.*  
Tabla de contingencia

		Contraportada			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	21	84	105
		Frecuencia esperada	15,8	89,2	105,0
		% de género global de la unidad informativa	20,0%	80,0%	100,0%
		Residuos corregidos	1,9	-1,9	
	Femenino	Recuento	8	48	56
		Frecuencia esperada	8,4	47,6	56,0
		% de género global de la unidad informativa	14,3%	85,7%	100,0%
		Residuos corregidos	-,2	,2	
	Neutro	Recuento	4	49	53
		Frecuencia esperada	8,0	45,0	53,0
		% de género global de la unidad informativa	7,5%	92,5%	100,0%
		Residuos corregidos	-1,7	1,7	
	No congruentes	Recuento	2	16	18
		Frecuencia esperada	2,7	15,3	18,0
		% de género global de la unidad informativa	11,1%	88,9%	100,0%
		Residuos corregidos	-,5	,5	
Total	Recuento	35	197	232	
	Frecuencia esperada	35,0	197,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	15,1%	84,9%	100,0%	

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,205) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 123).

Tabla 123. *Género global de la unidad informativa y contraportada para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer*

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,141	,205
N de casos válidos	232	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.2 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### 3.3.3.23 Portadas completas en función del género (hipótesis 3.3)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.3: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género*

*global de la unidad informativa y portada completa*. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

El 10,3% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en portada y son además las únicas en ella, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,8). Por su parte el 12,1% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en portada y son además las únicas en ella, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,8) (Tabla 124).

**Tabla 124. Género global de la unidad informativa y portada completa. Tabla de contingencia**

		Portada completa		Total	
		Sí	No		
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	21	182	203
		Frecuencia esperada	18,8	184,2	203,0
		% de género global de la unidad informativa	10,3%	89,7%	100,0%
		Residuos corregidos	,8	-,8	
	Femenino	Recuento	7	51	58
		Frecuencia esperada	5,4	52,6	58,0
		% de género global de la unidad informativa	12,1%	87,9%	100,0%
		Residuos corregidos	,8	-,8	
	Neutro	Recuento	2	59	61
		Frecuencia esperada	5,7	55,3	61,0
		% de género global de la unidad informativa	3,3%	96,7%	100,0%
		Residuos corregidos	-1,8	1,8	
	No congruentes	Recuento	3	31	34
		Frecuencia esperada	3,2	30,8	34,0
		% de género global de la unidad informativa	8,8%	91,2%	100,0%
		Residuos corregidos	-,1	,1	
Total	Recuento	33	323	356	
	Frecuencia esperada	33,0	323,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	9,3%	90,7%	100,0%	

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,330) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 125).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.3 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

**Tabla 125. Género global de la unidad informativa y portada completa. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,098	,330
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

**Tabla 126. Género global de la unidad informativa y portada completa para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia**

		Portada completa			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	21	84	105
		Frecuencia esperada	14,9	90,1	105,0
		% de género global de la unidad informativa	20,0%	80,0%	100,0%
		Residuos corregidos	2,3	-2,3	
	Femenino	Recuento	7	49	56
		Frecuencia esperada	8,0	48,0	56,0
		% de género global de la unidad informativa	12,5%	87,5%	100,0%
		Residuos corregidos	-,4	,4	
	Neutro	Recuento	2	51	53
		Frecuencia esperada	7,5	45,5	53,0
		% de género global de la unidad informativa	3,8%	96,2%	100,0%
		Residuos corregidos	-2,5	2,5	
No congruentes	Recuento	3	15	18	
	Frecuencia esperada	2,6	15,4	18,0	
	% de género global de la unidad informativa	16,7%	83,3%	100,0%	
	Residuos corregidos	,3	-,3		
Total	Recuento	33	199	232	
	Frecuencia esperada	33,0	199,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	14,2%	85,8%	100,0%	

Para este subconjunto de datos el 20,0% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *portada completa*, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 2,3). Por su parte el 12,5% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *portada completa*, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,4) (Tabla 126).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,049) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 127).

**Tabla 127. Género global de la unidad informativa y portada completa para el subconjunto de noticias y artículos. *V de Cramer***

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,184	,049
N de casos válidos	232	

a Asumiendo la hipótesis alternativa.

b Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.3 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

### **3.3.3.24 Contraportadas completas en función del género (hipótesis 3.4)**

**Tabla 128. Género global de la unidad informativa y contraportada completa. Tabla de contingencia**

		Contraportada completa			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	17	186	203
		Frecuencia esperada	17,7	185,3	203,0
		% de género global de la unidad informativa	8,4%	91,6%	100,0%
		Residuos corregidos	-,3	,3	
	Femenino	Recuento	8	50	58
		Frecuencia esperada	5,1	52,9	58,0
		% de género global de la unidad informativa	13,8%	86,2%	100,0%
		Residuos corregidos	1,5	-1,5	
	Neutro	Recuento	4	57	61
		Frecuencia esperada	5,3	55,7	61,0
		% de género global de la unidad informativa	6,6%	93,4%	100,0%
		Residuos corregidos	-,7	,7	
	No congruentes	Recuento	2	32	34
		Frecuencia esperada	3,0	31,0	34,0
		% de género global de la unidad informativa	5,9%	94,1%	100,0%
		Residuos corregidos	-,6	,6	
Total	Recuento	31	325	356	
	Frecuencia esperada	31,0	325,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	8,7%	91,3%	100,0%	

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.4: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de contraportadas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las

variables *género global de la unidad informativa y contraportada completa*. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

El 8,4% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *contraportada* y son las únicas en ella, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,3). Por su parte el 13,8% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *contraportada* y son las únicas en ella, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,5) (Tabla 128).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,455) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 129).

**Tabla 129. Género global de la unidad informativa y contraportada completa. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,086	,455
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.4 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

En este grupo de datos el 14% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *contraportada completa*, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,2). Por su parte el 14,3% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en *contraportada completa*, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,2) (Tabla 130).

Tabla 130. Género global de la unidad informativa y contraportada completa para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia

		Contraportada completa			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	17	88	105
		Frecuencia esperada	14,0	91,0	105,0
		% de género global de la unidad informativa	16,2%	83,8%	100,0%
		Residuos corregidos	1,2	-1,2	
	Femenino	Recuento	8	48	56
		Frecuencia esperada	7,5	48,5	56,0
		% de género global de la unidad informativa	14,3%	85,7%	100,0%
		Residuos corregidos	,2	-,2	
	Neutro	Recuento	4	49	53
		Frecuencia esperada	7,1	45,9	53,0
		% de género global de la unidad informativa	7,5%	92,5%	100,0%
		Residuos corregidos	-1,4	1,4	
	No congruentes	Recuento	2	16	18
		Frecuencia esperada	2,4	15,6	18,0
		% de género global de la unidad informativa	11,1%	88,9%	100,0%
		Residuos corregidos	-,3	,3	
Total	Recuento	31	201	232	
	Frecuencia esperada	31,0	201,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	13,4%	86,6%	100,0%	

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,495) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 131).

Tabla 131. Género global de la unidad informativa y contraportada completa para el subconjunto de noticias y artículos. *V de Cramer*

	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,102	,495
N de casos válidos	232	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.4 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### 3.3.3.25 Páginas impares en función del género (hipótesis 3.5)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.5: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de páginas impares que las unidades informativa dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género*

global de la unidad informativa y página impar. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

El 45,3% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en página impar, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 2,0). Por su parte el 50% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en página impar, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,6) (Tabla 132).

Tabla 132. *Género global de la unidad informativa y página impar. Tabla de contingencia*

		Página impar			
		Impar	Par	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	92	111	203
		Frecuencia esperada	82,7	120,3	203,0
		% de género global de la unidad informativa	45,3%	54,7%	100,0%
		Residuos corregidos	2,0	-2,0	
	Femenino	Recuento	29	29	58
		Frecuencia esperada	23,6	34,4	58,0
		% de género global de la unidad informativa	50,0%	50,0%	100,0%
		Residuos corregidos	1,6	-1,6	
	Neutro	Recuento	14	47	61
		Frecuencia esperada	24,8	36,2	61,0
		% de género global de la unidad informativa	23,0%	77,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-3,1	3,1	
No congruentes	Recuento	10	24	34	
	Frecuencia esperada	13,8	20,2	34,0	
	% de género global de la unidad informativa	29,4%	70,6%	100,0%	
	Residuos corregidos	-1,4	1,4		
Total	Recuento	145	211	356	
	Frecuencia esperada	145,0	211,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	40,7%	59,3%	100,0%	

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,003) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 133).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.5 se rechaza para el conjunto total de los casos.**



**Tabla 133. Género global de la unidad informativa y página impar. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,196	,003
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

**Tabla 134. Género global de la unidad informativa y página impar para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia**

		Página impar			
		Impar	Par	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	41	64	105
		Frecuencia esperada	37,6	67,4	105,0
		% de género global de la unidad informativa	39,0%	61,0%	100,0%
		Residuos corregidos	,9	-,9	
	Femenino	Recuento	27	29	56
		Frecuencia esperada	20,0	36,0	56,0
		% de género global de la unidad informativa	48,2%	51,8%	100,0%
		Residuos corregidos	2,2	-2,2	
	Neutro	Recuento	7	46	53
		Frecuencia esperada	19,0	34,0	53,0
		% de género global de la unidad informativa	13,2%	86,8%	100,0%
		Residuos corregidos	-3,9	3,9	
No congruentes	Recuento	8	10	18	
	Frecuencia esperada	6,4	11,6	18,0	
	% de género global de la unidad informativa	44,4%	55,6%	100,0%	
	Residuos corregidos	,8	-,8		
Total	Recuento	83	149	232	
	Frecuencia esperada	83,0	149,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	35,8%	64,2%	100,0%	

En este subconjunto de datos el 39,0% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en página impar, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,9). Por su parte el 48,2% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* se sitúan en página impar, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 2,2) (Tabla 134).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,049) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 135).

**Tabla 135. Género global de la unidad informativa y página impar para el subconjunto de noticias y artículos. *V de Cramer***

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,267	,001
N de casos válidos	232	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.5 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### 3.3.3.26 Páginas completas en función del género (hipótesis 3.6)

**Tabla 136. Género global de la unidad informativa y página completa. Tabla de contingencia**

		Página completa			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	149	54	203
		Frecuencia esperada	123,2	79,8	203,0
		% de género global de la unidad informativa	73,4%	26,6%	100,0%
		Residuos corregidos	5,7	-5,7	
	Femenino	Recuento	23	35	58
		Frecuencia esperada	35,2	22,8	58,0
		% de género global de la unidad informativa	39,7%	60,3%	100,0%
		Residuos corregidos	-3,6	3,6	
	Neutro	Recuento	16	45	61
		Frecuencia esperada	37,0	24,0	61,0
		% de género global de la unidad informativa	26,2%	73,8%	100,0%
		Residuos corregidos	-6,1	6,1	
No congruentes	Recuento	28	6	34	
	Frecuencia esperada	20,6	13,4	34,0	
	% de género global de la unidad informativa	82,4%	17,6%	100,0%	
	Residuos corregidos	2,7	-2,7		
Total	Recuento	216	140	356	
	Frecuencia esperada	216,0	140,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	60,7%	39,3%	100,0%	
	Residuos corregidos				

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.6: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de páginas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género*

*global de la unidad informativa y página completa*. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

El 73,4% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan página completa, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 5,7). Por su parte el 39,7% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan página completa, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -3,6) (Tabla 136).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,000) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 137).

**Tabla 137. Género global de la unidad informativa y página completa. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,416	,000
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.6 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

En este conjunto de datos el 55,2% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan página completa, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 3,5). Por su parte el 37,5% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan página completa, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,9) (Tabla 138).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,000) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 139).

Tabla 138. *Género global de la unidad informativa y página completa para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia*

		Página completa			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	58	47	105
		Frecuencia esperada	44,8	60,2	105,0
		% de género global de la unidad informativa	55,2%	44,8%	100,0%
		Residuos corregidos	3,5	-3,5	
	Femenino	Recuento	21	35	56
		Frecuencia esperada	23,9	32,1	56,0
		% de género global de la unidad informativa	37,5%	62,5%	100,0%
		Residuos corregidos	-,9	,9	
	Neutro	Recuento	8	45	53
		Frecuencia esperada	22,6	30,4	53,0
		% de género global de la unidad informativa	15,1%	84,9%	100,0%
		Residuos corregidos	-4,6	4,6	
	No congruentes	Recuento	12	6	18
		Frecuencia esperada	7,7	10,3	18,0
		% de género global de la unidad informativa	66,7%	33,3%	100,0%
		Residuos corregidos	2,1	-2,1	
Total	Recuento	99	133	232	
	Frecuencia esperada	99,0	133,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	42,7%	57,3%	100,0%	

Tabla 139. *Género global de la unidad informativa y página completa para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer*

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,348	,000
N de casos válidos	232	

a Asumiendo la hipótesis alternativa.

b Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.6 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

### **3.3.3.27 Dobles páginas en función del género (hipótesis 3.7)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.7: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de dobles páginas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género global de la unidad informativa* y *doble página*. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos

tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Los análisis muestran que el 2,0% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan doble página, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,7). Por su parte el 0,0% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan doble página, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,9) (Tabla 140).

**Tabla 140. Género global de la unidad informativa y doble página. Tabla de contingencia**

		Doble página			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	4	199	203
		Frecuencia esperada	2,3	200,7	203,0
		% de género global de la unidad informativa	2,0%	98,0%	100,0%
		Residuos corregidos	1,7	-1,7	
	Femenino	Recuento	0	58	58
		Frecuencia esperada	,7	57,3	58,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,9	,9	
	Neutro	Recuento	0	61	61
		Frecuencia esperada	,7	60,3	61,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,9	,9	
	No congruentes	Recuento	0	34	34
		Frecuencia esperada	,4	33,6	34,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,7	,7	
Total	Recuento	4	352	356	
	Frecuencia esperada	4,0	352,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	1,1%	98,9%	100,0%	

**Tabla 141. Género global de la unidad informativa y doble página. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,093	,384
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,384) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 141).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.7 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

En este caso el 1,9% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan doble página, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,6). Por su parte el 0,0% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan doble página, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,8) (Tabla 142).

**Tabla 142. Género global de la unidad informativa y doble página para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia**

		Doble página			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	2	103	105
		Frecuencia esperada	,9	104,1	105,0
		% de género global de la unidad informativa	1,9%	98,1%	100,0%
		Residuos corregidos	1,6	-1,6	
	Femenino	Recuento	0	56	56
		Frecuencia esperada	,5	55,5	56,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,8	,8	
	Neutro	Recuento	0	53	53
		Frecuencia esperada	,5	52,5	53,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,8	,8	
No congruentes	Recuento	0	18	18	
	Frecuencia esperada	,2	17,8	18,0	
	% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%	
	Residuos corregidos	-,4	,4		
Total	Recuento	2	230	232	
	Frecuencia esperada	2,0	230,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	,9%	99,1%		

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,486) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 143).

**Tabla 143. Género global de la unidad informativa y doble página para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,103	,486
N de casos válidos	232	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.7 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### **3.3.3.28 Dobles páginas completas en función del género (hipótesis 3.8)**

**Tabla 144. Género global de la unidad informativa y doble página completa. Tabla de contingencia**

		Doble página completa			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	2	201	203
		Frecuencia esperada	1,1	201,9	203,0
		% de género global de la unidad informativa	1,0%	99,0%	100,0%
		Residuos corregidos	1,2	-1,2	
	Femenino	Recuento	0	58	58
		Frecuencia esperada	,3	57,7	58,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,6	,6	
	Neutro	Recuento	0	61	61
		Frecuencia esperada	,3	60,7	61,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,6	,6	
	No congruentes	Recuento	0	34	34
		Frecuencia esperada	,2	33,8	34,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,5	,5	
Total	Recuento	2	354	356	
	Frecuencia esperada	2,0	354,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	,6%	99,4%	100,0%	

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.8: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de dobles páginas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género global de la unidad informativa* y *doble página completa*. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Los análisis permiten constatar que el 1,0% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan doble página completa, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,2). Por su parte el 0,0% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan doble página completa, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,6) (Tabla 144).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,679) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 145).

**Tabla 145. Género global de la unidad informativa y doble página completa. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,065	,679
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.8 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

En este subconjunto el 1,9% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan doble página completa, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,6). Por su parte el 0,0% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* ocupan doble página completa, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,8) (Tabla 146).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,486) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 147).



Tabla 146. *Género global de la unidad informativa y doble página completa para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia*

		Doble página completa			
		Sí	No	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	2	103	105
		Frecuencia esperada	,9	104,1	105,0
		% de género global de la unidad informativa	1,9%	98,1%	100,0%
		Residuos corregidos	1,6	-1,6	
	Femenino	Recuento	0	56	56
		Frecuencia esperada	,5	55,5	56,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,8	,8	
	Neutro	Recuento	0	53	53
		Frecuencia esperada	,5	52,5	53,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,8	,8	
	No congruentes	Recuento	0	18	18
		Frecuencia esperada	,2	17,8	18,0
		% de género global de la unidad informativa	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,4	,4	
Total	Recuento	2	230	232	
	Frecuencia esperada	2,0	230,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	,9%	99,1%	100,0%	

Tabla 147. *Género global de la unidad informativa y doble página completa para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer*

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,103	,486
N de casos válidos	232	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.8 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### 3.3.3.29 Cuadrante superior izquierdo en función del género (hipótesis 3.9)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.9: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de cuadrantes preeminentes en el seno de las páginas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género global de la unidad informativa* y *cuadrante de inicio*. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo

que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Tabla 148. Género global de la unidad informativa y cuadrante de inicio. Tabla de contingencia

		Cuadrante de inicio				Total	
		A	B	C	D		
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	178	3	21	1	203
		Frecuencia esperada	158,0	8,6	27,9	8,6	203,0
		% de género global de la unidad informativa	87,7%	1,5%	10,3%	,5%	100,0%
		Residuos corregidos	5,2	-3,0	-2,2	-4,0	
	Femenino	Recuento	38	1	15	4	58
		Frecuencia esperada	45,1	2,4	8,0	2,4	58,0
		% de género global de la unidad informativa	65,5%	1,7%	25,9%	6,9%	100,0%
		Residuos corregidos	-2,5	-1,0	2,9	1,1	
	Neutro	Recuento	28	11	12	10	61
		Frecuencia esperada	47,5	2,6	8,4	2,6	61,0
		% de género global de la unidad informativa	45,9%	18,0%	19,7%	16,4%	100,0%
		Residuos corregidos	-6,6	5,9	1,5	5,2	
	No congruentes	Recuento	33	0	1	0	34
		Frecuencia esperada	26,5	1,4	4,7	1,4	34,0
		% de género global de la unidad informativa	97,1%	,0%	2,9%	,0%	100,0%
		Residuos corregidos	2,8	-1,3	-1,9	-1,3	
Total	Recuento	277	15	49	15	356	
	Frecuencia esperada	277,0	15,0	49,0	15,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	77,8%	4,2%	13,8%	4,2%	100,0%	

El 87,7% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* se comienzan en el cuadrante A (superior-izquierdo de la página), siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 5,2). Por su parte el 65,5% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* comienzan en el cuadrante A (superior-izquierdo de la página), siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -2,5) (Tabla 148).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,000) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 149).

Tabla 149. Género global de la unidad informativa y cuadrante de inicio. V de Cramer

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,290	,000
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.9 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

**Tabla 150. Género global de la unidad informativa y cuadrante de inicio para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia**

		Cuadrante de inicio				Total	
		A	B	C	D		
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	82	3	19	1	105
		Frecuencia esperada	70,2	6,8	21,3	6,8	105,0
		% de género global de la unidad informativa	78,1%	2,9%	18,1%	1,0%	100,0%
		Residuos corregidos	3,3	-2,0	-,7	-3,1	
	Femenino	Recuento	36	1	15	4	56
		Frecuencia esperada	37,4	3,6	11,3	3,6	56,0
		% de género global de la unidad informativa	64,3%	1,8%	26,8%	7,1%	100,0%
		Residuos corregidos	-,5	-1,6	1,4	,2	
	Neutro	Recuento	20	11	12	10	53
		Frecuencia esperada	35,4	3,4	10,7	3,4	53,0
		% de género global de la unidad informativa	37,7%	20,8%	22,6%	18,9%	100,0%
		Residuos corregidos	-5,1	4,8	,5	4,2	
No congruentes	Recuento	17	0	1	0	18	
	Frecuencia esperada	12,0	1,2	3,6	1,2	18,0	
	% de género global de la unidad informativa	94,4%	,0%	5,6%	,0%	100,0%	
	Residuos corregidos	2,6	-1,2	-1,6	-1,2		
Total	Recuento	155	15	47	15	232	
	Frecuencia esperada	155,0	15,0	47,0	15,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	66,8%	6,5%	20,3%	6,5%	100,0%	

Los análisis en este subgrupo ponen de manifiesto que el 78,1% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* comienzan en el cuadrante A (superior-izquierdo de la página), siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 3,3). Por su parte el 64,3% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* comienzan en el cuadrante A (superior-izquierdo de la página), siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,5) (Tabla 150).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,000) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 151).

**Tabla 151. Género global de la unidad informativa y cuadrante de inicio para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,281	,000
N de casos válidos	232	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.9 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

### **3.3.3.30 Hemisección vertical en función del género (hipótesis 3.10)**

**Tabla 152. Género global de la unidad informativa y hemisección vertical. Tabla de contingencia**

		Hemisección vertical			
		Superior	Inferior	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	181	22	203
		Frecuencia esperada	166,5	36,5	203,0
		% de género global de la unidad informativa	89,2%	10,8%	100,0%
		Residuos corregidos	4,0	-4,0	
	Femenino	Recuento	39	19	58
		Frecuencia esperada	47,6	10,4	58,0
		% de género global de la unidad informativa	67,2%	32,8%	100,0%
		Residuos corregidos	-3,2	3,2	
	Neutro	Recuento	39	22	61
		Frecuencia esperada	50,0	11,0	61,0
		% de género global de la unidad informativa	63,9%	36,1%	100,0%
		Residuos corregidos	-4,0	4,0	
	No congruentes	Recuento	33	1	34
		Frecuencia esperada	27,9	6,1	34,0
		% de género global de la unidad informativa	97,1%	2,9%	100,0%
		Residuos corregidos	2,4	-2,4	
Total	Recuento	292	64	356	
	Frecuencia esperada	292,0	64,0	356,0	
	% de género global de la unidad informativa	82,0%	18,0%	100,0%	

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.10: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de mitades superiores en el seno de la página que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género global de la unidad informativa* y *hemisección vertical*. La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Los análisis revelan que el 89,2% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* comienzan en la mitad superior de la página, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 4,0). Por su parte el 67,2% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* comienzan en la mitad superior de la página, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -3,2) (Tabla 152).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,000) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 153).

**Tabla 153. Género global de la unidad informativa y hemisección vertical. V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,311	,000
N de casos válidos	356	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.10 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

En este caso el 81,0% de las *unidades informativas* codificadas como “masculino” en la variable *género global de la unidad informativa* comienzan en la mitad superior de la página, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 2,4). Por su parte el 66,1% de las *unidades informativas* codificadas como “femenino” en la variable *género global de la unidad informativa* comienzan en la mitad superior de la página, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -1,4) (Tabla 154).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,002) permite rechazar la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas están relacionadas (Tabla 155).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.10 se confirma para el subconjunto de noticias y artículos.**

Tabla 154. *Género global de la unidad informativa y hemisección vertical para el subconjunto de noticias y artículos. Tabla de contingencia*

		Hemisección vertical			
		Superior	Inferior	Total	
Género global de la unidad informativa	Masculino	Recuento	85	20	105
		Frecuencia esperada	76,9	28,1	105,0
		% de género global de la unidad informativa	81,0%	19,0%	100,0%
		Residuos corregidos	2,4	-2,4	
	Femenino	Recuento	37	19	56
		Frecuencia esperada	41,0	15,0	56,0
		% de género global de la unidad informativa	66,1%	33,9%	100,0%
		Residuos corregidos	-1,4	1,4	
	Neutro	Recuento	31	22	53
		Frecuencia esperada	38,8	14,2	53,0
		% de género global de la unidad informativa	58,5%	41,5%	100,0%
		Residuos corregidos	-2,8	2,8	
No congruentes	Recuento	17	1	18	
	Frecuencia esperada	13,2	4,8	18,0	
	% de género global de la unidad informativa	94,4%	5,6%	100,0%	
	Residuos corregidos	2,1	-2,1		
Total	Recuento	170	62	232	
	Frecuencia esperada	170,0	62,0	232,0	
	% de género global de la unidad informativa	73,3%	26,7%	100,0%	

Tabla 155. *Género global de la unidad informativa y hemisección vertical para el subconjunto de noticias y artículos. V de Cramer*

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,252	,002
N de casos válidos	232	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

### 3.3.3.31 Número de fotografías en la unidad informativa en función del género (hipótesis 3.11)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.11: “Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino tendrán un número mayor de fotografías que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo B de procedimientos estadísticos, que consiste en una análisis de varianza de un factor (*ANOVA de un factor*), seguido de comparaciones múltiples *post hoc*. El *factor* o *variable independiente* para el ANOVA empleado para la prueba de esta hipótesis es la variable *género global de la unidad informativa* (unidad de análisis *unidad informativa*). La *variable dependiente* es el *número de fotografías en la unidad informativa*.

El procedimiento ANOVA permite comprobar que, para la *variable dependiente*: la media del grupo “masculino” es inferior a la media del grupo “femenino”; el mínimo es igual para el grupo “masculino” y “femenino”; y el máximo es superior en el grupo “masculino” que en el “femenino” (Tabla 156).

**Tabla 156. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa. Descriptivos**

Categoría	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Masculino	203	1,24	1,032	,072	1,10	1,38	0	8
Femenino	58	1,55	1,012	,133	1,29	1,82	0	5
Neutro	61	,54	,993	,127	,29	,80	0	5
No congruentes	34	1,29	,579	,099	1,09	1,50	1	3
Total	356	1,18	1,032	,055	1,07	1,28	0	8

El valor del nivel significativo en el ANOVA (0,000) indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que las poblaciones definidas por la *variable independiente* no poseen la misma media en la *variable dependiente* (Tabla 157).

**Tabla 157. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa. Tabla resumen del procedimiento**

Variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	34,128	3	11,376	11,650	,000
Intra-grupos	343,724	352	,976		
Total	377,851	355			

**Tabla 158. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa. Comparaciones múltiples (Tukey)**

(I) Género global de la unidad informativa	(J) Género global de la unidad informativa	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite superior	Límite inferior
Masculino	Femenino	-,310	,147	,152	-,69	,07
	Neutro	,700*	,144	,000	,33	1,07
	No congruentes	-,053	,183	,992	-,53	,42
Femenino	Masculino	,310	,147	,152	-,07	,69
	Neutro	1,011*	,181	,000	,54	1,48
	No congruentes	,258	,213	,623	-,29	,81
Neutro	Masculino	-,700*	,144	,000	-1,07	-,33
	Femenino	-1,011*	,181	,000	-1,48	-,54
	No congruentes	-,753*	,211	,002	-1,30	-,21
No congruentes	Masculino	,053	,183	,992	-,42	,53
	Femenino	-,258	,213	,623	-,81	,29
	Neutro	,753*	,211	,002	,21	1,30

\* La diferencia de medias es significativa al nivel .05.

El ANOVA es acompañado de una prueba de *Levene* sobre homogeneidad de varianzas. El estadístico de *Levene*, que arroja un valor de 1,517, con  $gl1=3$  y  $gl2=352$ , tiene un nivel significativo de 0,210, lo que indica que debemos asumir la hipótesis de igualdad de varianzas y concluir que, en las poblaciones definidas por las categorías de la *variable independiente*, las varianzas de la *variable dependiente* son iguales.

Observaremos por lo tanto los valores del procedimiento *diferencia honestamente significativa de Tukey* para las comparaciones *post hoc*.

El procedimiento de comparaciones múltiples (*Tukey*) indica que los promedios entre los grupos “masculino” y “femenino” definidos por las categorías de la *variable independiente* no difieren significativamente para la *variable dependiente* ( $p=0,152$ ) (Tabla 158).

En relación a aquellos subgrupos que son homogéneos en su medias para la *variable dependiente* puede observarse que los grupos “masculino” y “femenino” se encuentran en el mismo ( $p=0,323$ ) (Tabla 159).

**Tabla 159. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa. Subgrupos homogéneos**

Procedimiento	Género global de la unidad informativa	N	Subconjunto para alfa = .05	
			2	1
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	Neutro	61	,54	
	Masculino	203		1,24
	No congruentes	34		1,29
	Femenino	58		1,55
	Sig.		1,000	,323

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

<sup>a</sup> Usa el tamaño muestral de la media armónica = 58,847.

<sup>b</sup> Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3. 11 se rechaza para el conjunto total de los casos.**

**Tabla 160. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa en subconjunto de noticias y artículos. Descriptivos**

Categoría	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%			
					Límite inferior	Límite superior	Mínimo	Máximo
Masculino	105	1,58	1,007	,098	1,39	1,78	0	5
Femenino	56	1,57	1,024	,137	1,30	1,85	0	5
Neutro	53	,47	1,049	,144	,18	,76	0	5
No congruentes	18	1,56	,705	,166	1,21	1,91	1	3
Total	232	1,32	1,099	,072	1,18	1,47	0	5

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

El ANOVA revela en este subconjunto de datos que, para la *variable dependiente*: la media del grupo “masculino” es superior a la media del grupo “femenino”; y el mínimo y el máximo son iguales para “masculino” y “femenino” (Tabla 160).

El valor del nivel significativo del ANOVA (0,000) indica que debemos rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que las poblaciones definidas por la *variable independiente* no poseen la misma media en la *variable dependiente* (Tabla 161).



Tabla 161. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa en subconjunto de noticias y artículos. Tabla resumen del procedimiento

Variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	49,826	3	16,609	16,541	,000
Intra-grupos	228,928	228	1,004		
Total	278,754	231			

El ANOVA es acompañado de una prueba de *Levene* sobre homogeneidad de varianzas. El estadístico de *Levene*, que arroja un valor de 0,578, con  $gl_1=3$  y  $gl_2=228$ , tiene un nivel significativo de 0,630, lo que indica que debemos asumir la hipótesis de igualdad de varianzas y concluir que, en las poblaciones definidas por las categorías de la *variable independiente*, las varianzas de la *variable dependiente* son iguales. Observaremos por lo tanto los valores del procedimiento *diferencia honestamente significativa de Tukey* para las comparaciones *post hoc*.

EL procedimiento de comparaciones múltiples (*Tukey*) indica que los promedios entre los grupos “masculino” y “femenino” definidos por las categorías de la *variable independiente* no difieren significativamente para la *variable dependiente* ( $p=1,000$ ) (Tabla 162).

Tabla 162. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de fotografías en la unidad informativa en subconjunto de noticias y artículos. Comparaciones múltiples (*Tukey*)

(I) Género global de la unidad informativa	(J) Género global de la unidad informativa	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite superior	Límite inferior
Masculino	Femenino	,010	,166	1,000	-,42	,44
	Neutro	1,109*	,169	,000	,67	1,55
	No congruentes	,025	,256	1,000	-,64	,69
Femenino	Masculino	-,010	,166	1,000	-,44	,42
	Neutro	1,100*	,192	,000	,60	1,60
	No congruentes	,016	,271	1,000	-,69	,72
Neutro	Masculino	-1,109*	,169	,000	-1,55	-,67
	Femenino	-1,100*	,192	,000	-1,60	-,60
	No congruentes	-1,084*	,273	,001	-1,79	-,38
No congruentes	Masculino	-,025	,256	1,000	-,69	,64
	Femenino	-,016	,271	1,000	-,72	,69
	Neutro	1,084*	,273	,001	,38	1,79

\* La diferencia de medias es significativa al nivel .05.

En relación a aquellos subgrupos que son homogéneos en su medias para la *variable dependiente* puede observarse que los grupos “masculino” y “femenino” se encuentran en el mismo ( $p=0,999$ ) (Tabla 163).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.11 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

Tabla 163. ANOVA de género global de la unidad informativa para la variable número de páginas en subconjunto de noticias y artículos. Subgrupos homogéneos

Procedimiento	Género global de la unidad informativa	N	Subconjunto para alfa = .05	
			2	1
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	Neutro	53	,47	
	No congruentes	18		1,56
	Femenino	56		1,57
	Masculino	105		1,58
	Sig.		1,000	,999

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

<sup>a</sup> Usa el tamaño muestral de la media armónica = 39,291.

<sup>b</sup> Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

### 3.3.3.32 Asignación en función del género de los elementos de texto más relevantes en las unidades informativas que citan en sus textos a deportistas de ambos sexos (hipótesis 3.12)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.12: “Las unidades informativas cuyos textos en conjunto hagan referencia a deportistas de ambos sexos asignarán con más frecuencia los textos jerárquicamente más relevantes a los deportistas de sexo masculino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *género preferente en la información en forma de texto*. El análisis no se efectúa sobre el conjunto total de *unidades informativas*, sino solo sobre aquellas codificadas como “ambos” para la variable *géneros citados en la información en forma de texto*. Este filtrado previo y análisis posterior permite conocer hasta qué punto las *unidades informativas* que citan a deportistas de ambos sexos en sus textos asignan los jerárquicamente más relevantes a los de sexo masculino, y saber si esta circunstancia es estadísticamente significativa. Esto es así porque la codificación de la variable *género preferente en la información en forma de texto* depende jerárquica y sucesivamente de la codificación de las variables *género en el título*, *género en el antetítulo*, *género en el subtítulo*, *género en los destacados*, *género más relevante en las cajas*, *género más relevante en el cuerpo del texto*, *género más relevante en las tablas* y *género del texto dependiente de elementos icónicos*.

Tabla 164. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género preferente en la información en forma de texto* para el subconjunto de casos codificado como “ambos” en la variable *géneros citados en la información en forma de texto*

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	Gl	Sig. Asintót.
Masculino	30	18,5	11,5	14,297	1	,000
Femenino	7	18,5	-11,5			
Total	37					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 18,5.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas en la categoría “masculino”, mientras que son menores que las esperadas en la categoría “femenino”.

*Chi-cuadrado* adopta un valor de 14,297 con 1 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 164).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.12 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando del subconjunto de los datos previamente definido solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

Las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “masculino”, mientras que son menores que lo esperado para la categoría “femenino”. *Chi-cuadrado* adopta un valor de 2,909 con 1 grados de libertad ( $p=0,088$ ). Puede por tanto asumirse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 165).

Tabla 165. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *género preferente en la información en forma de texto* para el subconjunto de casos codificado como “ambos” en la variable *géneros citados en la información en forma de texto* (subconjunto de noticias y artículos).  
Frecuencias

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	Gl	Sig. Asintót.
Masculino	15	11,0	4,0	2,909	1	,088
Femenino	7	11,0	-4,0			
Total	22					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 11,0.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.12 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

***3.3.3.33 Portadas en función del género (fotografías) (hipótesis 3.13)***

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.13: “Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género de la fotografía y portada* (unidad de análisis *fotografía*). La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Los análisis revelan que el 11,2% de las *fotografías* codificadas como “masculino” en la variable *género de la fotografía* se sitúan en portada, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,5). Por su parte el 8,8% de las *fotografías* codificadas como “femenino” en la variable *género de la*

*fotografía* se sitúan en portada, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,2) (Tabla 166).

**Tabla 166. Género de la fotografía y portada (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia**

		Portada			
		Sí	No	Total	
Género de la fotografía	Masculino	Recuento	26	207	233
		Frecuencia esperada	21,7	211,3	233,0
		% de género de la fotografía	11,2%	88,8%	100,0%
		Residuos corregidos	1,5	-1,5	
	Femenino	Recuento	11	114	125
		Frecuencia esperada	11,6	113,4	125,0
		% de género de la fotografía	8,8%	91,2%	100,0%
		Residuos corregidos	-,2	,2	
	Neutro	Recuento	2	59	61
		Frecuencia esperada	5,7	55,3	61,0
		% de género de la fotografía	3,3%	96,7%	100,0%
		Residuos corregidos	-1,8	1,8	
Total	Recuento	39	380	419	
	Frecuencia esperada	39,0	380,0	419,0	
	% de género de la fotografía	9,3%	90,7%	100,0%	

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,164) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 167).

**Tabla 167. Género de la fotografía y portada (unidad de análisis fotografía). *V de Cramer***

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
<i>V de Cramer</i>	,093	,164
N de casos válidos	419	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.13 se rechaza.**

### **3.3.3.34 Contraportadas en función del género (fotografías) (hipótesis 3.14)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.1: “Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de contraportadas que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género de la fotografía* y *contraportada* (unidad de análisis *fotografía*). La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos

tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Los análisis ponen de manifiesto que 19,3% de las *fotografías* codificadas como “masculino” en la variable *género de la fotografía* se sitúan en contraportada, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,4). Por su parte el 18,4% de las *fotografías* codificadas como “femenino” en la variable *género de la fotografía* se sitúan en contraportada, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,5) (Tabla 168).

Tabla 168. *Género de la fotografía y contraportada (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia*

		Contraportada			
		Sí	No	Total	
Género de la fotografía	Masculino	Recuento	45	188	233
		Frecuencia esperada	46,7	186,3	233,0
		% de género de la fotografía	19,3%	80,7%	100,0%
		Residuos corregidos	-,4	,4	
	Femenino	Recuento	23	102	125
		Frecuencia esperada	25,1	99,9	125,0
		% de género de la fotografía	18,4%	81,6%	100,0%
		Residuos corregidos	-,5	,5	
	Neutro	Recuento	16	45	61
		Frecuencia esperada	12,2	48,8	61,0
		% de género de la fotografía	26,2%	73,8%	100,0%
		Residuos corregidos	1,3	-1,3	
Total	Recuento	84	335	419	
	Frecuencia esperada	84,0	335,0	419,0	
	% de género de la fotografía	20,0%	80,0%	100,0%	

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,418) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 169).

Tabla 169. *Género de la fotografía y contraportada (unidad de análisis fotografía). V de Cramer*

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,065	,418
N de casos válidos	419	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.14 se rechaza.**

### 3.3.3.35 Páginas impares en función del género (fotografías) (hipótesis 3.15)

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.15: “Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de páginas impares

que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género de la fotografía* y *página impar* (unidad de análisis *fotografía*). Las prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Los análisis revelan que el 45,9% de las *fotografías* codificadas como “masculino” en la variable *género de la fotografía* se sitúan en página impar, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 1,7). Por su parte el 41,6% de las *fotografías* codificadas como “femenino” en la variable *género de la fotografía* se sitúan en página impar, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,2) (Tabla 170).

**Tabla 170. Género de la fotografía y página impar (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia**

		Página impar			
		Sí	No	Total	
Género de la fotografía	Masculino	Recuento	107	126	233
		Frecuencia esperada	98,4	134,6	233,0
		% de género de la fotografía	45,9%	54,1%	100,0%
		Residuos corregidos	1,7	-1,7	
	Femenino	Recuento	52	73	125
		Frecuencia esperada	52,8	72,2	125,0
		% de género de la fotografía	41,6%	58,4%	100,0%
		Residuos corregidos	-,2	,2	
	Neutro	Recuento	18	43	61
		Frecuencia esperada	25,8	35,2	61,0
		% de género de la fotografía	29,5%	70,5%	100,0%
		Residuos corregidos	-2,2	2,2	
Total	Recuento	177	242	419	
	Frecuencia esperada	177,0	242,0	419,0	
	% de género de la fotografía	42,2%	57,8%	100,0%	

**Tabla 171. Género de la fotografía y portada (unidad de análisis fotografía). V de Cramer**

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,113	,068
N de casos válidos	419	

a Asumiendo la hipótesis alternativa.

b Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,068) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 171).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.15 se rechaza.**

**3.3.3.36 Fotografías únicas en portada en función del género (fotografías) (hipótesis 3.16)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.16: “Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serán las únicas en portada con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género de la fotografía* y *fotografía única en portada* (unidad de análisis *fotografía*). Las prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Tabla 172. *Género de la fotografía y fotografía única en portada (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia*

		Fotografía única en portada			
		Sí	No	Total	
Género de la fotografía	Masculino	Recuento	21	212	233
		Frecuencia esperada	15,6	217,4	233,0
		% de género de la fotografía	9,0%	91,0%	100,0%
		Residuos corregidos	2,1	-2,1	
	Femenino	Recuento	6	119	125
		Frecuencia esperada	8,4	116,6	125,0
		% de género de la fotografía	4,8%	95,2%	100,0%
		Residuos corregidos	-1,0	1,0	
	Neutro	Recuento	1	60	61
		Frecuencia esperada	4,1	56,9	61,0
		% de género de la fotografía	1,6%	98,4%	100,0%
		Residuos corregidos	-1,7	1,7	
Total	Recuento	28	391	419	
	Frecuencia esperada	28,0	391,0	419,0	
	% de género de la fotografía	6,7%	93,3%	100,0%	

Los análisis revelan que el 9,0% de las *fotografías* codificadas como “masculino” en la variable *género de la fotografía* son únicas en portada, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 2,1). Por su parte el 4,8% de las *fotografías* codificadas como “femenino” en la variable *género de la fotografía* son únicas en portada, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero

no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -1,0) (Tabla 172).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,073) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 173).

**Tabla 173. Género de la fotografía y fotografía única en portada (unidad de análisis fotografía). *V de Cramer***

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,112	,073
N de casos válidos	419	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.16 se rechaza.**

### 3.3.3.37 Fotografías únicas en contraportada en función del género (fotografías) (hipótesis 3.17)

**Tabla 174. Género de la fotografía y fotografía única en contraportada (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia**

		Fotografía única en contraportada			
		Sí	No	Total	
Género de la fotografía	Masculino	Recuento	5	228	233
		Frecuencia esperada	5,0	228,0	233,0
		% de género de la fotografía	2,1%	97,9%	100,0%
		Residuos corregidos	,0	,0	
	Femenino	Recuento	3	122	125
		Frecuencia esperada	2,7	122,3	125,0
		% de género de la fotografía	2,4%	97,6%	100,0%
		Residuos corregidos	,2	-,2	
	Neutro	Recuento	1	60	61
		Frecuencia esperada	1,3	59,7	61,0
		% de género de la fotografía	1,6%	98,4%	100,0%
		Residuos corregidos	-,3	,3	
Total	Recuento	9	410	419	
	Frecuencia esperada	9,0	410,0	419,0	
	% de género de la fotografía	2,1%	97,9%	100,0%	
	Residuos corregidos				

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.17: “Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serán las únicas en contraportada con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género de la fotografía* y *fotografía única en contraportada* (unidad de análisis fotografía). La prueba *V de*



*Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Los análisis muestran que el 2,1% de las *fotografías* codificadas como “masculino” en la variable *género de la fotografía* son únicas en contraportada, siendo el recuento de casos igual a la frecuencia esperada. Por su parte el 2,4% de las *fotografías* codificadas como “femenino” en la variable *género de la fotografía* son únicas en contraportada, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,2) (Tabla 174).

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,945) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 175).

**Tabla 175. Género de la fotografía y fotografía única en contraportada (unidad de análisis fotografía). *V de Cramer***

Medida de asociación	Valor	Sig. aproximada
<i>V de Cramer</i>	,016	,945
N de casos válidos	419	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.17 se rechaza.**

### **3.3.3.38 Fotografías a doble página en función del género (fotografías) (hipótesis 3.18)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.18: “Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino estarán dispuestas a doble página con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo C de procedimientos estadísticos. Este grupo comprende la elaboración de tablas de contingencia. Concretamente aquí se relacionan mediante una de estas tablas las variables *género de la fotografía* y *doble página* (unidad de análisis *fotografía*). La prueba *V de Cramer* permite determinar el grado de relación entre ambas, lo que junto al estudio de los residuos tipificados corregidos de la tabla de contingencia permite tomar una decisión respecto a la hipótesis planteada.

Los análisis revelan que 0,4% de las *fotografías* codificadas como “masculino” en la variable *género de la fotografía* están dispuestas a doble página, siendo el recuento de casos superior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de 0,9). Por su parte el 0,0% de las *fotografías* codificadas como “femenino” en la variable *género de la*

*fotografía* están dispuestas a doble página, siendo el recuento de casos inferior a la frecuencia esperada, pero no resultando esta circunstancia estadísticamente significativa (valor de los residuos corregidos de -0,7) (Tabla 176).

Tabla 176. *Género de la fotografía y doble página (unidad de análisis fotografía). Tabla de contingencia*

		Doble página		Total	
		Sí	No	Sí	
Género de la fotografía	Masculino	Recuento	1	232	233
		Frecuencia esperada	,6	232,4	233,0
		% de género de la fotografía	,4%	99,6%	100,0%
		Residuos corregidos	,9	-,9	
	Femenino	Recuento	0	125	125
		Frecuencia esperada	,3	124,7	125,0
		% de género de la fotografía	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,7	,7	
	Neutro	Recuento	0	61	61
		Frecuencia esperada	,1	60,9	61,0
		% de género de la fotografía	,0%	100,0%	100,0%
		Residuos corregidos	-,4	,4	
Total	Recuento	1	418	419	
	Frecuencia esperada	1,0	418,0	419,0	
	% de género de la fotografía	,2%	99,8%	100,0%	

El nivel significativo del estadístico *V de Cramer* (0,670) permite asumir la hipótesis nula de independencia entre ambas variables y concluir que estas no están relacionadas (Tabla 177).

Tabla 177. *Género de la fotografía y doble página (unidad de análisis fotografía). V de Cramer*

	Valor	Sig. aproximada
V de Cramer	,044	,670
N de casos válidos	419	

<sup>a</sup> Asumiendo la hipótesis alternativa.

<sup>b</sup> Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.18 se rechaza.**

### **3.3.3.39 Fotografías únicas a doble página en función del género (fotografías) (hipótesis 3.19)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 3.19: “Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serán únicas y dispuestas a doble página con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino”. Ninguna de las 419 *fotografías* analizadas, independientemente de su codificación en la variable *género de la fotografía*, ha resultado reunir las condiciones de disponerse a doble cara y ser además la única presente en las dos páginas sobre las que se despliega. No resulta por lo tanto posible constatar relación significativa entre las variables *género de la fotografía y única en doble página*.

A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 3.19 se rechaza.

### 3.3.3.40 Unidades informativas y fútbol (hipótesis 4.1)

Tabla 178. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa*

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Actividades en la naturaleza	3	12,3	-9,3	1000,320	28	,000
Ajedrez	5	12,3	-7,3			
Atletismo	30	12,3	17,7			
Bádminton	6	12,3	-6,3			
Baloncesto	49	12,3	36,7			
Balonmano	10	12,3	-2,3			
Esquí	2	12,3	-10,3			
Fútbol	109	12,3	96,7			
Fútbol sala	6	12,3	-6,3			
Gimnasia	9	12,3	-3,3			
Goalball	2	12,3	-10,3			
Hípica	6	12,3	-6,3			
Judo	10	12,3	-2,3			
Kárate	9	12,3	-3,3			
Kick-boxing	6	12,3	-6,3			
Natación	11	12,3	-1,3			
Ninguna	5	12,3	-7,3			
Orientación	12	12,3	-,3			
Patinaje	4	12,3	-8,3			
Pelota	17	12,3	4,7			
Pesca	3	12,3	-9,3			
Piragüismo	4	12,3	-8,3			
Taekwondo	4	12,3	-8,3			
Tenis	11	12,3	-1,3			
Tenis de mesa	3	12,3	-9,3			
Tiro olímpico	2	12,3	-10,3			
Triatlón	5	12,3	-7,3			
Varias	2	12,3	-10,3			
Voleibol	11	12,3	-1,3			
Total	356					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 12,3.

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 4.1: “El fútbol será el deporte al que la publicación dedique el mayor número de unidades informativas”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa*.

Los análisis efectuados muestran que la frecuencia observada más elevada se corresponde con la categoría fútbol. Además, la frecuencia observada para esta categoría es mayor que la esperada. Por su parte *chi-cuadrado* adopta un valor de 1000,320 con 28 grados de libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis

de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 178).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 4.1 se confirma para el conjunto total de los casos.**

Tabla 179. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa* en subconjunto de noticias y artículos. *Frecuencias*

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Actividades en la naturaleza	3	8,0	-5,0	161,000	28	,000
Ajedrez	5	8,0	-3,0			
Atletismo	30	8,0	22,0			
Bádminton	6	8,0	-2,0			
Baloncesto	17	8,0	9,0			
Balonmano	9	8,0	1,0			
Esquí	2	8,0	-6,0			
Fútbol	25	8,0	17,0			
Fútbol sala	6	8,0	-2,0			
Gimnasia	9	8,0	1,0			
Goalball	2	8,0	-6,0			
Hípica	6	8,0	-2,0			
Judo	9	8,0	1,0			
Kárate	7	8,0	-1,0			
Kick-boxing	5	8,0	-3,0			
Natación	11	8,0	3,0			
Ninguna	5	8,0	-3,0			
Orientación	12	8,0	4,0			
Patinaje	4	8,0	-4,0			
Pelota	16	8,0	8,0			
Pesca	3	8,0	-5,0			
Piragüismo	4	8,0	-4,0			
Taekwondo	4	8,0	-4,0			
Tenis	11	8,0	3,0			
Tenis de mesa	3	8,0	-5,0			
Tiro olímpico	2	8,0	-6,0			
Triatlón	5	8,0	-3,0			
Varias	1	8,0	-7,0			
Voleibol	10	8,0	2,0			
Total	232					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 8,0.

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

En este subconjunto de datos, en la categoría “fútbol” la frecuencia observada es mayor que la esperada. Sin embargo la categoría más frecuente es la de “atletismo”. *Chi-cuadrado* por su parte adopta un valor de 161,000 con 28 grados de libertad

( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 179).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 4.1 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### 3.3.3.41 Fotografías y fútbol (hipótesis 4.2)

Tabla 180. Prueba de *chi-cuadrado* sobre la variable *especialidad deportiva en la fotografía. Frecuencias*

Categoría	N observado	N esperado	Residual	Chi-cuadrado <sup>a</sup>	gl	Sig. asintót.
Actividades en la naturaleza	3	15,5	-12,5	722,282	26	,000
Ajedrez	11	15,5	-4,5			
Atletismo	40	15,5	24,5			
Bádminton	8	15,5	-7,5			
Baloncesto	29	15,5	13,5			
Balonmano	18	15,5	2,5			
Duatlón	2	15,5	-13,5			
Esquí	1	15,5	-14,5			
Fútbol	109	15,5	93,5			
Fútbol sala	20	15,5	4,5			
Gimnasia	14	15,5	-1,5			
Hípica	11	15,5	-4,5			
Judo	9	15,5	-6,5			
Kárate	9	15,5	-6,5			
Kick-boxing	9	15,5	-6,5			
Natación	13	15,5	-2,5			
Ninguna	2	15,5	-13,5			
Orientación	19	15,5	3,5			
Patinaje	7	15,5	-8,5			
Pelota	22	15,5	6,5			
Pesca	8	15,5	-7,5			
Taekwondo	5	15,5	-10,5			
Tenis	14	15,5	-1,5			
Tenis de mesa	3	15,5	-12,5			
Triatlón	12	15,5	-3,5			
Varias	1	15,5	-14,5			
Voleibol	20	15,5	4,5			
Total	419					

<sup>a</sup> 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 15,5.

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 4.2: “El fútbol será el deporte al que la publicación dedique el mayor número de fotografías”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo A de procedimientos estadísticos, que consiste en una prueba *chi-cuadrado* para una muestra, en este caso aplicada sobre la variable *especialidad deportiva de la fotografía* (unidad de análisis *fotografía*).

Los análisis muestran que las frecuencias observadas son mayores que las esperadas para la categoría “fútbol y *chi-cuadrado* adopta un valor de 722,282 con 26 grados de

libertad ( $p=0,000$ ). Puede por tanto rechazarse la hipótesis de bondad de ajuste y concluirse que la variable considerada no se ajusta a una distribución uniforme (Tabla 180).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 4.2 se confirma.**

### **3.3.3.42 Ajuste entre representación y participación en fútbol en las unidades informativas (hipótesis 5.1)**

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 5.1: “La proporción de unidades informativas dedicadas al fútbol será superior a la proporción de participaciones en este deporte en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “fútbol” en la variable *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa* es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas en esta especialidad deportiva en los Juegos Deportivos de La Rioja (16,66%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas. Para establecer la dicotomización se procede como sigue: previamente al análisis se recodifica la variable asignando el valor de código numérico 0 a la categoría “fútbol”; al efectuar el análisis se indica como punto de corte el valor 0 en la variable. La salida de resultados muestra así dos grupos: Grupo 1, que se corresponde con la categoría “fútbol”, que será la que se contraste con el *valor de prueba*, y Grupo 2, que recoge el resto de categorías (otros deportes).

**Tabla 181. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "fútbol" de *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa* y proporción de participaciones en este deporte en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Fútbol	109	,306180	,167000	,000 <sup>a</sup>
Grupo 2	Otra	247	,693820		
Total		356	1,000000		

<sup>a</sup> Basado en la aproximación Z.

La prueba *binomial* muestra que la proporción observada es de 0,306 y la proporción de prueba 0,167. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia mayor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral derecho. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,000, por lo que podemos rechazar la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor que 0,167 (Tabla 181).

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 5.1 se confirma para el conjunto total de los casos.**

A continuación se pone a prueba la misma hipótesis, pero esta vez considerando solo los casos que han sido codificados como “noticia” o “artículo” en la variable *descripción de la unidad informativa*.

La prueba *binomial*, en este subconjunto de datos, muestra que la proporción observada es de 0,108, menor que la proporción de prueba 0,167. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia menor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral izquierdo. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,007, por lo que podemos rechazar la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor o igual que 0,167 (Tabla 182).

**Tabla 182. Prueba binomial para contraste de proporciones entre categoría "fútbol" de *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa* y proporción de participaciones en este deporte los Juegos Deportivos de La Rioja (subconjunto de noticias y artículos)**

Especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa	Categoría	N	Proporción observada	Prop. De prueba	Sig. Asintót. (unilateral)
Grupo 1	Fútbol	25	,107759	,167000	,007 <sup>a,b</sup>
Grupo 2	Otra	207	,892241		
Total		232	1,000000		

<sup>a</sup> La hipótesis alternativa establece que la proporción de casos del primer grupo sea < ,167000.

<sup>b</sup> Basado en la aproximación Z.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 5.1 se rechaza para el subconjunto de noticias y artículos.**

### ***3.3.3.43 Ajuste entre representación y participación en fútbol en las fotografías (unidad de análisis fotografía) (hipótesis 5.2)***

En este apartado se pone a prueba la hipótesis 5.2: “La proporción de fotografías dedicadas al fútbol será superior a la proporción de participaciones en este deporte en el evento sobre el que se informa”. Esta hipótesis se pone a prueba a través del Grupo D de procedimientos estadísticos.

El anterior grupo comprende la realización de pruebas *binomiales* para el contraste de proporciones. Concretamente aquí se compara a través de una de estas pruebas si la proporción de casos codificados en la categoría “fútbol” en la variable *especialidad deportiva en la fotografía* (unidad de análisis *fotografía*) es significativamente mayor que la proporción de participaciones de deportistas en esta especialidad deportiva en los Juegos Deportivos de La Rioja (16,66%). La realización de la prueba *binomial* requiere de variables dicotómicas. Para establecer la dicotomización se procede como sigue: previamente al análisis se recodifica la variable asignando el valor de código numérico 0 a la categoría “fútbol”; al efectuar el análisis se indica como punto de corte el valor 0 en la variable. La salida de resultados muestra así dos grupos: Grupo 1, que se corresponde con la categoría “fútbol”, que será la que se contraste con el *valor de prueba*, y Grupo 2, que recoge el resto de categorías (otros deportes).

La prueba *binomial* revela que la proporción observada es de 0,260 y la proporción de prueba 0,167. Al ser el valor de prueba distinto de 0,5 y la proporción de la categoría de referencia mayor que el valor de prueba el SPSS interpreta que el contraste es unilateral derecho. El nivel significativo (*significación asintótica unilateral*) es de 0,000, por lo que podemos rechazar la hipótesis nula de bondad de ajuste y concluir que la verdadera proporción poblacional es mayor que 0,167 (Tabla 183).

**Tabla 183. Prueba *binomial* para contraste de proporciones entre categoría "fútbol" de *especialidad deportiva en la fotografía* (unidad de análisis *fotografía*) y proporción de participaciones en este deporte en los Juegos Deportivos de La Rioja**

Especialidad deportiva en la fotografía	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. asintót. (unilateral)
Grupo 1	Fútbol	109	,260143	,167000	,000 <sup>a</sup>
Grupo 2	Otra	310	,739857		
Total		419	1,000000		

<sup>a</sup> Basado en la aproximación Z.

**A la vista de los análisis anteriores la hipótesis 5.2 se confirma.**



### 3.3.4 Resumen de resultados de prueba de hipótesis

Tabla 184. Resumen de resultados de prueba de hipótesis<sup>59</sup>

















Grupo de análisis estadístico a aplicar	Hipótesis	Prueba de hipótesis	
		Para el conjunto de las unidades de análisis ( <i>unidades informativas o fotografías según proceda</i> )	Para el subconjunto de las <i>unidades informativas</i> codificadas como “noticias” o “artículos” <sup>60</sup>
	<b>1. Los deportistas de sexo masculino recibirán mayor cantidad de cobertura informativa que las deportistas de sexo femenino.</b>	<b>10</b> ✓ <b>X2</b>	<b>5</b> ✓ <b>X5</b>
A	1.1. La publicación dedicará un número mayor de unidades informativas a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.	✓	✓
B	1.2. Las unidades informativas centradas en deportistas de sexo masculino tendrán un número de páginas mayor que las centradas en deportistas de sexo femenino.	X*	X*
B	1.3. Las unidades informativas centradas en deportistas de sexo masculino tendrán mayor superficie que las centradas en deportistas de sexo femenino.	✓	X*
A	1.4. La publicación dedicará un número mayor de títulos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.	✓	X
A	1.5. La publicación dedicará un número mayor de antetítulos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.	✓	✓
A	1.6. La publicación dedicará un número mayor de subtítulos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.	X	X
A	1.7. La publicación dedicará un número mayor de destacados a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.	✓	✓











<sup>59</sup> El símbolo ✓ representa que la hipótesis se confirma, el símbolo X representa que la hipótesis se rechaza y el símbolo X\* que la hipótesis, a pesar de cumplir con las premisas postuladas, se rechaza por no poder demostrarse con el nivel de significación estadística requerido.












<sup>60</sup> Cuando la comprobación de la hipótesis requiere análisis centrados en las *unidades informativas* y no en las *fotografías* como unidades de análisis del *output*.

Grupo de análisis estadístico a aplicar	Hipótesis	Prueba de hipótesis	
		Para el conjunto de las unidades de análisis ( <i>unidades informativas o fotografías según proceda</i> )	Para el subconjunto de las <i>unidades informativas</i> codificadas como “noticias” o “artículos” <sup>60</sup>
A	1.8. La publicación dedicará un número mayor de textos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.		
A	1.9. La publicación dedicará un número mayor de fotografías a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.		
B	1.10. La superficie de las fotografías dedicadas a deportistas de sexo masculino será mayor que la superficie de las fotografías dedicadas a deportistas de sexo femenino.		
A	1.11. La publicación dedicará un número mayor de las fotografías principales de las unidades informativas a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino.		
B	1.12. La superficie de las fotografías principales dedicadas a deportistas de sexo masculino será mayor que la superficie de las fotografías principales dedicadas a deportistas de sexo femenino.		
	<b>2. La proporción de cobertura informativa dedicada a deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.</b>	<b>2</b> <b>6</b>	
D	2.1. La proporción de unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.		
D	2.2. La proporción de títulos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.		
D	2.3. La proporción de antetítulos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.		

Grupo de análisis estadístico a aplicar	Hipótesis	Prueba de hipótesis	
		Para el conjunto de las unidades de análisis ( <i>unidades informativas o fotografías según proceda</i> )	Para el subconjunto de las <i>unidades informativas</i> codificadas como "noticias" o "artículos" <sup>60</sup>
D	2.4. La proporción de subtítulos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.	✗	✗
D	2.5. La proporción de destacados dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.	✗	✗
D	2.6. La proporción de textos dedicados a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.	✓	✗
D	2.7. La proporción de fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.	✗	
D	2.8. La proporción de fotografías principales dedicadas a los deportistas de sexo masculino será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que se informa.	✗	✗
	<b>3. La publicación, en términos relativos, asignará con mayor frecuencia características periodísticamente destacadas a la información dedicada a deportistas de sexo masculino que a la información dedicada a deportistas de sexo femenino.</b>	<b>4 ✓ ✗ 15</b>	<b>6 ✓ ✗ 6</b>
C	3.1. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas que las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo femenino.	✗	✓
C	3.2. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de contraportadas que las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo femenino.	✗	✗*

Grupo de análisis estadístico a aplicar	Hipótesis	Prueba de hipótesis	
		Para el conjunto de las unidades de análisis ( <i>unidades informativas o fotografías según proceda</i> )	Para el subconjunto de las <i>unidades informativas</i> codificadas como “noticias” o “artículos” <sup>60</sup>
C	3.3. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.4. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de contraportadas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.5. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de páginas impares que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.6. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de páginas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.7. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de dobles páginas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.8. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de dobles páginas completas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.9. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de cuadrantes preeminentes en el seno de las páginas que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.10. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de mitades superiores en el seno de la página que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		

Grupo de análisis estadístico a aplicar	Hipótesis	Prueba de hipótesis	
		Para el conjunto de las unidades de análisis ( <i>unidades informativas o fotografías según proceda</i> )	Para el subconjunto de las <i>unidades informativas</i> codificadas como "noticias" o "artículos" <sup>60</sup>
B	3.11. Las unidades informativas dedicadas a los deportistas de sexo masculino tendrán un número mayor de fotografías que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
A	3.12. Las unidades informativas cuyos textos en conjunto hagan referencia a deportistas de ambos sexos asignarán con más frecuencia los textos jerárquicamente más relevantes a los deportistas de sexo masculino.		
C	3.13. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de portadas que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.14. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de contraportadas que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.15. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparán un número mayor relativo de páginas impares que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.16. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serán las únicas en portada con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.17. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serán las únicas en contraportada con una mayor frecuencia relativa que las unidades informativas dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		
C	3.18. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino estarán dispuestas a doble página con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino.		

Grupo de análisis estadístico a aplicar	Hipótesis	Prueba de hipótesis	
		Para el conjunto de las unidades de análisis ( <i>unidades informativas o fotografías según proceda</i> )	Para el subconjunto de las <i>unidades informativas</i> codificadas como “noticias” o “artículos” <sup>60</sup>
C	3.19. Las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serán únicas y dispuestas a doble página con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo femenino.		
	<b>4. El fútbol será el deporte que reciba mayor cobertura informativa.</b>		
A	4.1. El fútbol será el deporte al que la publicación dedique el mayor número de unidades informativas.		
A	4.2. El fútbol será el deporte al que la publicación dedique el mayor número de fotografías.		
	<b>5. La proporción de cobertura informativa dedicada al fútbol será superior a la proporción de participaciones en este deporte en el evento sobre el que se informa.</b>		
D	5.1. La proporción de unidades informativas dedicadas al fútbol será superior a la proporción de participaciones en este deporte en el evento sobre el que se informa.		
D	5.2. La proporción de fotografías dedicadas al fútbol será superior a la proporción de participaciones en este deporte en el evento sobre el que se informa.		

---

# **4 DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y PROSPECTIVA**

---





## 4.1 Discusión

En el presente apartado se procederá a la discusión de los hallazgos derivados del análisis de los datos. Los análisis se han efectuado sobre tres focos diferenciados, abordados con metodologías diferenciadas: el *input*, que se corresponde con el fenómeno deportivo Juegos Deportivos de La Rioja; el *through-put*, que atañe al proceso de elaboración de la publicación *Juegos Deportivos* e implica al principal Responsable de su elaboración; y el *output*, que se identifica con el suplemento *Juegos Deportivos* del diario *La Rioja* en sí. De los tres focos de investigación anteriores es el *output* el que se erige en principal, y las hipótesis que se plantean en la presente investigación aluden fundamentalmente a él. Es por ello que la discusión de los resultados se estructurará entorno a los obtenidos para el *output*, tomando como guía las hipótesis de investigación.

Según se revisen los resultados de las pruebas de hipótesis, se establecerán comparaciones con los hallazgos alcanzados por otros investigadores en la misma área de interés científico. En relación a ello, conviene advertir que, dada la enorme variedad en los ámbitos periodísticos y deportivos estudiados por los autores reseñados, las comparaciones deben contemplarse con mucha precaución. En la revisión del estado de la cuestión, a pesar de la exhaustividad de la búsqueda efectuada, no se ha encontrado ninguna investigación que coincida en un ámbito periodístico y deportivo equivalente al que se convierte en diana del de esta. Para Igartua y Humanes (2004), la falta de acumulación científica no constituye una rareza en la teoría en comunicación social, sino más bien lo contrario, dado su carácter de disciplina científica relativamente inmadura, que requiere de esfuerzos de combinación, comparación y confrontación entre perspectivas para poder alcanzarla.

La confrontación de hallazgos debe considerarse asimismo con precaución por las diferentes opciones metodológicas adoptadas en cada investigación. Quizá la más llamativa de ellas sea que en este trabajo, como unidad de análisis diferenciada, se haya utilizado la que ha venido a denominarse *unidad informativa*. Esta unidad de análisis, al contrario de lo que sucede con la otra empleada, la *fotografía*, no tiene equivalente en las investigaciones revisadas por otros autores. La repetición de la prueba de las hipótesis sobre el subconjunto de *unidades informativas* formado exclusivamente por noticias y artículos trata de paliar este problema. Sin embargo aún así no se soslaya del todo, pues la caracterización global de género de las *unidades informativas*, además de los textos, también tiene en consideración las fotografías principales, opción metodológica no contemplada por otros autores para los artículos como unidad de análisis.

Advertido lo anterior, y sin entrar a detallar las diferencias en los ámbitos periodístico-deportivos y en las opciones metodológicas, que pueden revisarse en otros apartados

de este documento, el cotejo de los hallazgos se desarrolla en los términos más equivalentes posible.

La presente investigación parte de la hipótesis general: el suplemento *Juegos Deportivos* del diario *La Rioja* realiza una cobertura informativa diferencial en función del género de los deportistas sobre los que informa, de tal modo que, en términos cuantitativos, discrimina a las deportistas de sexo femenino respecto a sus homólogos masculinos. Esta hipótesis se pone a prueba a través de 5 subhipótesis, que a su vez se ponen a prueba a través múltiples subhipótesis operativas, sobre las que se han efectuado los análisis estadísticos pertinentes. En adelante, sea cual sea el nivel de especificidad de las hipótesis (general, subhipótesis o subhipótesis operativas), se podrá hacer referencia a ellas con el término “hipótesis” y se las identificará mediante la numeración que se les ha asignado en el apartado 1.7.2.

**La subhipótesis 1** postula que los deportistas de sexo masculino recibirán mayor cantidad de cobertura informativa que las deportistas de sexo femenino. Esta hipótesis se ha puesto a prueba mediante otras que responden a los siguientes interrogantes: ¿a quién se dedica más *unidades informativas*? ¿las *unidades informativas* de quién ocupan más páginas y superficie? ¿a quién se dedica más elementos de texto relevantes? ¿a quién se dedica más textos en general? ¿a quién se dedica mayor número de *fotografías*? ¿las *fotografías* de quién ocupan más espacio? ¿a quién se dedica más *fotografías principales*? ¿las *fotografías principales* de quién ocupan más espacio?

**La prueba de la hipótesis 1.1** ha mostrado que en el suplemento se dedican más *unidades informativas* a los deportistas de sexo masculino que a las deportistas de sexo femenino. Estas diferencias persisten aunque los análisis se efectúen sobre el subconjunto formado por noticias y artículos, que excluye fotonoticias, tablas informativas y tablas de resultados-clasificación, elementos últimos estos tres que podrían producir un sesgo hacia lo “masculino” en la caracterización de género del conjunto de las unidades informativas.

El respectivo número de artículos dedicados a deportistas de cada sexo ha sido una de la variables estudiada con más frecuencia. Resultados similares a los de esta investigación, para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos han sido hallados por la mayoría de autores: Pedersen (2002), Bishop (2003), Pedersen et al. (2003), Capranica et al. (2005), Crossman et al. (2007), y Serra y Burnett (2007).

En el ámbito periodístico-deportivo en que se centró Wann et al. (1998) también alcanzó resultados coincidentes a los de esta investigación, pero solo en prensa deportiva de las universidades de tamaño grande e intermedio, no así en las de menor tamaño. Por su parte, King (2007), que estudió la evolución en la respectiva cobertura de atletas de sexo masculino y femenino en las olimpiadas desde 1948 a 2004,

constató que globalmente para todo el período considerado los hombres fueron más representados en los artículos. Sin embargo también detectó un incremento progresivo en el número de artículos dedicados a las mujeres a medida que se avanzaba a través de los eventos olímpicos, llegando a estar más representadas las mujeres que los hombres en las olimpiadas de Atenas 2004.

Resultados divergentes con los de la presente investigación en los ámbitos periodístico-deportivos por ellos estudiados fueron alcanzados por Vincent (2004), que encontró un número equivalente de artículos dedicados a los deportistas de cada sexo y por MacKay y Dallaire (2009), que encontraron que el número dedicado a deportistas de sexo femenino fue superior.

**La hipótesis 1.2** postula que las *unidades informativas* dedicadas a deportistas de sexo masculino ocuparán un mayor número de páginas que las dedicadas a deportistas de sexo femenino. Esta hipótesis se ha visto rechazada, tanto para el conjunto total de *unidades informativas* analizadas como para el subconjunto formado por las noticias y artículos. Para ello ha sido determinante el hecho de que la práctica totalidad de *unidades informativas*, concretamente el 98,9% de los casos, ocupe una sola página. El exiguo número de casos que se extienden a lo largo de dos páginas (máximo alcanzado), sin embargo, se corresponden todos con *unidades informativas* codificadas como masculinas.

La única investigación encontrada en la revisión del estado de la cuestión que se interesó específicamente sobre la variable número de páginas de los artículos en relación al género de quienes los protagonizan fue la de Bishop (2003), que encontró que el promedio del número de páginas de los artículos dedicados a los hombres era superior al de los dedicados a las mujeres.

**La hipótesis 1.3**, que postula que las *unidades informativas* centradas en deportistas de sexo masculino tendrán una mayor superficie que las que se ocupan de deportistas de sexo femenino, se ha visto ampliamente confirmada para el conjunto total de *unidades informativas*. Sin embargo, en un segundo análisis, que consideraba exclusivamente las noticias y artículos, se ha rechazado. A este respecto resulta interesante comentar que las *unidades informativas* excluidas del segundo análisis (fotonoticias, tablas informativas y tablas de resultados-clasificación) se caracterizan por ocupar habitualmente páginas completas, es decir, grandes superficies. No obstante lo anterior, aunque no se han podido establecer diferencias estadísticamente significativas entre la superficie de noticias y artículos dedicados a deportistas de cada sexo, la superficie media de los dedicados a los deportistas de sexo masculino es mayor, así como la superficie mínima y el máxima alcanzada por los casos más extremos. También, si nos remitimos a los subgrupos más homogéneos en función de

su superficie, la del grupo de casos codificado como “masculino”, encuentra mejor acomodo junto al subgrupo “no congruentes” que junto al subgrupo “femenino”.

Junto a la superficie de las fotografías, y tras el número de artículos y de fotografías, la superficie de los artículos en función del género de sus protagonistas es la variable que más ha sido empleada en la investigación en este campo. A diferencia de lo constatado en la presente investigación, para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos, Pedersen (2002), Capranica et al. (2005) y Serra y Burnett (2007) encontraron que los artículos dedicados a deportistas de sexo masculino eran significativamente más grandes que los dedicados a deportistas de sexo femenino. Por su parte, Crossman et al. (2007) no encontraron estas diferencias, alineándose los resultados que obtuvieron en este indicador con los de la presente investigación.

**La hipótesis 1.4** postula que el suplemento dedicará más títulos a los deportistas de sexo masculino que a las deportistas de sexo femenino. Esta hipótesis, considerando el conjunto total de *unidades informativas*, en las que este elemento de texto se encuentra, se ha confirmado. Sin embargo, al ponerse a prueba sobre el subconjunto de noticias y artículos ha debido rechazarse, al encontrarse un mayor número de casos codificados como femeninos que como masculinos. Es de destacar que para la gran mayoría de los casos, independientemente del conjunto de datos utilizados para los análisis, los títulos son codificados como neutros, es decir, o bien referencian a deportistas de ambos sexos o bien a ninguno de los dos.

La literatura revisada muestra al menos tres investigaciones que se han interesado por el número de titulares respectivamente dedicados a deportistas de cada sexo: Alexander (1994), Crolley y Teso (2007) y King (2007). En contraste con los hallazgos de la presente, las tres investigaciones han constatado que el número de titulares dedicados a los hombres era mayor que el dedicado a las mujeres. En el caso de King (2007) esto puede afirmarse para el conjunto total de los datos que recogió en un estudio longitudinal, centrado en los juegos olímpicos desde 1948 al 2004. Sin embargo, este estudio puso de manifiesto que en las publicaciones estudiadas había una tendencia de aumento en el número de titulares dedicados a las mujeres a lo largo de los eventos olímpicos, llegando tener más asignados que los hombres en Atenas 2004.

**La hipótesis 1.5**, que postula que la publicación *Juegos Deportivos* dedicará más antetítulos a los deportistas de sexo masculino que a las de sexo femenino, se ha visto confirmada tanto para el conjunto total de *unidades informativas* como para el subconjunto de casos formado por noticias y artículos, que en este caso son coincidentes. Conviene sin embargo matizar los análisis que han permitido la confirmación de la hipótesis, destacando que aunque la prueba de *chi-cuadrado* aplicada muestra que la distribución de los casos dentro de las categorías de la variable

que ha permitido ponerla a prueba no es uniforme y el recuento de frecuencias muestra más casos masculinos que femeninos (de hecho no hay antetítulos codificados como femeninos), la mayoría de los casos se agrupan bajo la categoría neutro. La revisión del estado de la cuestión no ha encontrado ninguna investigación que haya considerado este indicador para constatar diferencias en las representaciones de género, por lo que no pueden establecerse comparaciones con otros autores para esta hipótesis.

**La hipótesis 1.6** postula que la publicación dedicará mayor número de subtítulos a los deportistas de sexo masculino que a las deportistas de sexo femenino. Los análisis efectuados han permitido rechazar esta hipótesis, tanto para el conjunto total de los datos de las *unidades informativas* como para el subconjunto de ellos formado por los de las noticias y artículos, que resultan coincidentes. Ello es así porque este elemento de texto ha sido codificado como femenino en mayor número de ocasiones que como masculino. Es de destacar que la gran mayoría de los subtítulos, una vez más, son codificados como neutros.

La revisión del estado de la cuestión solo ha encontrado una investigación que se ocupe del número de subtítulos dedicados respectivamente a deportistas de cada sexo y, en su respectivo ámbito periodístico-deportivo, esta ha encontrado que, a diferencia de en la presente, a los hombres se les dedicaba un número mayor de estos elementos de texto (Crolley & Teso, 2007).

**La hipótesis 1.7** postulaba que la publicación dedicaría un mayor número de destacados u ojos a los deportistas de sexo masculino que las deportistas de sexo femenino. Los análisis efectuados han permitido verificar positivamente esta hipótesis, tanto para total de las *unidades informativas* como para el subconjunto de ellas formado por noticias y artículos. Al igual que acontece con los antetítulos, conviene sin embargo matizar los resultados. Así, aquí también la hipótesis puede confirmarse por la mayor frecuencia de casos codificados como masculinos que femeninos, confluyendo ello con el valor de la prueba *chi-cuadrado* efectuada, pero también sucede que la diferencia entre casos masculinos y femeninos es mínima (aquí solo de un caso) y son los casos codificados como neutros los más frecuentes con mucha diferencia. Como sucedía con los antetítulos, la revisión del estado de la cuestión tampoco ha encontrado investigación alguna que haya considerado las diferencias de representación cuantitativa en los destacados, por lo que no pueden establecerse comparaciones en los resultados.

**La hipótesis 1.8** postulaba que la publicación dedicaría un número mayor de textos a deportistas de sexo masculino que a deportistas de sexo femenino. Esta hipótesis se ha visto ampliamente confirmada tanto para el conjunto total de las *unidades informativas* como para el subconjunto de estas formado por las noticias y artículos.

En ambos grupos de datos, al contemplar los textos en su conjunto, y a diferencia de lo que ocurría para los elementos de texto aislado de títulos, antetítulos y subtítulos, el predominio de la codificación de género masculino sobre la codificación femenina y neutra es claro<sup>61</sup>.

Los hallazgos aquí alcanzados coinciden con los encontrados por Alexander (1994), Pedersen (2002), Bishop (2003), Pedersen et al. (2003), Capranica et al. (2005), Crossman et al. (2007), y Serra y Burnett (2007) para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos. También existe coincidencia con los resultados obtenidos por Wann et al. (1998) y King (2007), si consideramos el conjunto total de los datos que manejaban (el primero llevaba a cabo un estudio comparativo y el segundo otro de carácter longitudinal). Solo dos estudios, Vincent (2004) y MacKay y Dallaire (2009) no encontraron en sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos un mayor número de textos dedicados a los deportistas de sexo masculino<sup>62</sup>.

**La hipótesis 1.9**, que postula que la publicación *Juegos Deportivos* dedicará un mayor número de fotografías a los deportistas de sexo masculino que a las deportistas de sexo femenino, se ha visto ampliamente confirmada.

El género de las fotografías que aparecen en las publicaciones ha sido la segunda variable más frecuentemente utilizada por los autores que se han interesado en el campo científico propio de esta investigación. La mayoría de autores han encontrado, para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos, hallazgos similares a los de este trabajo (Alexander, 1994; Capranica et al., 2005; Crossman et al., 2007; King, 2007; Pedersen & Whisenant, 2002; Pedersen et al., 2003; Serra & Burnett, 2007; Vincent, 2004; Wann et al., 1998; Weber & Carini, 2013), difiriendo únicamente los encontrados por MacKay y Dallaire (2009).

**La hipótesis 1.10**, que postula que la superficie de las fotografías dedicadas a deportistas de sexo masculino será mayor que la superficie de las fotografías dedicadas a deportistas de sexo femenino, también se ha confirmado.

La superficie de las fotografías en función del sexo de los deportistas en ellas representados, junto a la superficie de los artículos, y tras el número de artículos y fotografías, ha sido el indicador o variable más utilizado en la investigación en el campo científico que ocupa la presente investigación. La mayoría de las investigaciones

---

<sup>61</sup> En relación a la contribución de cada elemento de texto a la codificación global de género en el conjunto de los textos puede ser interesante consultar la Figura 8 (p. 218).

<sup>62</sup> La caracterización global de género de los artículos, para la práctica totalidad de investigaciones revisadas, se lleva a cabo a través del sexo de los deportistas citados en los textos. Es por ello que en estas investigaciones se da una coincidencia en la caracterización de género de los artículos y la caracterización global de los textos que los componen.

revisadas, para sus respectivos ámbitos de interés periodístico-deportivo, muestran hallazgos congruentes con los de la presente investigación (Galily et al., 2011; Serra & Burnett, 2007; Vincent, 2004), mostrando promedios en la superficie fotográfica superiores para los hombres que para las mujeres. Solo la investigación de Capranica et al. (2005) encontró que la superficie de las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino era superior a la de las dedicadas a deportistas de sexo masculino.

**La hipótesis 1.11**, que postula que la publicación dedicará un número mayor de fotografías principales (las de mayor tamaño) de las *unidades informativas* a los deportistas de sexo masculino que a las deportistas de sexo femenino, ha sido confirmada, tanto para el conjunto total de las *unidades informativas* como para el subconjunto de noticias y artículos. En la revisión del estado de la cuestión no se ha identificado ninguna investigación que haya estudiado específicamente esta variable/indicador, por lo que no pueden establecerse comparaciones del resultado de esta hipótesis con otros autores.

Una vez constatado el predominio de la representación masculina en las fotografías principales, **la hipótesis 1.12** se plantea si la superficie de estas fotografías principales será mayor cuando representan a los deportistas de sexo masculino que cuando representan a las deportistas de sexo femenino. Los análisis efectuados, muestran que esto es así tanto para el conjunto total de las *unidades informativas* como para el subconjunto de ellas formado por las noticias y artículos. Al no haberse identificado ninguna investigación que haya hecho una distinción entre las fotografías de mayor tamaño y el resto dentro de los artículos, no pueden establecerse comparaciones con otros autores para este indicador tampoco.

Exceptuando aquellas referidas a indicadores de superficie, que lo hacían en términos relativos, todas las subhipótesis operativas utilizadas para comprobar la subhipótesis 1 postulaban que los deportistas de sexo masculino recibirían una mayor cantidad de cobertura mediática en términos absolutos que las deportistas de sexo femenino. La subhipótesis 2 postulaba que la mayor cobertura mediática otorgada a los deportistas varones no se daría solo en términos absolutos, lo cual podría explicarse en función de su mayor tasa de participación en el evento sobre el que se informa, sino que también sería mayor en términos relativos. Como elemento de comparación para constatar la mayor cobertura relativa de los deportistas de sexo masculino se utiliza su porcentaje de participaciones sobre el total en los Juegos Deportivos de La Rioja, que es del 66,42%. Para comprobar la **subhipótesis 2** se habilitan 8 subhipótesis operativas que postulan respectivamente que la proporción de *unidades informativas*, títulos, antetítulos, subtítulos, destacados, textos, fotografías y fotografías principales dedicadas a los deportistas de sexo masculino en el suplemento *Juegos Deportivos* será

superior a la proporción de participaciones de estos deportistas en los Juegos Deportivos de La Rioja.

No todas las investigaciones en este campo científico comprueban de forma explícita si los resultados obtenidos se ajustan a los esperables en función de diferentes factores de participación en los eventos reales sobre los que se informa (*input*). Los factores de comparación utilizados por las que sí lo han hecho, lógicamente, se relacionan con el ámbito periodístico-deportivo de las publicaciones analizadas, pero a efectos de establecer comparaciones con los hallazgos de la presente investigación pueden considerarse equivalentes.

**La hipótesis 2.1** postula que la proporción de *unidades informativas* dedicadas a los deportistas de sexo masculino en el suplemento será superior a la proporción de participaciones de estos deportistas en los Juegos Deportivos. Si nos remitimos al conjunto total de *unidades informativas* analizadas esta hipótesis queda confirmada. Sin embargo, si nos centramos solo en el subconjunto de noticias y artículos, encontramos que la representación mediática y participación en el evento deportivo son significativamente ajustadas.

El ajuste aquí encontrado entre representación mediática y participación por sexos para noticias y artículos contrasta con los resultados obtenidos en Wann et al. (1998), donde se encontró una representación mediática para los deportistas de sexo masculino desproporcionadamente elevada para la mayoría de factores de comparación empleados<sup>63</sup>.

Por su parte, en la investigación de MacKay y Dallaire (2009) también se constata un desequilibrio entre participación y representación mediática por sexos en lo que al número de artículos se refiere, pero en este caso el sesgo informativo favorece a las mujeres, pues son ellas quienes aparecen proporcionalmente más representadas que los hombres.

Por el contrario, los hallazgos de Vincent (2004) y Capranica et al. (2005), para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos, sí constatan equilibrio por sexos entre participación y representación mediática en lo que al número de artículos se refiere, por lo que se alinean con los de la presente investigación.

**La hipótesis 2.2** de esta investigación postulaba que, en relación al número de participaciones en los Juegos Deportivos de La Rioja, el número de títulos dedicado a

---

<sup>63</sup> Se utilizaron como factores de comparación el porcentaje de universitarias matriculadas, el de primeros equipos femeninos y el de atletas de sexo femenino. El porcentaje de artículos dedicados a las deportistas femeninas fue inferior al de universitarias y primeros equipos femeninos, pero no al de atletas de sexo femenino.



los deportistas de sexo masculino sería desproporcionadamente elevado. Esta hipótesis se ha visto rechazada, tanto para el conjunto total de las *unidades informativas* analizadas como para el subconjunto de ellas formado por las noticias y artículos. Para el primer conjunto de datos se ha constatado que el ajuste entre el porcentaje de títulos dedicado a los deportistas de sexo masculino y el de su participación en los Juegos Deportivos era estadísticamente significativo. En lo que respecta a las noticias y artículos, sin embargo, la hipótesis se ha visto rechazada por encontrarse que el número de títulos dedicado a los deportistas de sexo masculino era significativamente inferior al que le habría correspondido en términos de participación real en el evento deportivo. Debe matizarse no obstante que el número de casos sobre el que se ha llevado a cabo la comparación de proporciones es bastante reducido, pues la mayor parte de los títulos recibieron una codificación de género neutra y fueron por lo tanto descartados para el análisis con el que se puso a prueba esta hipótesis.

El de Alexander (1994) es el único estudio que se ha interesado por comprobar el ajuste entre representación y participación en los titulares. En contraste con los hallazgos aquí alcanzados, Alexander (1994), para el ámbito periodístico-deportivo objeto de su investigación, encontró que el número de titulares dedicado a los deportistas de sexo masculino era desproporcionadamente elevado.

**La hipótesis 2.3** postulaba que la proporción de antetítulos dedicados a los deportistas de sexo masculino en el suplemento *Juegos Deportivos* sería superior a la que correspondería en función de la proporción de participaciones de estos en los Juegos Deportivos. Tanto para el conjunto de las *unidades informativas* como para el subconjunto de ellas formado por las noticias y artículos, grupos que han resultado coincidentes, esta hipótesis ha debido rechazarse. Esto es así porque, a pesar de que todos los antetítulos analizados han sido codificados como masculinos, su exiguo número ha impedido probar que ello tenga significación estadística (la mayoría de casos, al ser codificados en género como neutros, quedaron excluidos del análisis para la prueba de esta hipótesis). Ningún otro autor ha estudiado el ajuste entre participación real y representación mediática en los subtítulos, por lo que no pueden establecerse comparaciones.

**La hipótesis 2.4** postula que la proporción de subtítulos dedicados a los deportistas de sexo masculino en el suplemento *Juegos Deportivos* será superior a la proporción de participaciones de los deportistas de sexo masculino en el evento sobre el que la publicación informa. Esta hipótesis también se ha visto rechazada tanto para el conjunto total de las *unidades informativas* como para solo las noticias y artículos. Para el conjunto total de *unidades informativas*, la proporción de subtítulos dedicados a los deportistas de sexo masculino se ha demostrado significativamente menor que la proporción de participaciones masculinas. Si nos atenemos al subconjunto formado

por noticias y artículos, la proporción de subtítulos dedicados a deportistas de sexo masculino sigue siendo menor que la proporción de sus participaciones en los Juegos Deportivos, aunque estadísticamente ambas proporciones pueden considerarse ajustadas. Una vez más es de destacar que el número de casos empleados en los análisis para la prueba de esta hipótesis ha sido reducido, pues la mayoría de los subtítulos, por ser codificados en género como neutros, han quedado excluidos de ellos. Tampoco para los resultados de esta hipótesis pueden establecerse comparaciones con otros autores, pues no se han encontrado investigaciones que contrasten para este elemento de texto las proporciones entre participación deportiva y representación mediática en función del género.

**La hipótesis 2.5** postulaba que en los destacados de la publicación *Juegos Deportivos* los deportistas masculinos tendrían una representación proporcionalmente superior a la que les correspondería en función de su tasa de participaciones en el evento Juegos Deportivos de La Rioja. Esta hipótesis se ha visto también rechazada, tanto para el conjunto total de *unidades informativas* como para el subconjunto de ellas formado por las noticias y artículos. Ambos conjuntos de datos han resultado estar formados por los mismos casos. En estos, la proporción de destacados dedicada a los deportistas de sexo masculino, aunque menor, ha resultado ser significativamente ajustada a la proporción de participaciones. Tampoco se han encontrado investigaciones que hayan indagado sobre el ajuste entre representación mediática y participación real en función del sexo en estos elementos de texto, por lo que de nuevo no pueden establecerse comparaciones en lo que concierne a esta hipótesis.

**La hipótesis 2.6** postulaba que, en el suplemento *Juegos Deportivos*, se dedicaría a los deportistas de sexo masculino una proporción de textos superior a la que les correspondería en función de su tasa de participaciones en el evento deportivo sobre el que se informa. Los análisis han permitido confirmar esta hipótesis para el conjunto total de *unidades informativas*, confirmando una proporción de textos dedicados, al menos preferentemente, a los deportistas varones superior a la de sus participaciones en los Juegos Deportivos de La Rioja. Al centrarnos exclusivamente en las noticias y artículos no sucede lo mismo, pues en este caso la proporción de textos que el suplemento dedica a los deportistas de sexo masculino se ajusta significativamente a la proporción de participaciones de estos en los Juegos.

Los resultados alcanzados para **la hipótesis 2.6** en el subconjunto de noticias y artículos pueden someterse a comparación con los de otros autores para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos. Así, aunque Alexander (1994) no caracterizó globalmente en función del sexo los textos que componían los artículos, sí cuantificó el número de líneas que se dedicaba a los deportistas de cada sexo. Encontró que el número de líneas dedicadas a los deportistas de sexo masculino era

superior al número de líneas dedicadas a las deportistas de sexo femenino, y que ello no podía ser explicado ni por el respectivo número de participantes ni de victorias. Sus hallazgos contrastan por lo tanto con los de la presente investigación.

Por su parte, Wann et al. (1998) también estudiaron la proporción entre la participación real y la representación mediática en los textos en función del sexo, tanto para el conjunto de los artículos como para el número de líneas escritas. En contraste con los hallazgos de la presente investigación, en ambos indicadores constataron que la proporción de información dedicada a las deportistas de sexo femenino era menor que la proporción de universitarias matriculadas y primeros equipos femeninos<sup>64</sup>. Por el contrario, la proporción de artículos y líneas escritas dedicadas a las deportistas de sexo femenino era mayor que la proporción de deportistas de sexo femenino.

Capranica et al. (2005), para caracterizar en función del género los artículos del ámbito periodístico-deportivo de su interés, se fijó en el sexo de los deportistas citados en los textos. Encontró que, a pesar de haber más textos dedicados a los hombres que a mujeres, el número de estos era proporcional al número de participantes y de eventos correspondientes a ambos sexos, hallazgo que se alinea con el de la presente investigación.

MacKay & Dallaire (2009) también clasificaron en función del género los artículos del ámbito periodístico-deportivo que estudiaron tomando como referencia los textos y contrastaron esta representación con la participación real por sexos, en este caso tomando como factor de comparación el número de partidos y el ratio de victorias/derrotas. Encontraron que, a pesar de ser estos factores de comparación equiparables para hombres y mujeres fueron ellas las más representadas en los textos, dedicándoseles mayor cantidad de ellos y siendo estos de promedio más largos. Como puede verse, los resultados alcanzados por MacKay y Dallaire (2009), aun no siendo coincidentes con los de la presente investigación, no indican discriminación femenina en la representación mediática, sino todo lo contrario.

**La hipótesis 2.7** de la presente investigación postulaba que las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino en el suplemento *Juegos Deportivos* serían desproporcionadamente elevadas en relación al nivel de participaciones de este grupo de deportistas en el evento de los Juegos Deportivos de La Rioja. La hipótesis, al haberse encontrado que el número de fotografías dedicado a los deportistas varones se ajustaba significativamente a su respectivo nivel de participaciones, ha debido ser rechazada.

---

<sup>64</sup> Puede suponerse entonces que la proporción de información dedicada a los deportistas de sexo masculino era mayor que la proporción de universitarios matriculados y primeros equipos masculinos.

Otros autores, en sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos, también se han interesado por estudiar el ajuste entre participación real y representación mediática en lo que a las fotografías se refiere. Así, Alexander (1994), en contraste con los hallazgos de esta investigación, sí encontró que el número de fotografías dedicado a los deportistas de sexo masculino era superior a lo que le correspondería, en este caso en función del número de participantes y número de victorias.

Wann et al. (1998) también encontraron que el número de fotografías dedicadas a los hombres, si se comparaba con el número de mujeres matriculadas y primeros equipos femeninos, era desproporcionadamente elevado. Esta desproporción se invertía sin embargo cuando como factor de comparación se tomaba el número de deportistas femeninas presente en primeros equipos.

Por su parte, los hallazgos de Capranica et al. (2005), salvando las diferencias de los respectivos ámbitos periodístico-deportivos, pueden considerarse equivalentes a los de la presente investigación. Así, Capranica et al. (2005) constataron que, a pesar de que el porcentaje de fotografías que representaba al deporte masculino era mayor que el porcentaje de fotografías que representaba al deporte femenino, las diferencias se ajustaban al número de participantes de cada sexo.

De nuevo, en lo que a la cobertura fotográfica se refiere, los hallazgos de MacKay y Dallaire (2009) divergen con los de la presente investigación, pues no constatan un ajuste entre participación por sexos y cobertura mediática. Sin embargo, el sesgo informativo en este caso favorece otra vez a las mujeres, pues en su respectivo ámbito periodístico-deportivo estas investigadoras constataron que, a paridad en el número partidos y ratio de victorias/derrotas, fueron las mujeres las más representadas en las fotografías.

**La hipótesis 2.8** de esta investigación postulaba que también las fotografías principales, es decir, las de mayor tamaño en el seno de las *unidades informativas*, representarían con una mayor frecuencia de la que les correspondería, en función de su respectivo nivel de participaciones, a los deportistas de sexo masculino. Esta hipótesis también ha sido rechazada, pues se ha encontrado que el porcentaje de fotografías principales dedicadas a los deportistas varones en el suplemento del diario *La Rioja* se ajusta significativamente al porcentaje de sus participaciones en los Juegos Deportivos. Dado que ninguna de las investigaciones que han comparado la participación real con la representación mediática en las fotografías ha analizado las fotografías de mayor tamaño separadamente, no pueden establecerse comparaciones con otros autores para el resultado de la prueba de esta hipótesis.

Si la subhipótesis 1 de la presente investigación se preguntaba si los deportistas de sexo masculino recibían más cobertura que las deportistas de sexo femenino en el suplemento *Juegos Deportivos* y la subhipótesis 2 se planteaba si las diferencias

constatadas podían explicarse por los respectivos niveles de participaciones por sexos, la subhipótesis 3 se interesa por comprobar si en términos relativos a los deportistas de sexo masculino se les asigna con mayor frecuencia características periodísticamente destacadas en la publicación. Para dar respuesta a la **subhipótesis 3** se han formulado un gran número de subhipótesis operativas que trataban de responder a cuestiones tales como: ¿aparecen los deportistas varones con mayor frecuencia relativa en portadas y contraportadas o incluso en portadas y contraportadas enteramente dedicadas a ellos? ¿se les asigna con mayor frecuencia relativa las páginas impares, más destacadas periodísticamente? ¿las *unidades informativas* a ellos dedicadas ocupan con más frecuencia páginas completas, dobles páginas y dobles páginas completas? ¿se les asigna con mayor frecuencia relativa espacios visualmente destacados en el seno de las páginas como pueden ser la mitad superior o el cuadrante superior-izquierdo? ¿tienen sus *unidades informativas* más fotografías? ¿ocupan los elementos de texto jerárquicamente más destacados cuando comparten *unidades informativas* con las deportistas de sexo femenino?

**La hipótesis 3.1** postulaba que las *unidades informativas* dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparían con una mayor frecuencia relativa las portadas que aquellas dedicadas a las deportistas de sexo femenino. Para el conjunto total de las *unidades informativas* esta hipótesis se ha visto rechazada, pues en términos relativos las *unidades informativas* en portada dedicadas a las deportistas de sexo femenino se ha constatado más elevado. Sin embargo, cuando los análisis se han efectuado sobre el subconjunto formado por las noticias y artículos la hipótesis se ha visto confirmada, pues para este grupo de casos las *unidades informativas* codificadas como masculinas sí que ocupaban significativamente un mayor número relativo de portadas que las codificadas como femeninas.

El resultado de la prueba de hipótesis 3.1 para el subconjunto de noticias y artículos es congruente con los encontrados para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos por Vincent (2004), Crossman et al. (2007)<sup>65</sup>, Serra y Burnett (2007) y MacKay y Dallaire (2009). Los hallazgos de Capranica et al. (2005), por el contrario, contrastan con los de la presente investigación, pues estos autores no constataron diferencias en la asignación de portadas a hombres y mujeres.

**La hipótesis 3.2** de la presente investigación postulaba que las *unidades informativas* dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparían un número mayor relativo de contraportadas que las asignadas a las deportistas de sexo femenino. Esta hipótesis se

---

<sup>65</sup> Los hombres aparecían con una mayor frecuencia relativa en las portadas de las publicaciones estudiadas, aunque las mujeres ocupaban con mayor frecuencia relativa la portada de la sección de deportes.

ha visto rechazada, tanto para el conjunto total de las *unidades informativas* como para el subconjunto de ellas formado por noticias y artículos. Considerando el conjunto total de los casos se ha constatado que las *unidades informativas* centradas en deportistas de sexo femenino ocupaban con una mayor frecuencia relativa las contraportadas que aquellas dedicadas a deportistas de sexo masculino. Si nos remitimos al subconjunto de noticias y artículos sí que se ha constatado que las *unidades informativas* dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocupan con mayor frecuencia relativa contraportadas que las deportistas de sexo femenino, pero esta circunstancia no ha podido demostrarse estadísticamente significativa.

El resultado de la prueba de hipótesis 3.2 para las noticias y artículos contrasta con los hallazgos de Crossman et al. (2007), King (2007) y Serra y Burnett (2007), que en sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos constataron que los hombres ocupaban con mayor frecuencia las contraportadas.

**La hipótesis 3.3** postulaba que las *unidades informativas* dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparían con una mayor frecuencia relativa portadas completas que aquellas centradas en deportistas de sexo femenino. La hipótesis se ha visto rechazada para el conjunto total de los casos, pero confirmada para el subconjunto de ellos formado por las noticias y artículos. Los resultados son idénticos que los obtenidos para **la hipótesis 3.1**, que postulaba lo mismo pero simplemente para las portadas. Esto es así porque las portadas del suplemento *Juegos Deportivos*, para el período analizado, siempre se encontraron ocupadas por una única *unidad informativa*, tal y como puede inferirse de la comparación de los análisis descriptivos de las variables *portada* y *portada completa*. La revisión del estado de la cuestión no ha encontrado ninguna investigación que haya estudiado este indicador específico, por lo que no puede ofrecerse una comparación de resultados.

**La hipótesis 3.4** postulaba que las *unidades informativas* dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparían un número relativo mayor de contraportadas completas que las centradas en deportistas de sexo femenino. La hipótesis se ha visto rechazada, tanto para el conjunto total de *unidades informativas* como para el subconjunto de ellas formado por noticias y artículos. Resulta que, para el conjunto total de datos, el porcentaje de *unidades informativas* dedicadas a deportistas de sexo femenino dispuestas en contraportada completa es mayor que el de aquellas centradas en deportistas de sexo masculino. Si nos remitimos exclusivamente a las noticias y artículos, esta vez el porcentaje de *unidades informativas* dispuestas en contraportada completa es mayor para aquellas codificadas en género como masculinas que como femeninas, pero esta circunstancia no ha podido demostrarse como estadísticamente significativa, por lo que la hipótesis ha debido rechazarse. La revisión del estado de la cuestión no ha identificado investigación alguna que estudie este indicador específico

en función del género, por lo que estos resultados no pueden contrastarse con los de otros autores.

**La hipótesis 3.5** postulaba que las *unidades informativas* dedicadas a deportistas de sexo masculino ocuparían en el suplemento *Juegos Deportivos* un mayor número relativo de páginas impares que aquellas centradas en deportistas de sexo femenino. La hipótesis se ha visto rechazada, tanto considerando el conjunto total de *unidades informativas* como el subconjunto de ellas formado por noticias y artículos. Para ambos conjuntos de datos el porcentaje en páginas impares de las *unidades informativas* codificadas en género como masculinas es menor que el porcentaje en páginas impares de *unidades informativas* codificadas en género como femeninas. La revisión del estado de la cuestión no ha identificado investigaciones que hayan estudiado la ubicación de los artículos en las páginas impares en función del género, por lo que no se pueden establecer comparaciones de estos resultados con los de otros autores.

**La hipótesis 3.6** postulaba que las *unidades informativas* dedicadas a deportistas de sexo masculino aparecerían en el suplemento *Juegos Deportivos* dispuestas a página completa con una mayor frecuencia relativa que aquellas dedicadas a deportistas de sexo femenino. Los análisis efectuados han permitido corroborar la veracidad de esta hipótesis, tanto para el conjunto total de las *unidades informativas* analizadas como para el subconjunto de ellas que se corresponden con noticias y artículos. Al no haberse identificado investigaciones que estudiaran este particular en la revisión del estado de la cuestión los resultados de esta prueba de hipótesis no pueden someterse a comparación con los de otros autores.

Por su parte, **la hipótesis 3.7** postulaba que las *unidades informativas* dedicadas a deportistas de sexo masculino aparecerían en el suplemento *Juegos Deportivos* dispuestas a doble página con una mayor frecuencia relativa que aquellas dedicadas a deportistas de sexo femenino. Tras los análisis efectuados, la hipótesis se ha visto rechazada, tanto para el conjunto total de *unidades informativas* como para el subconjunto de ellas formado por las noticias y artículos. Las escasísimas *unidades informativas* dispuestas a doble página presentes en la publicación siempre estaban dedicadas a deportistas de sexo masculino, pero el número de casos constatado no ha sido suficiente como para demostrar esta circunstancia como estadísticamente significativa, por lo que la hipótesis ha debido ser rechazada.

Otro tanto ha sucedido con **la hipótesis 3.8**, que postulaba lo mismo que la 3.7 pero para *unidades informativas* dispuestas a doble página completa: se ha rechazado, por los mismos motivos que la 3.7, tanto para el conjunto total de *unidades informativas* como para solo las noticias y artículos. Dado que la revisión del estado de la cuestión no ha encontrado investigaciones que hayan estudiado este particular (disposición de

los artículos a doble página o a doble página completa en función del género), no se pueden establecer comparaciones con los resultados de otros autores.

**La hipótesis 3.9**, por su parte, postulaba que las *unidades informativas* dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparían con mayor frecuencia relativa cuadrantes preeminentes en la página que las *unidades informativas* dedicadas a deportistas de sexo femenino. La hipótesis se ha visto confirmada, tanto para el conjunto total de las *unidades informativas* como para el subconjunto de ellas formado por las noticias y artículos. Para ambos conjuntos de datos los análisis efectuados han demostrado, con significación estadística, que las *unidades informativas* dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocupaban el cuadrante superior izquierdo con mayor frecuencia relativa que las *unidades informativas* dedicadas a las deportistas de sexo femenino.

**La hipótesis 3.10** postulaba que las *unidades informativas* dedicadas a deportistas de sexo masculino ocuparían con mayor frecuencia relativa las mitades superiores de las páginas del suplemento *Juegos Deportivos* que aquellas dedicadas a deportistas de sexo femenino. La hipótesis se ha confirmado, tanto para el conjunto total de *unidades informativas* como para solo las noticias y artículos.

Los resultados de las pruebas de hipótesis 3.9 y 3.10 son congruentes con los encontrados por Crolley y Teso (2007), que constataron, para el ámbito periodístico-deportivo objeto de su interés, que el número de artículos en lugares preeminentes dedicados a los hombres superó al número de los dedicados a las mujeres<sup>66</sup>.

**La hipótesis 3.11** postulaba que las unidades informativas dedicadas a deportistas de sexo masculino tendrían un mayor número de fotografías que aquellas dedicadas a deportistas de sexo femenino. Tras los análisis realizados la hipótesis se ha visto rechazada, tanto para el conjunto total de *unidades informativas* como para el subconjunto de noticias y artículos. Para el conjunto total de datos las diferencias en el promedio de fotografías que acompañaban a las *unidades informativas* codificadas en género como masculinas y a las codificadas en género como femeninas no era significativa, siendo además este promedio superior para las codificadas como femeninas. Si nos remitimos a las noticias y artículos los promedios entre ambos grupos eran prácticamente idénticos, no existiendo por lo tanto entre ellos diferencias significativas.

---

<sup>66</sup> Crolley y Teso (2007) no especifican con mucha claridad cuáles son los lugares preeminentes a los que se refieren, pero de su reporte de investigación puede inferirse que estos hacen referencia tanto a ubicaciones periodísticamente privilegiadas en el conjunto del diario (primeras páginas, p. ej.) como a ubicaciones periodísticamente destacadas en el seno de las páginas. Es con las segundas con las que se comparan los resultados de las pruebas de las hipótesis 3.9 y 3.10 de la presente investigación.



Los resultados de la prueba de hipótesis 3.11 para noticias y artículos contrastan con los hallazgos, para su respectivo ámbito periodístico-deportivo, de Galily et al. (2011), que encontraron que el promedio de fotografías por artículo era superior en aquellos artículos centrados en deportistas varones.

**La hipótesis 3.12** postulaba que, en aquellas *unidades informativas* cuyos textos citaran a deportistas de ambos sexos, a los deportistas de sexo masculino se les asignarían los elementos de texto jerárquicamente más relevantes con más frecuencia. La hipótesis se ha visto confirmada para el conjunto total de *unidades informativas*. En lo que concierne al subconjunto de noticias y artículos, los análisis han demostrado que los textos más relevantes eran asignados a deportistas de sexo masculino en mayor número de ocasiones, pero la hipótesis ha debido rechazarse al no demostrarse, aunque por poco, esta circunstancia como estadísticamente significativa.

El resultado de la prueba de hipótesis 3.12, para el subconjunto de noticias y artículos, contrasta con los hallazgos de Crolley y Teso (2007). Estas autoras confirmaron, en el ámbito periodístico-deportivo que investigaron, que los deportistas de sexo masculino eran citados con más frecuencia que las deportistas de sexo femenino en primer lugar a lo largo de los textos de los artículos y que a las deportistas solían asignárseles con frecuencia párrafos cortos al final de las páginas.

**La hipótesis 3.13** postulaba que, en el suplemento *Juegos Deportivos*, las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparían un número mayor relativo de portadas que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino. Los análisis han constatado que las fotografías que retratan a deportistas de sexo masculino se sitúan en portada con una mayor frecuencia relativa que las que retratan a deportistas de sexo femenino pero, al no haberse demostrado esta circunstancia con significatividad estadística, la hipótesis ha debido rechazarse.

Otros autores también han utilizado el respectivo número de fotografías en portada asignado a mujeres y hombres como indicador para estudiar las diferencias de género en las representaciones mediáticas. En contraste con los hallazgos de la presente investigación, todos los autores que han abordado el particular han constatado una mayor proporción relativa de fotografías en portada dedicadas a los varones (Crossman et al., 2007; McKay & Johnson, 2008; Serra & Burnett, 2007; Vincent, 2004). Weber y Carini (2013) también constataron un mayor número de fotografías dedicadas a los hombres en portada, pero dado que este fue el único elemento de la publicación estudiado (la portada era la unidad de recogida de datos), sus resultados deben entenderse en términos absolutos, por lo que no son comparables a los de la hipótesis 3.13 de la presente investigación.

**La hipótesis 3.14** postulaba que, en la publicación *Juegos Deportivos*, las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparían un número relativo de

contraportadas mayor que el de las fotografías dedicadas a deportistas de sexo femenino. Aunque los análisis han constatado que, con una ligera mayor frecuencia relativa, a las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino se les asignan las contraportadas, esta circunstancia no ha podido probarse estadísticamente significativa, por lo que la hipótesis ha debido rechazarse.

El resultado de la prueba de la hipótesis 3.14 contrasta con los hallazgos de otras investigaciones, que, interesándose por el mismo particular, constataron, para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos, una mayor frecuencia relativa de las fotografías dedicadas a los hombres en las contraportadas (Crossman et al., 2007; King, 2007; Serra & Burnett, 2007).

**La hipótesis 3.15** postulaba que las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino ocuparían con una mayor frecuencia relativa las páginas impares del suplemento *Juegos Deportivos* que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino. Aunque los análisis han constatado que efectivamente a las fotografías que retratan a deportistas de sexo masculino se les asigna con una mayor frecuencia relativa las páginas impares que a las fotografías que retratan a deportistas de sexo femenino, esta circunstancia, por un estrecho margen, no ha podido ser demostrada como estadísticamente significativa, por lo que la hipótesis ha sido rechazada. La revisión del estado de la cuestión no ha identificado investigaciones que hayan estudiado este particular, por lo que no pueden establecerse comparaciones con otros autores para los resultados de esta hipótesis.

**La hipótesis 3.16** postulaba que las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino serían las únicas en portada con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino. Aunque, en términos relativos, los deportistas de sexo masculino aparecían en fotografías únicas en portada en casi el doble de ocasiones que las deportistas de sexo femenino, la hipótesis se ha visto rechazada, pues esta circunstancia no se ha demostrado, aunque por poco, estadísticamente significativa.

Por su parte, **la hipótesis 3.17** postulaba que, en las fotografías únicas en contraportada del suplemento *Juegos Deportivos*, los deportistas de sexo masculino aparecerían retratados con mayor frecuencia relativa que las deportistas de sexo femenino. Los análisis han permitido rechazar esta hipótesis, constatando ampliamente la independencia de la asignación de las fotografías únicas en contraportada en función del género.

**La hipótesis 3.18** postulaba que las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino estarían dispuestas a doble página con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a deportistas de sexo femenino. Los análisis han permitido constatar que, en la población considerada, la única fotografía de estas características

representaba a deportistas de sexo masculino. Sin embargo, la hipótesis, al no demostrarse esta circunstancia como estadísticamente significativa, se ha rechazado.

**La hipótesis 3.19**, que postulaba que, en el suplemento *Juegos Deportivos*, las fotografías dedicadas a deportistas de sexo masculino serían únicas y dispuestas a doble página con una mayor frecuencia relativa que las fotografías dedicadas a las deportistas de sexo femenino, también ha sido rechazada. Esto ha sido así porque el análisis de contenido efectuado no ha identificado ninguna fotografía que cumpliera con estas características.

Los resultados de las pruebas de las hipótesis 3.15 a 3.19 no pueden ser comparados con los hallazgos de otros autores, pues la revisión del estado de la cuestión no ha identificado investigación alguna que haya estudiado indicadores tan particulares en función del género (fotografías en páginas impares, fotografías únicas en portada, fotografías únicas en contraportada, fotografías a doble página y fotografías únicas a doble página en función del género).

Las hipótesis hasta ahora discutidas se centraban en constatar las diferencias en la selección y jerarquización de la información en función del género en el suplemento *Juegos Deportivos*, independientemente de las especialidades deportivas sobre las que se informara. Para terminar, las hipótesis que restan por discutir, 4 y 5, enfocan sin embargo específicamente al fútbol, por ser esta una disciplina paradigmática en el ámbito deportivo de la hegemonía patriarcal de la se encuentra imbuido todo el sistema sociocultural. Sirva de ejemplo para ilustrar esto que, en la Comunidad Autónoma de La Rioja, de los 181 equipos de fútbol de todas las categorías y competiciones en la que deportistas de ambos sexos juegan segregados en la actualidad (en categorías inferiores pueden darse equipos mixtos), solo 8, es decir, el 4,42%, son femeninos (Federación Riojana de Fútbol).

**La hipótesis 4** postulaba que el fútbol sería el deporte que recibiría mayor cobertura informativa por parte de la publicación. Esta hipótesis se ponía a prueba a través de otras dos: la 4.1 y la 4.2.

**La hipótesis 4.1** postulaba que el fútbol sería el deporte al que *Juegos Deportivos* dedicaría más *unidades informativas*. Para el conjunto total de *unidades informativas* analizadas la hipótesis ha sido confirmada, resultando el fútbol, con una amplia diferencia sobre los demás, el deporte al que más *unidades informativas* dedica la publicación. Si nos constreñimos al subconjunto de *unidades informativas* formado por noticias y artículos la hipótesis sin embargo se ha visto rechazada. Si bien el fútbol, en este subconjunto, también presenta un número de casos superior al esperado, no es el deporte al que se dedican más *unidades informativas*, sino el segundo (al atletismo presenta mayor número de casos).

**La hipótesis 4.2** postulaba que el suplemento estudiado dedicaría más fotografías al fútbol que al resto de especialidades deportivas. Los análisis efectuados han permitido confirmar esta hipótesis, resultando el fútbol, con mucha diferencia, la especialidad deportiva más retratada.

**La hipótesis 5**, por su parte, postulaba que el fútbol, en las informaciones del suplemento, se encontraría más representado de lo que le correspondería en proporción al número de participaciones en esta especialidad deportiva en los Juegos Deportivos de La Rioja. A su vez esta hipótesis se ponía a prueba a través de otras dos: 5.1 y 5.2.

**La hipótesis 5.1** postulaba que la proporción de *unidades informativas* dedicadas al fútbol sería superior a la proporción de participaciones en este deporte. Esta hipótesis, para el conjunto total de *unidades informativas*, se ha confirmado, resultando el porcentaje de representaciones en el suplemento casi el doble que el porcentaje de participaciones en el evento deportivo. Al considerar únicamente las noticias y artículos la hipótesis sin embargo se ha rechazado, pues, en este grupo de *unidades informativas*, el porcentaje de representaciones del fútbol se ha constatado inferior al porcentaje de participaciones en los Juegos Deportivos.

**La hipótesis 5.2** postulaba que la proporción de fotografías dedicadas al fútbol en el suplemento *Juegos Deportivos* sería superior a la proporción de participaciones en este deporte en el evento Juegos Deportivos de La Rioja. Los análisis han permitido confirmar la hipótesis, resultando significativamente superior el porcentaje de fotografías que retratan al fútbol al porcentaje de participaciones en el evento deportivo.

La revisión del estado de la cuestión ha permitido identificar diferentes investigaciones que, en el campo de las representaciones mediáticas, estudiaron eventuales relaciones entre especialidades deportivas y género (Bishop, 2003; Hardin et al., 2005; Lynn et al., 2004; Weber & Carini, 2013). Estas investigaciones, en líneas generales, trataban de determinar si los deportistas de cada sexo aparecían representados con más frecuencia ligados a disciplinas deportivas que, desde una perspectiva estereotipada de género, se identifican con los modelos normativos de masculinidad y feminidad tradicionales. Aunque algunas de ellas utilizaron una metodología cuantitativa para estudiar las representaciones según el tipo y/o categoría de deporte en función del género, ninguna identificó el fútbol como disciplina diferenciada, por lo que no pueden establecerse comparaciones entre sus resultados y los de la presente investigación.

Para terminar este apartado, facilitando su resumen y comprensión, se incluye la Tabla 185. En ella se sintetiza la discusión de resultados, que se ha establecido entre los hallazgos de la presente investigación y los de otras interesadas en el mismo campo de

estudio, para aquellos indicadores sobre los que han podido efectuarse comparaciones.

Tabla 185. Resumen de discusión de resultados. Contraste de hallazgos sobre discriminación femenina, en indicadores y unidades de análisis comparables (noticias y artículos), con investigaciones sobre la representación diferencial en función del género de la información deportiva en prensa

Indicador para el estudio diferencial en las representaciones de género	Investigaciones que <u>constatan discriminación femenina</u> <sup>67</sup>	Investigaciones que <u>No constatan discriminación femenina</u>
Número de artículos dedicados a cada sexo en términos absolutos	Bishop (2003); Capranica et al. (2005); Crossman et al. (2007); King (2007); Pedersen (2002); Pedersen et al. (2003); Serra y Burnett (2007); Wann et al. (1998) <b>Presente investigación</b>	MacKay y Dallaire (2009); Vincent (2004)
Número de páginas promedio en los artículos dedicados a cada sexo	Bishop (2003)	<b>Presente investigación</b>
Superficie promedio de los artículos dedicados a cada sexo	Capranica et al. (2005); Pedersen (2002); Serra y Burnett (2007)	Crossman et al. (2007) <b>Presente investigación</b>
Número de títulos dedicados a sexo en términos absolutos	Alexander (1994); Crolley y Teso (2007); King (2007)	<b>Presente investigación</b>
Número de subtítulos dedicados a sexo en términos absolutos	Crolley y Teso (2007)	<b>Presente investigación</b>

<sup>67</sup> En la presente investigación esta constatación requiere de la confirmación estadísticamente significativa de la respectiva prueba de hipótesis; no se hace referencia por tanto a una constatación meramente descriptiva. En relación a esto puede ser conveniente consultar la Tabla 184 (página 303). En relación a los trabajos de otros investigadores, en el caso de que consideren varios subgrupos en sus estudios (relacionales, longitudinales, etc.), se observa para la elaboración de esta tablas el conjunto total de datos recogidos.

Indicador para el estudio diferencial en las representaciones de género	Investigaciones que constatan discriminación <u>femenina</u> <sup>67</sup>	Investigaciones que <u>No constatan discriminación</u> <u>femenina</u>
Número de textos dedicados a cada sexo en términos absolutos <sup>68</sup>	Alexander (1994); Bishop (2003); Capranica et al. (2005); Crossman et al. (2007); Pedersen (2002); Pedersen et al. (2003); Serra y Burnett (2007); Wann et al. (1998) <b>Presente investigación</b>	MacKay Dallaire (2009); Vincent (2004)
Número de fotografías dedicados a cada sexo en términos absolutos	Alexander (1994); Capranica et al. (2005); Crossman et al. (2007); King (2007); Pedersen y Whisenant (2002); Pedersen et al. (2003); Serra y Burnett (2007); Vincent (2004); Wann et al. (1998); Weber y Carini (2013) <b>Presente investigación</b>	MacKay y Dallaire (2009)
Superficie promedio de las fotografías dedicadas a cada sexo	Galily et al. (2011); Serra y Burnett (2007); Vincent (2004) <b>Presente investigación</b>	Capranica et al. (2005)
Número de artículos dedicados a cada sexo en términos relativos (ajuste entre <i>input</i> - medio real- y <i>output</i> - representación mediática-)	Wann et al. (1998)	Capranica et al. (2005); MacKay y Dallaire (2009); Vincent (2004); Wann et al. (1998) <b>Presente investigación</b>
Número de títulos dedicados a cada sexo en términos relativos (ajuste entre <i>input</i> - medio real- y <i>output</i> - representación mediática-)	Alexander (1994)	<b>Presente investigación</b>

<sup>68</sup> En la presente investigación se considera que un texto está dedicado a un sexo en dos circunstancias: en el conjunto total del texto solo es citado ese sexo (criterio considerado por el resto de investigadores); en el conjunto total del texto son citados ambos sexos, pero ese sexo es citado en un elemento de texto jerárquicamente superior (criterio únicamente empleado en esta investigación). El procedimiento para determinar la jerarquía en los elementos de texto del suplemento *Juegos Deportivos* se detalla en el apartado 2.3.5.

Indicador para el estudio diferencial en las representaciones de género	Investigaciones que constatan discriminación femenina <sup>67</sup>	Investigaciones que No constatan discriminación femenina
Número de textos dedicados a cada sexo en términos relativos (ajuste entre <i>input</i> - medio real- y <i>output</i> - representación mediática-)	Alexander (1994); Wann et al. (1998)	Capranica et al. (2005); Capranica et al. (2005); MacKay y Dallaire (2009); Wann et al. (1998) <b>Presente investigación</b>
Número de fotografías dedicadas a cada sexo en términos relativos (ajuste entre <i>input</i> -medio real- y <i>output</i> -representación mediática-)	Alexander (1994); Wann et al. (1998)	(Capranica et al. (2005); Capranica et al. (2005); MacKay y Dallaire (2009); Wann et al. (1998) <b>Presente investigación</b>
Número de artículos en portada dedicados a cada sexo en términos relativos	Crossman et al. (2007); MacKay y Dallaire (2009); Serra y Burnett (2007); Vincent (2004) <b>Presente investigación</b>	Capranica et al. (2005)
Número de artículos en contraportada dedicados a cada sexo en términos relativos	Crossman et al. (2007); King (2007); Serra y Burnett (2007)	<b>Presente investigación</b>
Número de artículos dedicados a cada sexo en términos relativos en posiciones prominentes dentro de las páginas <sup>69</sup>	Crolley y Teso (2007) <sup>70</sup> <b>Presente investigación</b>	
Número de fotografías presente en los artículos dedicados a cada sexo	Galily et al. (2011)	<b>Presente investigación</b>
Sexo de la primera persona citada en los textos de los artículos que citan a personas de ambos sexos	Crolley y Teso (2007)	<b>Presente investigación</b>

<sup>69</sup> En la presente investigación, como lugares prominentes en el seno de las páginas, se han tenido en consideración tanto el cuadrante superior izquierdo de la página como la mitad superior de esta. En ambos indicadores se ha constatado discriminación en la representación mediática de las deportistas de sexo femenino.

<sup>70</sup> Ver nota al pie 66.

Indicador para el estudio diferencial en las representaciones de género	Investigaciones que <u>constatan discriminación femenina</u> <sup>67</sup>	Investigaciones que <u>No constatan discriminación femenina</u>
Número de fotografías dedicadas a cada sexo en portada en términos relativos	Crossman et al. (2007); MacKay y Dallaire (2009); Serra y Burnett (2007); Vincent (2004)	<b>Presente investigación</b>
Número de fotografías dedicadas a cada sexo en contraportada en términos relativos	Crossman et al. (2007); King (2007); Serra y Burnett (2007)	<b>Presente investigación</b>



### 4.2 Conclusiones

La mujer en Occidente, a pesar de haber accedido en el plano formal a la igualdad respecto al hombre, todavía es objeto de discriminación social. La investigación académica demuestra que esta discriminación no solo es reflejada en los medios, sino que se ve magnificada, pues estos la infrarrepresentan en relación a su contribución social y la muestran de un modo estereotipado, alineado con modelos de masculinidad patriarcal que la relegan.

La discriminación de la mujer en las representaciones mediáticas constituye una injusticia social. El mayor problema de este tipo de representaciones, no obstante, se deriva del papel que los medios de comunicación detentan como agentes socializadores. Los medios, en su particular retrato/recreación de la realidad, al incluir unas parcelas de esta en detrimento de otras y proporcionar a los receptores marcos para su interpretación, ejercen una enorme influencia, que, a la postre, condiciona sus conductas y por lo tanto la propia realidad en sí.

La investigación académica centrada en el estudio de las representaciones mediáticas de género se justifica por lo tanto como un primer paso para promover mensajes más equitativos y, en última instancia, sociedades más equitativas, desde esta perspectiva.

La pertinencia del estudio de estas representaciones, sin embargo, no supone que este deba llevarse a cabo en cualesquiera condiciones. A este respecto es necesario advertir sobre la proliferación de trabajos meramente descriptivos que, en el anhelo de alinearse con lo considerado políticamente correcto, extralimitan sus hallazgos para exigir una mayor justicia de género, contribuyendo paradójicamente con su limitada credibilidad científica a relativizar esta causa.

Se erige por lo tanto como necesario el análisis de las representaciones mediáticas desde estudios que, además de aplicar con rigor metodologías estadísticas inferenciales adecuadas, contemplen los contextos mediáticos estudiados de manera holística. Las representaciones mediáticas no deben así ser contempladas de manera aislada, sino inscritas en el marco de la realidad de referencia que pretenden retratar, y considerando los procesos de producción mediática que han culminado en su formulación. En otras palabras y en relación específica al género: no debe comprobarse si mujeres y hombres son representados mediáticamente en mayor o menor medida o de manera diferente, sino si estas representaciones se ajustan o no a la realidad que reflejan; una vez comprobada la existencia de una brecha de género, deberá procederse a indagar cuáles son sus causas y cómo pueden subsanarse.

A lo largo de este documento se ha podido comprobar que las representaciones mediáticas de género del ámbito deportivo en los medios impresos también han sido objeto de estudio. También aquí se ha constatado tanto la infrarrepresentación de la

mujer como su presentación estereotipada, que adopta características propias, impregnadas de los valores de un modelo deportivo de carácter androcéntrico y patriarcal.

El presente trabajo ha pretendido realizar su pequeña contribución este campo científico, estudiando en términos cuantitativos las representaciones mediáticas de un suplemento deportivo focalizado en el deporte infantil y juvenil, parcela esta todavía inexplorada.

La presente investigación ha perseguido como objetivo comprobar si las informaciones del suplemento *Juegos Deportivos* manifiestan equidad en las representaciones de género en términos cuantitativos. Este objetivo se ha abordado a través de la prueba de un amplio conjunto de hipótesis relacionadas con los procesos de *selección* y *jerarquización* de la información del suplemento. Para el análisis de esta información se han utilizado como unidades de análisis las *unidades informativas* y las *fotografías*.

En lo concerniente a la prueba de hipótesis que atañen a las *unidades informativas*, los análisis se han efectuado tanto sobre el conjunto total de ellas como sobre el subconjunto compuesto por las noticias y los artículos. Si bien las pruebas de hipótesis sobre el conjunto total de los datos podrían considerarse más exhaustivas, las efectuadas exclusivamente sobre los datos de noticias y artículos, para el propósito de la investigación, resultan las más pertinentes.

Si nos remitimos a las noticias y artículos exclusivamente, los resultados de las pruebas de hipótesis han demostrado, en relación a la *selección* de la información (“cuánto” se representa a los deportistas de cada sexo), la existencia de un número mayor de noticias/artículos, antetítulos, destacados, textos en su conjunto, fotografías y fotografías principales dedicadas a deportistas de sexo masculino. Estos resultados, cuando aluden a indicadores comparables, concuerdan en líneas generales con los de otros investigadores para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos.

A pesar de lo anterior, los análisis muestran que existe un buen ajuste entre la proporción de noticias/artículos, antetítulos, destacados, textos, fotografías y fotografías principales dedicadas a deportistas de ambos sexos y sus respectivas tasas de participaciones en los Juegos Deportivos de La Rioja. Estos resultados, cuando aluden a indicadores comparables, concuerdan en líneas generales con los de otros investigadores para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos.

Por el contrario, no ha podido demostrarse, ni en términos absolutos ni en proporción a la tasa de participaciones, mayor representación masculina ni en el número de títulos ni en el de subtítulos. Estos resultados difieren de los alcanzados por otros autores para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos.

Considerando también exclusivamente las noticias y artículos, los análisis han podido demostrar también que la superficie promedio de las fotografías y fotografías principales dedicadas a los deportistas de sexo masculino eran superiores que las dedicadas a las deportistas de sexo femenino. Los resultados encontrados para la superficie de las fotografías, único de los dos indicadores anteriores estudiado por otros investigadores, se alinea con los hallazgos encontrados por la mayoría de estos.

Por el contrario, no ha podido demostrarse con significación estadística que el número de páginas ni la superficie promedio de las noticias/artículos dedicadas a los deportistas de sexo masculino sean superiores a las que se dedican a las deportistas de sexo femenino. Estos hallazgos contrastan con los de la mayor parte de investigadores, que sí constataron, en sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos, discriminación femenina en estos indicadores.

En relación al subproceso de *jerarquización* de la información (“dónde” se representa a los deportistas de cada sexo), los análisis han permitido demostrar que existe una superior asignación relativa a las noticias/artículos dedicados a los deportistas de sexo masculino de portadas y portadas completas, páginas completas, cuadrantes superiores izquierdos y mitades superiores de las páginas. Estos hallazgos se alinean con los obtenidos por la mayor parte de investigadores para estos indicadores o indicadores equivalentes.

En contraste, se ha demostrado que las noticias/artículos dedicados a los deportistas de sexo masculino no se ubican con mayor frecuencia en las páginas impares que los dedicados a las deportistas de sexo femenino.

Por otra parte, los análisis muestran que las noticias/artículos dedicados a deportistas de sexo masculino, en términos relativos, ocupan más contraportadas y contraportadas completas, dobles páginas y dobles páginas completas. También muestran que las noticias/artículos dedicados a deportistas de sexo masculino contienen un promedio superior de fotografías. Además, para aquellas noticias/artículos que citan a deportistas de ambos sexos, los deportistas de sexo masculino son citados con mayor frecuencia en elementos de texto jerárquicamente superiores. Sin embargo todas las anteriores circunstancias no han podido ser demostradas con la significación estadística requerida para la confirmación de las hipótesis. Al exigirse significación estadística para la constatación de las hipótesis, las centradas en los indicadores anteriores han sido rechazadas. El rechazo de estas hipótesis supone hallazgos que contrastan con los de otras investigaciones que, en sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos, han estudiado también estos indicadores, y que sí han podido constatar en ellos una discriminación femenina en la jerarquización de las representaciones mediáticas. No obstante no haber sido constatados con significación estadística, la persistencia en la preeminencia de los

deportistas masculinos en tan amplio conjunto de indicadores de jerarquización de la información, podría ser indiciaria de discriminación de las deportistas de sexo femenino en las representaciones del suplemento *Juegos Deportivos*.

Similar circunstancia acontece con las fotografías, pues los análisis han constatado, aunque de modo no significativo, que cuando retratan a deportistas de sexo masculino ocupan con mayor frecuencia relativa portadas, contraportadas y páginas impares. También son con una mayor frecuencia relativa las fotografías únicas en las portadas, no pudiendo sin embargo tampoco demostrarse esta circunstancia como estadísticamente significativa. Una vez más, al exigirse en esta investigación significación estadística para la constatación de hipótesis, las centradas en estos indicadores se han visto rechazadas. Así, los resultados del presente estudio contrastan con los de otros que, para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos, han constatado un mayor frecuencia relativa de las fotografías dedicadas a los deportistas de sexo masculino en las portadas y contraportadas.

A pesar de lo anterior, de nuevo, los resultados de los análisis efectuados en esta investigación, en relación a la jerarquización fotográfica en función del género en el suplemento *Juegos Deportivos*, aun no siendo estadísticamente significativos, pueden resultar indiciarios de discriminación en las representaciones femeninas.

En lo que concierne al fútbol, como disciplina paradigmática del predominio patriarcal masculino en el ámbito deportivo, contrariamente a lo conjeturado, las pruebas de hipótesis ha demostrado que no es el deporte más representado en las noticias/artículos. Por el contrario y en consonancia con lo previsto sí ha resultado el más representado en las fotografías.

La comparación de la representación mediática del fútbol con su correspondiente tasa de participaciones en los Juegos Deportivos arroja resultados dispares para noticias/artículos y fotografías. Así, este deporte, en relación a este factor de comparación, no se encuentra sobrerrepresentado en el suplemento estudiado en cuanto al número de noticias/artículos. No ocurre lo mismo en lo que a cobertura fotográfica se refiere, pues en ella el fútbol se encuentra, de forma estadísticamente significativa, sobrerrepresentado en el suplemento en relación al número de participaciones.

Los análisis efectuados sobre las noticias y artículos del suplemento *Juegos Deportivos* permiten concluir que esta publicación, en lo que a la *selección* de la información se refiere, realiza una representación equitativa en términos de género. Así, aunque los deportistas de sexo masculino se encuentran más representados que los de sexo femenino, sus respectivas representaciones manifiestan un sorprendente buen ajuste con las respectivas tasas de participaciones de los deportistas de ambos sexos en el evento sobre el que se informa.

La equidad en términos de género presente en la *selección* de la información, sin embargo, no alcanza de igual modo a los procesos de *jerarquización* de la información.

Así, el análisis de ciertos indicadores (número relativo de artículos en portada y a los que se dedica portada completa, número relativo de artículos a página completa, número relativo de artículos en posiciones preeminentes en el seno de las páginas - cuadrante superior-izquierdo y mitades superiores-) ha establecido de modo significativo la preeminencia de aquellos artículos/noticias centrados en deportistas de sexo masculino.

Asimismo, y aunque no hayan podido ser confirmados como estadísticamente significativos, la práctica totalidad de los restantes indicadores analizados muestran también una preeminencia en la jerarquización de la información (noticias/artículos y fotografías) dedicada a deportistas de sexo masculino, lo que puede constituir un indicio de discriminación femenina en la representación mediática.

No obstante lo anterior, estas diferencias en la jerarquización de la información dedicada respectivamente a los deportistas de cada sexo, no son tan acusadas como las constatadas por otros autores para sus respectivos ámbitos periodístico-deportivos.

Por último, el fútbol, disciplina deportiva identificada con los varones por los modelos de masculinidad/feminidad más tradicionales desde un punto de vista de género, ni es la más representada en las noticias/artículos del suplemento ni se encuentra sobrerrepresentada en estos elementos en función del número de participaciones del evento deportivo sobre el que se informa. Sin embargo, en lo que toca a la cobertura fotográfica, sí es con diferencia el deporte más retratado, siendo esta cobertura además superior a la que le correspondería en términos de participaciones en los Juegos Deportivos de La Rioja.

La consideración del conjunto total de las *unidades informativas* para la prueba de hipótesis (fotonoticias y tablas informativas y de resultados-clasificación, además de las noticias y artículos), produce cambios en los resultados. Así, por una parte, aumenta el número de indicadores relativos a *selección* de la información que muestran una superior representación de los deportistas masculinos.

Este aumento de la representación masculina implica la ruptura del equilibrio que existía, para las noticias y artículos exclusivamente, entre la participación deportiva real y la representación mediática en el suplemento de los deportistas de sexo masculino. Así, para el conjunto total de las *unidades informativas* los deportistas de sexo masculino aparecen sobrerrepresentados en las informaciones del suplemento en relación a su porcentaje de participaciones en los Juegos Deportivos de La Rioja.

En lo tocante a la *jerarquización* de la información, la inclusión en los análisis del conjunto total de *unidades informativas* estudiadas produce, en contraste con lo que

sucedía para la *selección*, una disminución del número de indicadores que apuntan hacia una discriminación femenina.

Por último, la consideración del conjunto total de las *unidades informativas* en los análisis supone que el fútbol pase a ser el deporte más representado, además de en las *fotografías*, también en las *unidades informativas*. La representación en ambos tipos de unidades de análisis es superior a la que le correspondería en función del porcentaje de participaciones reales en este deporte en los Juegos Deportivos de La Rioja.

No obstante lo anterior, ante la discrepancia de resultados en función de si se considera el conjunto total de los datos o exclusivamente el correspondiente a noticias y artículos, debe repetirse que son los referidos a estos últimos los más significativos a la hora de caracterizar las informaciones del suplemento *Juegos Deportivos* en función del género.

Podría así concluirse que el suplemento *Juegos Deportivos*, en sus representaciones mediáticas, no discrimina cuantitativamente a las deportistas de sexo femenino en lo tocante a la *selección* de la información, mientras que por el contrario sí muestra ciertos rasgos discriminatorios hacia ellas en lo que concierne a la *jerarquización* de la información efectivamente incluida. Ello, desde una perspectiva cuantitativa global, hace a *Juegos Deportivos* más equitativa que muchas otras publicaciones investigadas por otros autores en parecidos términos. Esto no puede sin embargo servir de excusa para eludir la mejora en aquellos indicadores donde se ha constatado discriminación hacia las jóvenes deportistas. Más bien, la propia naturaleza de *Juegos Deportivos*, y su potencial en este ámbito, debería servir de acicate para mejorar el suplemento.

*Juegos Deportivos*, publicación sin equivalente en el entorno nacional, al situar a los jóvenes deportistas como protagonistas, puede considerarse un referente de enorme potencial positivo para la promoción del ocio físico-deportivo en estas edades, en las que se establecen muchos de los hábitos y se fijan los sistemas de valores que acompañan a los individuos a lo largo de toda su vida. A esto, que por sí solo ya es mucho, podría añadirse la virtud de incentivar en los jóvenes riojanos una conciencia de género socialmente responsable, que supere los estereotipos de género dominantes en el sistema deportivo y les permitan acceder a una práctica físico-deportiva constructiva y satisfactoria, acorde solo con sus intereses y no delimitada por constreñimientos sociales patriarcales.

Se dice que el código patriarcal, forma social que todavía impregna fuertemente nuestra cultura, puede resumirse en dos premisas básicas: que los hombres dominan a las mujeres y que los hombres viejos dominan a los jóvenes. *Juegos Deportivos*, por sus propias características definitorias, automáticamente desafía la segunda de ellas. Ello

confiere a esta publicación, ya de partida, una clara ventaja para constituirse un referente en la promoción de la igualdad de género.

El propio Responsable de *Juegos Deportivos*, aparte de las motivaciones económicas, aludía como uno de los imponderables para justificar la existencia del suplemento la formación de hábitos de lectura de prensa entre los jóvenes. En este sentido, el poder proporcionar a estas audiencias, cuyas estructuras cognitivas y marcos de interpretación de la realidad todavía se encuentran en construcción, una publicación con representaciones de género equitativas puede suponer un enorme paso para la promoción de la igualdad de género, no ya solo en el presente, sino también en el futuro.

Sin embargo, a pesar de lo anterior, no podemos olvidar que, tal y como la investigación científica ha demostrado, la inmensa mayoría de la producciones mediáticas, incluida la prensa deportiva, realizan representaciones distorsionadas de la realidad en lo tocante al género, infrarrepresentando el papel y contribución de la mujer en el sistema social y/o presentándola de forma estereotipada, en consonancia con modelos normativos patriarcales. Y desafortunadamente, en breve, este sombrío panorama no parece que vaya a cambiar.

En este sentido, la adecuada alfabetización mediática de las audiencias parece fundamental. No debemos olvidar que, en el proceso de la comunicación mediática, las audiencias no siempre se limitan a actuar como receptores pasivos de los mensajes recibidos, sino que tienen cierta agencia sobre ellos. Esta agencia incluye la capacidad de sustraerse a los mismos o de exponerse a ellos en actitud de alerta, comparándolos con su conocimiento directo de las realidades representadas, e incluso oponiéndose activamente a sus transmisiones, anulándolas o reduciendo su impacto.

Así, la educación de lectores críticos, duchos en la específica semiótica periodística y capaces a la vez de comprender la compleja realidad del género, promovería la demanda de representaciones mediáticas más responsables y equitativas sobre esta realidad. Esta demanda afectaría también a las representaciones sobre el ámbito deportivo, donde, tal y como ha puesto de manifiesto este trabajo, se producen sangrantes diferencias entre los géneros.

En vista de lo anterior, el papel de la escuela y los educadores se desvela por lo tanto como fundamental, no ya solo para formar lectores críticos autónomos, sino también como poderosos polos de influencia social. Como tales, escuela y educadores deberían ser capaces de analizar e interpretar las producciones mediáticas bajo el enfoque de la justicia de género, detectando sus posibles distorsiones y alertando sobre ellas a amplios conjuntos de población que por sus características pueden ser particularmente susceptibles a la influencia mediática.

Podría concluirse que la exigencia por parte de las audiencias de representaciones mediáticas de género más igualitarias progresivamente condicionaría su oferta por parte de las organizaciones que las producen. En lo concerniente al ámbito deportivo, una mayor y más ajustada representación del deporte femenino por parte de los medios no solo recuperaría a las mujeres como audiencia, sino que contribuiría también a fomentar la implicación de estas en él.

La mayor práctica físico-deportiva femenina y los logros socialmente reconocidos asociados a ella, a su vez, favorecerían su representación mediática en este ámbito. Se cerraría así un círculo virtuoso en el que los medios, agentes sociales de primer orden, contribuirían a extender los beneficios de esta actividad al colectivo de la mujeres, ámbito del que, por motivaciones estrechamente ligadas a modelos de feminidad patriarcales, se encuentran muchas veces relegadas o directamente excluidas.



Tabla 186. Equidad cuantitativa en las representaciones de género de las noticias y artículos del suplemento *Juegos Deportivos*. Resumen

**Equidad cuantitativa en las representaciones de género de las noticias y artículos del suplemento *Juegos Deportivos*. Resumen**

- El número de noticias y artículos dedicados a los deportistas de sexo masculino, así como el número de la mayoría de elementos informativos en ellos incluidos, es significativamente mayor en términos absolutos que el dedicado a las deportistas de sexo femenino.
- No obstante lo anterior existe un buen ajuste entre el número de noticias y artículos dedicadas a deportistas de sexo masculino y femenino y sus respectivos porcentajes de participación en los Juegos Deportivos de La Rioja, evento sobre el que se informa. Otro tanto acontece con aquellos elementos informativos dentro de las noticias y artículos que en términos absolutos representaban más a los deportistas de sexo masculino que a las deportistas de sexo femenino.
- La superficie de las fotografías, principales o no, dedicadas a deportistas de sexo masculino es significativamente superior a la de las dedicadas a deportistas de sexo femenino.
- Por el contrario, no ha podido demostrarse con significación estadística que el número de páginas ni la superficie promedio de las noticias/artículos dedicadas a los deportistas de sexo masculino sean superiores a las que se dedican a las deportistas de sexo femenino.
- Exceptuando las páginas impares, las noticias y artículos dedicados a deportistas de sexo masculino siempre ocupan ubicaciones periodísticamente destacadas con mayor frecuencia relativa que las noticias y artículos dedicados a deportistas de sexo femenino. Además, muchas de estas diferencias se han demostrado estadísticamente significativas.
- El fútbol, contrariamente a lo conjeturado, no es el deporte más representado en las noticias y artículos del suplemento, aunque sí lo es en las *fotografías*. En relación al número de participaciones en este deporte en los Juegos Deportivos de La Rioja, el fútbol no se encuentra sobrerrepresentado en número de noticias y artículos, pero sí en número de *fotografías*.
- Puede concluirse que, en las representaciones de género de noticias y artículos, la publicación *Juegos Deportivos* cuantitativamente es equitativa en términos de *selección* de la información, pero no así en términos de *jerarquización*, pues se evidencia discriminación de las deportistas de sexo femenino en diferentes indicadores que atañen a este concepto.

### 4.3 Prospectiva

La introducción del presente trabajo ha permitido constatar que el estudio de las representaciones de género en el ámbito de la información deportiva en prensa es un campo de estudio todavía en desarrollo. Desde la presente investigación, que vendría a realizar una nueva aportación en este campo, pueden plantearse nuevos horizontes de investigación, unos complementarios e inmediatamente adyacentes a su foco específico de interés y otros aplicados a otros más ambiciosos.

Como no puede ser de otro modo, la prospectiva del presente trabajo viene condicionada por sus propias características. Así, la presente investigación, tomando como referente la Teoría del Establecimiento de la Agenda o *Agenda Setting*, en términos de *selección* y *jerarquización* de la información, ha examinado cuantitativamente la equidad de las representaciones mediáticas de género en una temporada del suplemento *Juegos Deportivos*, una publicación centrada en el deporte infantil y juvenil riojano. Mientras que la *selección* de la información aludiría a “cuánto” en general son respectivamente representados mujeres y hombres, la *jerarquización* observaría con qué frecuencia relativa unas y otros son representados en ubicaciones/disposiciones periodísticamente relevantes, es decir, “dónde” son representados.

La revisión del estado de la cuestión ha permitido constatar que la mayor parte de investigaciones, además de estudiar la *selección* y *jerarquización* de la información, que constituirían los dos subprocesos del *primer nivel* de la *Agenda Setting*, también se han interesado por el *tratamiento* de esta información, subproceso que constituiría el *segundo nivel* de esta teoría. El estudio del *tratamiento* de la información, enfocado a las representaciones de género, se interesa por constatar las diferencias sobre “cómo” son respectivamente representados mediáticamente mujeres y hombres (*framing*). La investigación sobre el *tratamiento* de la información en este ámbito se sustenta bien en la identificación y desenmascaramiento de los estereotipos de género y los discursos de género de ellos derivados directamente, cuya detección se aborda fundamentalmente mediante técnicas de análisis crítico del discurso, o bien a través de indicadores definidos, también derivados de ellos, cuya identificación y cuantificación se sustenta en técnicas de análisis de contenido.

Lo anteriormente expuesto daría pistas sobre el avance más natural e inmediato de la presente investigación, sin el cual en cierta manera podría considerarse incompleta. El análisis de contenido efectuado sobre el *output* para la prueba de las hipótesis planteadas, centradas en la *selección* y *jerarquización*, requirió de la pormenorizada lectura y reflexión sobre la información que lo componía. Durante esta lectura no se apreciaron rasgos evidentes de discriminación en el *tratamiento* de la información,

pero dado que la detección de los mismos, de no ser abordada sistemáticamente, puede con facilidad pasar desapercibida, en este trabajo se no ha aventurado conclusión alguna sobre este particular.

Para lograr la plenitud de análisis del foco principal de estudio de la presente investigación se haría necesario por tanto llevar a cabo también un estudio de la información que lo compone desde la perspectiva de su *tratamiento*. El análisis del *tratamiento* de la información, para estar en consonancia con la metodología adoptada para el estudio de su *selección y jerarquización*, debería abordarse también a través de la técnica de análisis de contenido. Esta investigación (apartado 1.6.1) ha identificado los indicadores que otros autores ya han utilizado para llevar a cabo este análisis, por lo que la definición operativa de las nuevas variables críticas requeridas para el análisis podría llevarse a cabo sin grandes dificultades. Este avance sobre la presente investigación podría poner de manifiesto así, de existir, eventuales representaciones mediáticas estereotipadas latentes en el suplemento, pudiéndose de este modo formular nuevas recomendaciones para mejorarlo.

Otra vía de avance sería la ampliación del estudio a una mayor población del foco de estudio, recabando datos de más temporadas de los Juegos Deportivos de La Rioja. Ello permitiría, en primer lugar, repetir las pruebas de hipótesis obteniendo así resultados de mayor potencia. Se podrían así descartar o constatar con más garantías ciertos hallazgos de esta investigación sobre indicadores referidos a la *jerarquización* de la información, que pueden ser indiciarios de discriminación femenina, aunque no han podido ser demostrados como estadísticamente significativos.

Esto permitiría, en segundo lugar, llevar a cabo un estudio longitudinal comparativo entre temporadas. Se podría así también comprobar el efecto que esta investigación, que ha incluido la colaboración activa y por lo tanto consciente del principal protagonista del proceso de elaboración del suplemento, ha podido tener sobre las representaciones mediáticas en función del género en la publicación. ¿Habría condicionado cambios en las representaciones de género del suplemento el hecho de que quienes lo elaboran se hayan sentido objeto de investigación? Dicho de otro modo, ¿desencadenó cambios en el *output* la investigación del *through-put*? ¿Han sido estos cambios constantes, o se han atenuado a lo largo del tiempo? En principio, el Responsable de la publicación descartó que los resultados de esta investigación pudieran condicionar cambios en la elaboración del suplemento en relación a lograr representaciones cuantitativamente más equilibradas entre los deportistas de ambos sexos, pues consideraba que eventuales diferencias no serían apreciadas por el público y que las rutinas de trabajo basadas en su propia experiencia profesional eran suficientes. Sería interesante por lo tanto comprobar si, de algún modo, la presente investigación condicionó una suerte de *efecto Hawthorne* sobre el Responsable del

suplemento, y en consecuencia también sobre el proceso de elaboración de este, mejorándose de este modo las representaciones mediáticas de la publicación en relación a la justicia de género.

En relación a la perspectiva inmediatamente adyacente no podemos olvidar que el estudio de las representaciones mediáticas de género en los medios, usualmente, solo constituye un paso previo para constatar situaciones de discriminación que pretenden cambiarse. Una vez constatado que el suplemento *Juegos Deportivos* es perfectible en lo tocante a las representaciones de género (fundamentalmente en la *jerarquización* de la información), lo más natural sería elaborar una serie de recomendaciones para mejorarlo. Para ello sería necesario profundizar en el estudio del *through-put*, que en la actual investigación solo ha sido considerado de modo secundario, para determinar cuáles son las posibles causas de las inequidades presentes en las representaciones cuantitativas de género del suplemento. Para ello, la información obtenida de la entrevista sostenida con el Responsable, que sería un buen punto de partida, debería ampliarse con la obtenida de otros agentes implicados en la elaboración del suplemento (fotógrafo, maquetadora, responsable de suplementos de *La Rioja*, etc.).

Puede considerarse que la presente investigación realiza un estudio muy exhaustivo, pero de un ámbito periodístico-deportivo muy restringido. Ello ha permitido un pormenorizado conocimiento del foco principal de estudio (*output*), el cual se ha apoyado en la consideración de otros dos secundarios (*input* y *through-put*). Este aspecto, unido a la relativa accesibilidad a los focos de estudio, ha permitido aumentar la precisión de los análisis facilitando la consecución del objetivo de la investigación con mayor precisión.

En lo concerniente a sus aportaciones teóricas, el ámbito periodístico-deportivo escogido para la presente investigación, por una parte, la pone en valor, pues la distingue y la sitúa en disposición de aportar conocimiento en una parte de este campo de investigación todavía inexplorado. Por otra, sin embargo, relativiza en gran medida sus hallazgos, pues afectan a un ámbito geográfico y a una población de receptores mediáticos muy limitada. En este sentido, debe destacarse que la revisión del estado de la cuestión, efectuado sobre publicaciones de alto impacto científico, ha constatado que todas las investigaciones estudiadas se centran en ámbitos periodísticos estatales/nacionales o internacionales. Asimismo, y respecto al ámbito deportivo, los eventos deportivos enfocados eran con frecuencia de ámbito internacional. Independientemente de que ello pueda responder a preferencias editoriales de las publicaciones, el relativamente reducido número de investigaciones que abordan este ámbito concreto parece indicar que se hace todavía necesario llevar a cabo un esfuerzo de acumulación científica en él.

En relación a lo anterior, la presente investigación ha concebido, desarrollado, y rigurosamente validado, una metodología de análisis específica para la información deportiva en prensa que permite, sobre los procesos de *selección y jerarquización* de esta, detectar con elevada sensibilidad diferencias cuantitativas en las representaciones de género. Que esta metodología haya sido aplicada sobre un ámbito restringido no es óbice para que también pueda ser aplicada a otros más amplios. Dado que la investigación de Crolley y Teso (2007) es la única relevante en este campo centrada en nuestro país, la aplicación de la metodología desarrollada para este trabajo en otro que contemplara como foco de estudio publicaciones nacionales españolas sería una posibilidad interesante. En lo concerniente al ámbito deportivo concreto analizado, los eventos internacionales y eventos olímpicos, en aras de establecer comparaciones con la literatura científica precedente, parecen los más indicados.

El análisis prospectivo centrado podría concluirse con una sugerencia de temas de investigación que se relacionan más tangencialmente con ella. La presente investigación, al interesarse por el género, se enmarca en un campo más bien sociológico, pero a la vez, al centrarse en las representaciones mediáticas de este, también es deudora de la disciplina de la teoría de la comunicación, de la que adopta planteamientos teóricos (*Agenda Setting*) y herramientas metodológicas (análisis de contenido). Según estos planteamientos teóricos se reconoce que los medios de comunicación pueden ejercer influencia sobre sus receptores, trasladando la *agenda mediática* a la *agenda pública* y fomentando entre las audiencias determinados marcos de interpretación de la realidad. Esta influencia mediática justificaría el análisis de los contenidos mediáticos para constatar discriminaciones en sus representaciones de género, pues se consideraría plausible que la exposición prolongada a estas, al menos bajo determinadas circunstancias, acabaría trasladándose al público. La relación de causalidad de la *agenda mediática* sobre la *agenda pública* ha sido profusamente estudiada en la teoría de la comunicación, pero fundamentalmente para el ámbito de la política (Igartua & Humanes, 2004). Sería muy interesante por lo tanto estudiar específicamente la influencia que los medios ejercen al informar sobre el ámbito deportivo, tanto en lo que concierne al traslado de la *agenda mediática* a la *agenda pública*, como en lo tocante a la promoción entre los receptores de determinados marcos de aprehensión y conceptualización de la realidad.

De forma aún más tangencial, esta investigación se relaciona con otras que estudian, desde la perspectiva de la psicología, los efectos de las representaciones mediáticas sobre las audiencias. Sería interesante estudiar los efectos que las representaciones mediáticas del ámbito físico-deportivo pueden ejercer sobre el autoconcepto y autoestima de los jóvenes, en especial en lo que atañe a la formación de la propia imagen corporal y el desarrollo de determinadas patologías con ella relacionadas

(desórdenes alimentarios -anorexia, bulimia...-, vigorexia, etc.). A pesar de que la presente investigación ha obviado deliberadamente este campo de estudio en la revisión de la literatura científica, por relacionarse con el *tratamiento* mediático de la información, más que con su *selección* o *jerarquización*, y por aludir solo en menor medida a la construcción de la identidad de género, no deja de ser de un profundo interés.

Por último, en relación a la prospectiva, resulta interesante apuntar la posibilidad de que, en un futuro, cuando el campo específico que aborda el presente trabajo alcance un desarrollo suficiente, puedan llevarse a cabo estudios de carácter metanalítico. Estos estudios permitirían establecer conocimientos más potentes y generalizables, pero necesariamente requerirían de una mayor uniformidad metodológica en la investigación. A este respecto, el apartado 1.6.2, que ha tratado de clasificar los distintos indicadores de estudio desde la perspectiva teórica uniformadora de la *Agenda Setting*, podría realizar su pequeña contribución.

Tabla 187. Prospectiva. Resumen

Prospectiva. Resumen
<p><b>Prospectiva adyacente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar el foco principal de estudio de la investigación, incluyendo el proceso del <i>tratamiento</i> de la información de <i>Juegos Deportivos</i> (segundo nivel de la Teoría del Establecimiento de la Agenda) desde una perspectiva de género.</li> <li>• Ampliar el período temporal de estudio de la publicación <i>Juegos Deportivos</i> a temporadas precedentes y posteriores a la estudiada, lo que posibilitaría: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Probar las hipótesis sobre un conjunto de datos más amplio, lo que incrementaría la significatividad de los resultados.</li> <li>○ Realizar un estudio longitudinal comparando los resultados obtenidos entre distintas temporadas.</li> <li>○ Comprobar si la investigación ha condicionado cambios en las representaciones mediáticas de género en el suplemento y eventualmente saber cuál ha sido la duración de este efecto.</li> </ul> </li> <li>• Aplicar la metodología desarrollada en focos de estudio (publicaciones) de ámbito nacional, preferentemente en períodos temporales relacionados con eventos deportivos de relevancia internacional, como los juegos olímpicos.</li> <li>• Profundizar en el estudio del <i>through-put</i> para determinar posibles causas de las inequidades cuantitativas de género constatadas en las informaciones de <i>Juegos Deportivos</i>. A partir de ahí: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Elaborar recomendaciones para promover la equidad de género cuantitativa en las informaciones del suplemento.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Prospectiva tangencial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiar la influencia de la <i>agencia mediática</i> sobre la <i>agenda pública</i> considerando específicamente el ámbito de las representaciones mediáticas deportivas de género.</li> <li>• Explorar los efectos que las representaciones mediáticas del ámbito físico-deportivo pueden tener sobre el autoconcepto y autoestima de los jóvenes, en especial en lo que atañe a la formación de la propia imagen corporal y el desarrollo de determinadas patologías con ella relacionadas (desórdenes alimentarios -anorexia, bulimia...-, vigorexia, etc.</li> </ul> <p><b>Prospectiva a largo plazo, dependiente de acumulación científica en el campo de estudio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar estudios metanalíticos sobre las representaciones mediáticas de género del ámbito físico-deportivo.</li> </ul>





---

# **5 REFERENCIAS**

---



## Referencias

- Abadía i Naudí, S. (2011). Deporte, ciudadanía y libertad: La transición en España y el deporte, 1975-1982. *Atletas y ciudadanos, historia social del deporte en España 1870-2010* (pp. 357-392). Madrid: Alianza Editorial y Consejo Superior de Deportes.
- AIMC. *Resumen general de resultados del EGM. Abril de 2013 a marzo de 2014*. Recuperado el 4/27/2014, de <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
- Alexander, S. (1994). Newspaper coverage of athletics as a function of gender. *Women's Studies International Forum*, 17(6), 655-662. Recuperado de la base de datos SCOPUS.
- Alvarado-Miquilena, M. (2012). Lectura crítica de medios: Una propuesta metodológica. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana De Comunicación y Educación*, XX(39), 101-108.
- Álvarez González, M. del R., Álvarez-Uría Rico, F., Alvira Martín, F., Aracil Rodríguez, E., Arranz Lozano, F., Arribas Marín, Á., Arroyo Menéndez, M. *SPSS 10. Guía para el análisis de datos*. Recuperado el 1/31/2014, de [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/socivmyt/paginas/D\\_departamento/materiales/datos\\_multivariante.htm](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/socivmyt/paginas/D_departamento/materiales/datos_multivariante.htm)
- Angelini, J. R., & Billings, A. C. (2010). An agenda that sets the frames: Gender, language, and NBC's americanized olympic telecast. *Journal of Language and Social Psychology*, 29(3), 363-385. doi:10.1177/0261927X10368831
- Angulo, M. (2007). *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*. Consejo Superior de Deportes.
- Apostolis, N., & Giles, A. R. (2011). Portrayals of women golfers in the 2008 issues of Golf Digest. *Sociology of Sport Journal*, 28(2), 226-238.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). *Preguntas frecuentes - AIMC*. Recuperada el 5/4/2014, de <http://www.aimc.es/-Preguntas-Frecuentes-.html>
- Balaguer, M. L. (2008). Género y regulación de la publicidad en el ordenamiento jurídico. *Revista Latina De Comunicación Social*, (63), 382-391.
- Bandura, A. (1996). Teoría social cognitiva de la comunicación de masas. *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* [Media Effects. Advances in Theory and Research] (M. Basté-Kraan trad.). (1ª ed., pp. 89-126). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Bishop, R. (2003). Missing in action - feature coverage of women's sports in sports illustrated. *Journal of Sport & Social Issues*, 27(2), 184-194. doi:10.1177/0193732502250718

Blández Ángel, J., Fernández García, E., & Sierra Zamorano, M. Á. (2007). Estereotipos de género, actividad física y escuela: La perspectiva del alumnado. *Profesorado: Revista De Currículum y Formación Del Profesorado*, 11(2)

Bodin, D. (2011). Inclusión social y práctica deportiva. El deporte como herramienta de construcción ciudadana en la España democrática, 1975-2000. *Atletas y ciudadanos. Historia social del deporte en España. 1870-2010* (pp. 433-466). Madrid: Alianza Editorial y Consejo Superior de Deportes.

Brandt, M., & Carstens, A. (2005). The discourse of the male gaze: A critical analysis of the feature section 'The Beauty of Sport' in SA Sports Illustrated. *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*, 23(3), 233-243. Recuperado de la base de datos SCOPUS.

Buyse, J. A. M., & Embser-Herbert, M. S. (2004). Constructions of gender in sport: An analysis of intercollegiate media guide cover photographs. *Gender and Society*, 18(1), 66-81. doi:10.1177/0891243203257914

Cantón, M. J., Altés, E., Soriano, J., Gallego, J., & Melús, M. E. (2002). La prensa diaria por dentro: Mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. *Quaderns De Comunicació i Cultura*, 28, 225-242.

Capranica, L., Minganti, C., Billat, V., Hanghoj, S., Piacentini, M. F., Cumps, E., et al. (2005). Newspaper coverage of women's sports during the 2000 Sydney Olympic Games: Belgium, Denmark, France, and Italy. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 76(2), 212-223. Recuperado de la base de datos SCOPUS.

Castillo del, Ó. (2012). La equidad de género en educación física: Influencia de los medios de comunicación. *Aula Abierta*, 40(1), 63-72.

Comité Olímpico Internacional (2004). *Carta Olímpica*. Suiza: COI.

Consejo Superior de Deportes (2009) *Manifiesto por la igualdad y la participación de la mujer en el deporte*. Recuperado de <http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/myd/manifiesto-mujer-y-deporte-def.pdf>

*Constitución Española de 1978*

Crolley, L., & Teso, E. (2007). Gendered narratives in Spain: The representation of female athletes in Marca and el País. *International Review for the Sociology of Sport*, 42(2), 149-166. doi:10.1177/1012690207084749

- Crossman, J., Vincent, J., & Speed, H. (2007). 'The times they are a-changin': Gender comparisons in three national newspapers of the 2004 Wimbledon Championships. *International Review for the Sociology of Sport*, 42(1), 27-41. doi:10.1177/1012690207081828
- Curry, T. J., Arriagada, P. A., & Cornwell, B. (2002). Images of sport in popular nonsport magazines: Power and performance versus pleasure and participation. *Sociological Perspectives*, 45(4), 397-413+492+496+499. Recuperado de la base de datos SCOPUS.
- Daniel, S., & Bridges, S. K. (2010). The drive for muscularity in men: Media influences and objectification theory. *Body Image*, 7(1), 32-38. doi:10.1016/j.bodyim.2009.08.003
- Díez García, A. (2006). Evolución histórica y social de la presencia de la mujer en la práctica física y el deporte. *Lecturas: Educación Física y Deportes*, 99
- Directiva 97/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 30 de junio de 1997 por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.* (31997L0036)
- Directiva del Consejo de 3 de octubre de 1989 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.* 89/552/CEE. Diario Oficial de las Comunidades Europeas. 17.10.89. Nº L 298/23
- Domínguez Nacimiento, D. (2011). El deporte: Un camino para la igualdad de género. *Prisma Social: Revista De Ciencias Sociales*, 7(Feminidades y masculinidades)
- Falcón, L. (2009). ¿Cómo tengo que ser para que me quieras? la construcción del enamoramiento en los relatos cinematográficos: Propuesta de un modelo de alfabetización audiovisual para la prevención de la violencia de género. *Revista De Estudios De Juventud*, 86(Juventud y violencia de género), 65-81.
- Federación Riojana de Fútbol. *Federación riojana de fútbol - consulta de equipos* Recuperado el 3/4/2014, desde [http://www.rfutbol.com/pnfg/NPcd/NFG\\_LstEquipos?cod\\_primaria=1000119&nueva\\_ventana=&Buscar=1&orden=11&Sch\\_Clave\\_Acceso\\_Club=&Sch\\_Codigo\\_Club=&Sch\\_Codigo\\_Categoria=&Sch\\_provincia=&Sch\\_Clave\\_Acceso\\_Campo=&Campo=&Sch\\_Nombre\\_Equipo=&Sch\\_Categoria\\_Club=&Sch\\_Fecha\\_Inicio=&Sch\\_Fecha\\_Fin=&NPcd\\_PageLines=500&groovybtn12= Consultar](http://www.rfutbol.com/pnfg/NPcd/NFG_LstEquipos?cod_primaria=1000119&nueva_ventana=&Buscar=1&orden=11&Sch_Clave_Acceso_Club=&Sch_Codigo_Club=&Sch_Codigo_Categoria=&Sch_provincia=&Sch_Clave_Acceso_Campo=&Campo=&Sch_Nombre_Equipo=&Sch_Categoria_Club=&Sch_Fecha_Inicio=&Sch_Fecha_Fin=&NPcd_PageLines=500&groovybtn12= Consultar)
- Fernández Hasan, V. (2009). Derechos humanos y responsabilidad social de los medios de comunicación. La brecha entre la legalidad formal y la vida cotidiana de las mujeres. *Kairos. Revista De Temas Sociales*, (23)

- Francés Díez, M. Á., Llorca Abad, G., & Mollà Castells, T. (2009). Comunicació 2.0 i gènere. *Feminismo/s*, 14, 107-122.
- Francisco Amat, A. (2011). Consumo crítico de ficción audiovisual: Deconstruyendo estereotipos a través de la educación en medios. *Quaderns Digitals: Revista De Nuevas Tecnologías y Sociedad*, 67
- Galily, Y., Cohen, N., & Levy, M. (2011). (Not) higher, stronger or swifter: Representation of female olympic athletes in the Israeli press. *Journal of International Women's Studies*, 12(4), 57-78. Recuperado de la base de datos SCOPUS.
- García Ferrando, M. (1998). Estructura social de la práctica deportiva. *Sociología del deporte* (pp. 41-67). Madrid: Alianza Editorial.
- García Ferrando, M., Lagardera Otero, F., & Puig Barata, N. (1998). Cultura deportiva y socialización. *Sociología del deporte* (pp. 69-98). Madrid: Alianza Editorial.
- García Ferrando, M., & Llopis Goig, R. (2011). *Ideal democrático y bienestar personal. Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010* (1ª ed.). Madrid: Consejo Superior de Deportes y Centro de Investigaciones Sociológicas.
- García Jiménez, A., Gómez-Escalonilla Moreno, G., Torregrosa Carmona, J. F., Rodríguez Díaz, R., & Santín Durán, M. (2008). Medios de comunicación, representaciones y percepciones. El caso de la mujer política. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 14, 175-196.
- García Jiménez, A., & Núñez Puente, S. (2008). Apuntes sobre la identidad virtual de género. *Feminismo/s*, 11, 41-58.
- García, N., & Martínez, L. (2009). La representación positiva de la imagen de las mujeres en los medios. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana De Comunicación y Educación*, 32, 209-214.
- García-Mina Freire, A. (2003). *Desarrollo del género en la feminidad y masculinidad*. Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones.
- Giménez Armentia, P., & Berganza Conde, M. R. (2009). Género y medios de comunicación: Un análisis desde la objetividad y la teoría del framing [Resumen]. *Comunicación y Hombre*, 5 191-193.
- Gobierno de La Rioja. *Memoria de los Juegos Deportivos de La Rioja 2010-2011*. Recuperado el 12/29/2013, desde [http://www.larioja.org/upload/documents/741127\\_Memoria\\_Juegos\\_Deportivos\\_2010-11.pdf?idtab=457109](http://www.larioja.org/upload/documents/741127_Memoria_Juegos_Deportivos_2010-11.pdf?idtab=457109)

- Gómez-Escalonilla, G., García, A., Santín, M., Rodríguez, R., & Torregrosa, J. (2008). La imagen de la mujer política en los medios de comunicación. *Feminismo/s*, 11, 59-71.
- González Aja, T. (2011). "Contamos contigo". Sociedad, vida cotidiana y deporte en los años del desarrollismo, 1961-1975. *Atletas y ciudadanos. Historia social del deporte en España. 1870-2010* (pp. 323-353). Madrid: Alianza Editorial y Consejo Superior de Deportes.
- Gordillo Álvarez, I., & Gómez Jarava, N. (Julio de 2011). Posmachismo en televisión: Representaciones de actitudes y comportamientos micromachistas en la publicidad no convencional. *Razón y Palabra*, 76
- Grupo Vocento. *Vocento* Recuperado el 2/20/2014, 2014, desde [http://www.vocento.com/regionales\\_prensa\\_la\\_rioja.php](http://www.vocento.com/regionales_prensa_la_rioja.php)
- Guisán, M. C. (2010). Participación laboral, política, económica y social de las mujeres en Europa y Norteamérica. *Revista Galega De Economía*, 19(2)
- Hardin, M., Lynn, S., & Walsdorf, K. (2005). Challenge and conformity on "contested terrain": Images of women in four women's sport/fitness magazines. *Sex Roles*, 53(1-2), 105-117. doi:10.1007/s11199-005-4285-6
- Hermosilla Calvo, J. J. (2012). *Análisis descriptivo segmentado por género de variables de información deportiva en prensa. Un caso particular de estudio: El suplemento Juegos Deportivos del diario La Rioja sobre los Juegos Deportivos de la Rioja 2010-2011* (Trabajo para la obtención del DEA. Universidad de La Rioja).
- Hernández Ochoa, D. (2011). La "confluencia" de los géneros a través del sistema mediático: De la *mujer sumisa* y el *macho ibérico* al "ser andrógino". *Papers: Revista De Sociología*, (96/2), 569-587.
- Igartua, J. J., & Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Editorial Síntesis, S. A.
- International Chamber of Commerce (2011). *Código consolidado de prácticas publicitarias y mercadotecnia de la ICC*
- King, C. (2007). Media portrayals of male and female athletes: A text and picture analysis of British national newspaper coverage of the Olympic Games since 1948. *International Review for the Sociology of Sport*, 42(2), 187-199. doi:10.1177/1012690207084751
- Landis, J., & Koch, G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174.

León, O. G., & Montero, I. (1997). La observación. In C. Fernández (Ed.), *Diseño de investigaciones* (2ª ed., pp. 29). Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.

*Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal*. BOE 134, de 6 de junio

*Ley 22/1999, de 7 de junio, de Modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva*. BOE 136, de 8 de junio

*Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad*. BOE 274, de 15 de noviembre

*Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género*. BOE 313, de 29 de diciembre

*Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*. BOE 71, de 23 de marzo

Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2008). 17. métodos no paramétricos: Aplicaciones de *ji* cuadrada. En del Bosque Alayón, Ricardo A., J. Mares Chacón & M. Rocha Martínez (Eds.), *Estadística aplicada a los negocios y la economía* [Statistical Techniques in Business and Economics] (J. Yescas, J León Cárdenas Trans.). (13ª ed., pp. 646-669). México, D. F.: McGraw-Hill.

López de la Cerda y del Valle, C. (2007). Ideología, medios de comunicación y género. *Comunicación e Ciudadanía*, (1), 101-106.

López Díez, P. (2011). En Consejo Superior de Deportes (Subdirección General de Promoción Deportiva y Deporte Paralímpico) (Ed.), *Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*

López Díez, P. (2008). Los medios y la representación de género: Algunas propuestas para avanzar. *Feminismo/s*, (11), 95-108.

López Lita, R., & Bernad Monferrer, E. (2007). Publicidad, medios de comunicación y segregación ocupacional de la mujer: Perpetuación y superación de los estereotipos de género y sus consecuencias en el mercado de mano de obra. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, 67, 213-226.

López López, B. (2011). El impacto social y cultural del deporte en la España del bienestar: Televisión, consumo y deporte mediático, 1982-2000. *Atletas y ciudadanos. Historia social del deporte en España. 1870-2010* (pp. 393-432). Madrid: Alianza Editorial y Consejo Superior de Deportes.



- Lozano Rendón, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson Educación.
- Lynn, S., Hardin, M., & Walsdorf, K. (2004). Selling (out) the sporting woman: Advertising images in four athletic magazines. *Journal of Sport Management*, 18(4), 335-349.
- MacKay, S., & Dallaire, C. (2009). Campus newspaper coverage of varsity sports. Getting closer to equitable and sports-related representations of female athletes? *International Review for the Sociology of Sport*, 44(1), 25-40. doi:10.1177/1012690208101484
- Manrique Arribas, J. C. (2011). Juventud, deporte y falangismo. El Frente de Juventudes, la Sección Femenina y los deportes del "Movimiento". *Atletas y ciudadanos. Historia social del deporte en España. 1870-2010* (pp. 233-272). Madrid: Alianza Editorial y Consejo Superior de Deportes.
- Marín Murillo, F., & Ganzabal Learreta, M. (2011). La mujer (in)visible: La construcción de la identidad femenina a través de la fotografía en el país y el mundo. *Enl@ce: Revista Venezolana De Información, Tecnología y Conocimiento*, 8(3), 51-67.
- Marín, F., Armentia, J. I., & Caminos, J. (2011). El tratamiento informativo de las víctimas de violencia de género en Euskadi: *Deia, El correo, El País y Gara* (2002-2009). *Comunicación y Sociedad*, XXIV(2), 435-466.
- Martínez-Lirola, M. (2010). Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación. *Palabra Clave*, 13(1), 161-173.
- McKay, J., & Johnson, H. (2008). Pornographic eroticism and sexual grotesquerie in representations of African American sportswomen. *Social Identities*, 14(4), 491-504. Recuperado de la base de datos SCOPUS.
- Montenegro Martínez, M., & Pujol Tarrés, J. (2010). Agenciamiento de género en la tecnocultura audiovisual: Una aproximación desde el tecnofeminismo. *Quaderns de Psicologia*, 12(2), 227-237.
- Morales del Moral, A., & Guzmán Ordóñez, M. (2000). *Diccionario temático de los deportes*. Málaga: Arguval.
- Mosquera González, M. J., & Puig Barata, N. (1998). Género y edad en el deporte. *Sociología del deporte* (pp. 99-126). Madrid: Alianza Editorial.
- Moya Mata, I., Ros Ros, C., Bastida Torrónategui, A., & Menescardi Royuela, C. (2013). Estereotipos de sexo y raza en las imágenes de los libros de texto de educación física en primaria. *Retos: Nuevas Tendencias En Educación Física, Deporte y Recreación*, (23), 14-18.

- Nueva Rioja, S. A. (2010a, 10/11/2011). Deporte base. *La Rioja*, pp. 1-8.
- Nueva Rioja, S. A. (2010b, 14/10/2010). Los escolares comienzan a jugar. *La Rioja (Suplemento Juegos Deportivos)*, pp. 2-3.
- OJD. *La Rioja. Detalle de la publicación*. Recuperado el 06/01, 2012, desde [http://www.ojd.es/Introl/Portal/publicacion\\_detalle/\\_LX1O\\_Pr-rb\\_siYZ0\\_A6y7yXGiUc5j3OG](http://www.ojd.es/Introl/Portal/publicacion_detalle/_LX1O_Pr-rb_siYZ0_A6y7yXGiUc5j3OG)
- Padilla, M., Merino, J. M., Rodríguez-Miñón, P., & Moreno, E. (1996). *Psicología matemática I*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Parlebas, P. (2001). *Léxico de praxiología motriz* [Jeux, Sports et Sociétés. Lexique de Praxéologie Motrice] (R. González del Campo trad.). Barcelona: Paidotribo.
- Pedersen, P. M. (2002). Investigating interscholastic equity on the sports page: A content analysis of high school athletics newspaper articles. *Sociology of Sport Journal*, 19(4), 419-432. Recuperado de la base de datos SCOPUS.
- Pedersen, P. M., & Whisenant, W. A. (2002). Amount of photographic coverage for boys and girls on the sports page of newspapers as related to circulation size. *Perceptual and Motor Skills*, 95(3 PART 2), 1278-1280. Recuperado de la base de datos SCOPUS.
- Pedersen, P. M., Whisenant, W. A., & Schneider, R. G. (2003). Using a content analysis to examine the gendering of sports newspaper personnel and their coverage. *Journal of Sport Management*, 17(4), 376-393. Recuperado de la base de datos SCOPUS.
- Pilar Matud, M., Rodriguez, C., & Espinosa, I. (2011). Gender in Spanish daily newspapers. *Sex Roles*, 64(3-4), 253-264. doi:10.1007/s11199-010-9874-3
- Pirinen, R. (1997). Catching up with men?: Finnish newspaper coverage of women's entry into traditionally male sports. *International Review for the Sociology of Sport*, 32(3), 239-249. doi:10.1177/1012690297032003002
- Pirinen, R. M. (1997). The construction of women's positions in sport: A textual analysis of articles on female athletes in Finnish women's magazines. *Sociology of Sport Journal*, 14(3), 290-301. Retrieved from SCOPUS database.
- Puig, N. (2000). Proceso de individualización, género y deporte. *Apunts: Educación Física y Deportes*, (59), 99-102.
- Ramírez Macías, G. (2011). Estereotipos corporales en las portadas de los videojuegos de género deportivo. *Revista Internacional De Medicina y Ciencias De La Actividad Física y El Deporte*, 11(42), 407-420.

- Ramírez Macías, G., Piedra de la Cuadra, J., Ries, F., & Rodríguez Sánchez, A. R. (2011). Estereotipos y roles sociales de la mujer en el cine de género deportivo. *Teoría De La Educación: Educación y Cultura En La Sociedad De La Información*, 12(2), 82-103.
- Ramos Echazarreta, R., Ponce de León Elizondo, Ana, & Sanz Arazuri, E. (2010). *El ocio físico-deportivo en adolescentes: Análisis y propuestas de intervención*. Logroño: Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones.
- Resolución 1557 (2007) de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa: «Imagen de la mujer en la publicidad»*
- Resolución del Parlamento Europeo A4-0258/97, de 25 de julio de 1997, sobre la discriminación de la mujer en la publicidad*
- Resolución nº 2941 de 30 de julio de 2010, de la Dirección General de Deporte de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte, por la que se convoca la actividad denominada Juegos Deportivos de La Rioja*, (2010). Recuperado de [http://ias1.larioja.org/catapu/catapu/Bor\\_Boletin\\_visor\\_Servlet?fecha=13-08-2010](http://ias1.larioja.org/catapu/catapu/Bor_Boletin_visor_Servlet?fecha=13-08-2010)
- Revuelta, G., Alonso, I., Tomas, S., Guerrero, M., & Rohlfs, I. (2003). Género y salud en la prensa diaria. *Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura*, (27)
- Roca, M. (2005). Uso y abuso de la estereotípa en los medios de comunicación. propuestas para un consumo sostenible desde la perspectiva de género. *Área Abierta*, (12)
- Rodríguez Wangüemert, C., Matud Aznar, P., & Espinosa, I. (2008). Roles de género en la prensa diaria nacional. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 14, 575-580.
- Rojas Torrijos, J. L. (2010). Bases para la formulación de un libro de estilo de última generación. Construcción de un modelo teórico válido para los medios deportivos escritos y digitales en lengua española. (Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla. Facultad de Comunicación. Departamento de Periodismo II). Recuperado de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?fichero=18110>
- Rovetto Gonem, F. (2011). "Cómo nombrarlas". Mujeres, trabajo y medios de comunicación: Algunas aproximaciones conceptuales. *Trabajo y Sociedad*, XV(17), 381-399.
- Rovetto, F. (2010). Androcentrismo y medios de comunicación: Apuntes sobre la representación de las mujeres en la prensa de actualidad. *Cuadernos De Información*, (Nº 27), 43-52.
- Rovetto, F., & Simelio, N. (2012). Diferencias de género en los medios de comunicación. Análisis de la invisibilización del trabajo de las mujeres en la prensa española. *Enfoques*, XXIV(1), 31-52.

- Ruiz García, M., & Rubio Algarra, J. (2004). La influencia de los medios de comunicación en las imágenes femeninas. Actitudes, hábitos y comportamientos de las mujeres con respecto a la belleza y el cuerpo. *Clepsydra*, (3), 89-107.
- Serra, P., & Burnett, C. (2007). The construction and deconstruction of gender through sport reporting in selected South African newspapers. *South African Journal for Research in Sport Physical Education and Recreation*, 29(1), 147-158.
- Torregrosa Carmona, J. F. (2008). Comunicación periodística. Notas desde una perspectiva de género. *Feminismo/s*, 11, 125-140.
- UN Women. *Acerca de ONU mujeres*. Recuperada el 08/31, 2013, desde <http://www.unwomen.org/es/about-us/about-un-women>
- Valdemoros San Emeterio, María Ángeles. (2010). *Los valores en el ocio físico-deportivo. Análisis y propuestas educativas*. Logroño: Universidad de La Rioja. Servicio de Publicaciones.
- Valles Martínez, M. S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- Vergés Bosch, N., Cruells Lopez, E., & Hache, A. (2009). Retos y potencialidades para las mujeres en la participación del desarrollo de la sociedad de la información. *Feminismo/s*, 14, 163-182.
- Vincent, J. (2004). Game, sex, and match: The construction of gender in British newspaper coverage of the 2000 Wimbledon Championships. *Sociology of Sport Journal*, 21(4), 435-456.
- Wann, D. L., Schrader, M. P., Allison, J. A., & McGeorge, K. K. (1998). The inequitable newspaper coverage of men's and women's athletics at small, medium, and large universities. *Journal of Sport and Social Issues*, 22(1), 79-87. doi:10.1177/019372398022001007
- Wanneberg, P. L. (2011). The sexualization of sport: A gender analysis of Swedish elite sport from 1967 to the present day. *European Journal of Women's Studies*, 18(3), 265-278. Recuperado de la base de datos SCOPUS.
- Weber, J. D., & Carini, R. M. (2013). Where are the female athletes in sports illustrated? A content analysis of covers (2000-2011). *International Review for the Sociology of Sport*, 48(2), 196-203. Recuperado de la base de datos SCOPUS.
- Wörsching, M. (2007). Race to the top: Masculinity, sport, and nature in German magazine advertising. *Men and Masculinities*, 10(2), 197-221. doi:10.1177/1097184X05284225

---

# **6 APÉNDICES**

---



## 6.1 Esquema de la entrevista para el análisis del *through-put*

### PRESENTACIÓN

- Presentación.
- Objeto de la entrevista.
- Condiciones de confidencialidad y del tratamiento de la información proporcionada.

### DESCRIPCIÓN GENERAL

- Definición del suplemento.
- Destinatarios naturales del suplemento.
  - Lectores.
  - Compradores.
- Organigrama de la redacción.
- Proceso general de elaboración del suplemento.

### PLANIFICACIÓN

- Planificación general de los contenidos para la temporada.
  - Criterios para la selección de temas en la temporada considerada globalmente.
  - Sexo de quien decide la planificación.
  - Existencia de equilibrio entre la información sobre deportistas/equipos masculinos y femeninos.
  - Existencia de equilibrios entre deportes representados.
- Criterios para escoger temas de cada número.
  - Sexo de quien los escoge.
  - Existencia de equilibrio entre la información sobre deportistas/equipos masculinos y femeninos.
  - Existencia de equilibrios entre deportes representados.

### OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

- Reporteros trabajo de campo.
  - Sexo de los reporteros.
  - Quién dirige su labor.
  - Indicaciones sobre equilibrio información deportistas/equipos masculinos y femeninos.
- Fuentes.
  - Quién las decide.
  - Sexo de quien las decide.
  - Equilibrio fuentes en función del sexo.

### ELABORACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- Redacción general de las noticias.
  - Quien las redacta.
  - Sexo de quien las redacta.
- Cantidad de cobertura.
  - Quién decide el número de noticias y espacio asignado a cada una de ellas.
  - Sexo de quien decide.
  - Equilibrio en función del sexo.
- Titulares y textos destacados en noticias.
  - Quién los decide.
  - De qué sexo es.
  - Equilibrio sexos.
- Fotógrafos.
  - Sexo de los fotógrafos.
  - Quién decide los eventos que deben ser fotografiados.
  - Quién decide qué tipo de fotografías deben obtenerse.
  - Obtención equilibrada de números de ambos sexos.
  - Indicaciones sobre cómo deben ser retratados deportistas en función de sus sexo.
- Fotografías.
  - Fuente.
  - Criterios de selección.
  - Sexo como criterio de selección.
- Fotografías especiales equipos.
  - Quién decide.
  - Sexo de quien decide.
  - Criterios.

- Tablas informativas competiciones en forma de liga.
  - Quién las escoge y decide su orden.
  - Sexo de quienes las escogen.
  - Criterios para escogerlas y ordenarlas.
  - Sexo como criterio.
- Redacción de artículos por parte de autores externos.
  - Criterios para su selección.
  - Equilibrio sexo.
- Maquetación portada y contraportada (noticias y fotos)
  - Quién decide.
  - Sexo de quien decide.
  - Criterios para hacerlo.
  - Sexo deportistas como criterio.
- Otras ubicaciones/disposiciones gráficas periódicamente relevantes (página completa, doble página, página impar, cuadrantes superiores páginas).
  - Quién decide.
  - Sexo de quien decide.
  - Criterios.
  - Sexo deportistas como criterio.

### **SUPERVISIÓN DE LA INFORMACIÓN**

- Supervisión final del trabajo a publicarse.
  - Sexo del supervisor.
- Libro de estilo.
  - Mecanismos para equidad de género.
- Otras guías o medios de autocontrol encaminados a garantizar la equidad de género.
- Patrocinadores.
  - Quiénes son.
  - Especifican o sugieren la agenda de temas.
  - Criterios específicos referidos a la representación equitativa de los géneros.

### **PERCEPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE DIFERENCIAS ENTRE SEXOS**

- Desvelar objetivo concreto de investigación. Percepción subjetiva de la igualdad de género.
  - En el suplemento.
  - En la sección deportiva del diario “La Rioja”.
  - En la prensa deportiva en general.
  - Comparación entre el suplemento y la información/prensa deportiva en general.
- Motivos para eventuales diferencias.
  - En el suplemento deportivo.
  - En la sección de deportes y en la prensa deportiva en general.
- Viabilidad económica de la publicación del suplemento.
  - Viabilidad por el incentivo a la venta del diario el día de su publicación y publicidad.
  - Viabilidad por los patrocinios.
- Influencia de criterios económicos a la hora de seleccionar informaciones y temas.
  - Influencia cobertura de cada deporte.
  - Influencia cobertura deporte/deportistas masculinos/femeninos.

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN COMO MOTOR DE CAMBIO**

- Interés de los resultados de esta investigación al diario La Rioja.
  - Eventual promoción de cambios para mejorar la igualdad de género en el suplemento.
- Interés para los patrocinadores.
  - Eventuales exigencias o sugerencias para mejorar la igualdad de género.
- Cambios en “Deporte Base” respecto a “Juegos Deportivos”.

### **DESPEDIDA**

- Despedida y agradecimiento.
- Felicitación por el suplemento.



### 6.2 Información para el Entrevistado y Cuestionario Base para la Entrevista

#### 6.2.1 Información para el entrevistado

El objeto de este cuestionario es obtener información complementaria a un estudio de análisis de contenido centrado en el suplemento “Juegos Deportivos” del diario “La Rioja”. La entrevista será transcrita para su posterior análisis y los resultados de este servirán para apoyar la descripción del fenómeno estudiado y las conclusiones del trabajo.

Dado que su colaboración es de gran importancia nos gustaría incluirle en el apartado de agradecimientos del informe de investigación. No obstante, si lo prefiere, podemos tratar esta colaboración de forma anónima. Además, tras la realización de la entrevista y previamente al análisis de la misma, le garantizamos acceso a la transcripción. De este modo, si lo considera oportuno, podrá realizar rectificaciones y/o matizaciones sobre las respuestas, o simplemente decidir que no quiere que utilicemos parte o la totalidad de la información proporcionada por cualquier motivo.

Todas las siguientes preguntas, a no ser que se especifique lo contrario, se refieren al suplemento “Juegos Deportivos”, ahora denominado “Deporte Base” (no al diario “La Rioja” en general ni a la sección de deportes del diario). Nuestro estudio abarca todos los suplementos publicados desde el 14 de octubre de 2010 hasta el 23 de junio de 2011 (**temporada 2010-2011 de los Juegos Deportivos de La Rioja**). Dado que desde entonces ha podido haber cambios entre el personal de la redacción del diario “La Rioja” y sus colaboradores, **cuando las preguntas se refieran a individuos específicamente, se ruega que las respuestas aludan a quienes trabajaban en la redacción o para ella en ese período temporal concreto.**

Para nuestro estudio, **la identidad concreta de las personas implicadas en la publicación del suplemento “Juegos Deportivos” no es relevante.** Por lo tanto, cuando a lo largo del cuestionario se inquiera sobre alguien en particular, las respuestas podrán ceñirse exclusivamente a su cargo, labor o desempeño profesional (redactor jefe, subdirector, fotógrafo, etc.). Sin embargo, **el sexo concreto de cada individuo sí resulta relevante, por lo que se ruega que en las respuestas este quede especificado.**

Durante la entrevista realizaremos las preguntas sobre el suplemento “Juegos Deportivos” en presente, a pesar de que este ya no se publica con tal nombre, al entender que todavía tiene continuidad bajo la denominación de “Deporte Base”.

Muchas gracias por su colaboración.

## 6.2.2 Cuestionario base

- 1) ¿Cómo definiría el diario "La Rioja"?
- 2) ¿Cómo definiría el suplemento "Juegos Deportivos"?
- 3) ¿Cuál cree que son los destinatarios naturales del suplemento "Juegos Deportivos"?
- 4) ¿Qué tipo de lector cree que adquiriría el diario "La Rioja" el día que se publica el suplemento "Juegos Deportivos" a fin de hacerse con él?
- 5) ¿Qué difusión media tuvo el diario "La Rioja" el año 2010? ¿Y en el año 2011? Estas cifras, ¿con qué número de lectores estima el diario que se corresponden?
- 6) ¿Cuál es el día de la semana en el que "La Rioja" tiene mayor difusión? ¿Qué difusión media alcanza ese día?
- 7) ¿Sabría decirme qué difusión media tenía el diario "La Rioja" los jueves en que iba acompañado del suplemento "Juegos Deportivos"?
- 8) ¿Y la difusión media del diario los jueves en los que era publicado sin el suplemento "Juegos Deportivos"?
- 9) Describa por favor el organigrama de la parte de la plantilla de la redacción del diario "La Rioja" que durante la temporada 2010-2011 de los Juegos Deportivos de La Rioja fue responsable de la información del suplemento "Juegos Deportivos". Incluya también a colaboradores externos o eventuales y especifique el sexo de cada uno de ellos.
- 10) Describa por favor en líneas generales cuál es el proceso que se sigue para elaborar un número del suplemento "Juegos Deportivos".
- 11) ¿Se planifican globalmente los contenidos de la publicación para el conjunto de toda la temporada deportiva de los Juegos Deportivos de La Rioja?
- 12) ¿Quiénes son los responsables de esta planificación? Especifique por favor el sexo de estas personas.
- 13) Si se planifican globalmente los contenidos de la publicación para toda la temporada, ¿qué criterios se consideran a la hora de determinar los temas a tratar?
- 14) Al planificar los temas a tratar y para el conjunto de los números del suplemento que informan sobre una temporada, ¿se considera específicamente buscar un equilibrio en la representación de deportistas/equipos de ambos sexos? ¿Qué medidas se articulan para lograrlo?
- 15) Al planificar los temas a tratar y para el conjunto de los números de una temporada, ¿se considera específicamente buscar un equilibrio en la representación de los deportes participantes en los Juegos? ¿Qué medidas se articulan para lograrlo?
- 16) ¿Qué criterios se siguen para escoger los temas sobre los que informar en un número concreto del suplemento?
- 17) ¿Quién decide sobre los temas a tratar? Especifique por favor su sexo.
- 18) Para cada número del suplemento considerado individualmente, ¿se considera específicamente buscar un equilibrio en la representación de deportistas/equipos de ambos sexos? ¿Qué medidas se articulan para lograrlo?
- 19) Para cada número del suplemento considerado individualmente, ¿se considera específicamente buscar un equilibrio entre los diferentes deportes representados? ¿Qué medidas se articulan para lograrlo?
- 20) ¿Quiénes son los encargados de realizar las labores de reportismo o "trabajo de campo"? ¿Cuántos son hombres y cuántas mujeres entre ellos?
- 21) ¿Quiénes decide a qué eventos o lugares donde se producen los hechos noticiables deben acudir? Especifique por favor el sexo de quienes lo deciden.
- 22) ¿Tienen los periodistas que actúan como reporteros indicaciones específicas de recoger información sobre deportistas/equipos de ambos sexos de manera equilibrada?
- 23) ¿Tienen los periodistas que actúan como reporteros indicaciones específicas de recoger información sobre los diferentes deportes de manera equilibrada?
- 24) ¿Qué tipos de fuentes informativas se utilizan para la elaboración del suplemento?
- 25) ¿Quiénes deciden qué tipo de fuentes se escogen? Especifique por favor el sexo de estas personas.
- 26) Cuando las fuentes de información son individuos concretos, ¿se considera específicamente incluir un número equilibrado de fuentes de ambos sexos para elaborar las informaciones?
- 27) ¿Quiénes son los encargados de redactar las noticias del suplemento? ¿Cuántos son hombres y cuántas mujeres?
- 28) Dentro del espacio total del suplemento, ¿quiénes deciden el número de noticias a incluir y el espacio asignado a cada una de ellas? Especifique por favor el sexo de quienes lo deciden.
- 29) A la hora de decidir el número de noticias y el espacio que se asigna a cada una de ellas, ¿se persigue específicamente lograr una representación equilibrada de deportistas/equipos de ambos sexos?
- 30) Para el análisis de contenido de la investigación, en lo que a los textos toca, se tendrá en cuenta su importancia relativa desde un punto de vista periodístico. Como punto de partida, hemos clasificado los tipos de texto del suplemento "Juegos Deportivos" jerárquicamente, de más importante a menos importante, del siguiente modo: *Títulos, subtítulos, destacados, cajas o boxes, cuerpo de la noticia, texto de las tablas, y leyenda de elementos icónicos* (fotografías). ¿Qué le parece esta clasificación? ¿Es a su modo de ver correcta o propondría otra?
- 31) ¿Quién elige cuáles serán los titulares y los textos destacados (reproducidos desde el cuerpo de la noticia o artículo y tipográficamente enfatizados) en cada noticia o artículo? Especifique por favor el sexo de estas personas.
- 32) ¿Con qué criterios se escogen los titulares y textos destacados dentro en las noticias o artículos?

## INFORMACIÓN PARA EL ENTREVISTADO Y CUESTIONARIO BASE PARA LA ENTREVISTA

- 33) ¿Se considera específicamente dedicar un número equilibrado de titulares y textos destacados a los deportistas/equipos de ambos sexos?
- 34) ¿Cuántos fotógrafos, bien de la propia redacción o colaboradores externos, están implicados en la obtención de fotografías para el suplemento? Especifique por favor el número de hombres y mujeres entre ellos.
- 35) ¿Quiénes deciden sobre qué eventos deben obtenerse fotografías? Especifique por favor cuántos son hombres y cuántas mujeres.
- 36) ¿Quién decide qué tipo de fotografías debe obtenerse? Especifique por favor el sexo de quienes lo deciden.
- 37) ¿Tienen los fotógrafos indicaciones específicas de obtener un número equilibrado de fotografías de deportistas/equipos de ambos sexos?
- 38) ¿Tienen los fotógrafos indicaciones concretas sobre cómo deben ser retratados los deportistas en función de su sexo? (Tipo de plano, acción en la fotografía, etc.).
- 39) Además de las fotografías tomadas recientemente para ilustrar los eventos/noticias sobre los que se informa, ¿se utilizan fotografías de otras fuentes? (Archivos del diario, bancos de imágenes, etc.).
- 40) ¿Qué criterios se siguen a la hora de seleccionar las fotografías?
- 41) ¿Quién decide qué fotografías ilustrarán las informaciones del suplemento? Especifique por favor cuántos son hombres y cuántos mujeres entre quienes lo deciden.
- 42) Al elegir las fotografías que aparecerán en el suplemento, ¿se considera específicamente la inclusión de un número equilibrado de fotografías de deportistas/equipos de ambos sexos?
- 43) El suplemento con frecuencia muestra fotografías de equipos o agrupaciones deportivas posando para cámara, alguna de ellas a página completa. ¿Quiénes deciden qué equipos o agrupaciones deportivas se incluyen en la publicación? Especifique por favor el número de hombres y de mujeres entre quienes lo deciden.
- 44) ¿Qué criterios se siguen para seleccionar a los equipos o agrupaciones deportivas cuya fotografía aparecerá publicada?
- 45) El suplemento, a medida que la temporada de los Juegos Deportivos avanza, incluye tablas de clasificaciones y tablas informativas sobre próximos eventos deportivos (partidos de ligas, torneos, etc.). ¿Quiénes escogen los eventos o competiciones sobre los que se informará con este tipo de tablas y el orden en el que estas aparecen referidas en el suplemento? Especifique por favor cuántos son hombres y cuántos mujeres.
- 46) ¿Qué criterios se siguen para incluir y ordenar las tablas de clasificación e informativas? (Deportes, categorías, etc.).
- 47) ¿Se considera específicamente el buscar un número equilibrado de tablas de clasificación y tablas informativas referidas a ligas o competiciones masculinas y femeninas?
- 48) En ocasiones en el suplemento aparecen artículos redactados por colaboradores externos al diario. ¿Recuerda concretamente cuántos fueron hombres y cuántos mujeres en el período estudiado? ¿Predominaban los hombres o las mujeres?
- 49) ¿Quiénes deciden qué colaboradores externos publicarán sus artículos en el suplemento? ¿Cuántos son hombres y cuántos mujeres entre quienes lo deciden?
- 50) ¿Qué criterios se siguen a la hora de seleccionar colaboradores externos?
- 51) ¿Se considera específicamente al seleccionar colaboradores externos incluir un número equilibrado de ambos sexos entre ellos?
- 52) ¿Quiénes deciden qué noticias y fotografías ocuparán la portada y la contraportada? Especifique por favor cuántos son hombres y cuántos mujeres.
- 53) ¿Qué criterios se siguen para escoger las noticias y fotografías que aparecen en la portada y contraportada?
- 54) ¿Se considera específicamente dar una cobertura equilibrada en la portada y contraportada a deportistas/equipos de ambos sexos?
- 55) ¿Quiénes deciden qué contenidos ocuparán otras ubicaciones o disposiciones gráficas periódicamente destacadas? (Páginas impares, cuadrantes superiores de las páginas, cobertura a página completa o doble página, etc.). ¿Cuántos son hombres y cuántos mujeres?
- 56) ¿Qué criterios se siguen para asignar a las informaciones estas ubicaciones o disposiciones destacadas?
- 57) ¿Se considera específicamente asignar estas ubicaciones o disposiciones destacadas de forma equilibrada a deportistas o equipos de ambos sexos?
- 58) ¿Quiénes realizan la supervisión final de la información que será efectivamente publicada? ¿Cuántos son hombres y cuántos mujeres?
- 59) ¿Cuenta el diario "La Rioja" con un libro de estilo o herramienta equivalente en la que los periodistas del medio puedan apoyarse para realizar su labor?
- 60) De existir, ¿el libro de estilo contiene disposiciones referentes a promover la igualdad de género o a evitar un trato discriminatorio hacia las mujeres?
- 61) ¿Cuenta el diario "La Rioja" con otros mecanismos o figuras, tales como un "defensor del lector", que eventualmente puedan promover un tratamiento equitativo, o al menos no discriminatorio, en función del género, de las informaciones publicadas?
- 62) ¿Considera pertinente la existencia de estos mecanismos o figuras de autocontrol?
- 63) De existir estos mecanismos o figuras de autocontrol, ¿recuerda alguna ocasión en que estos mecanismos o figuras hayan debido activarse en relación a alguna de las informaciones publicadas en el suplemento "Juegos Deportivos"?
- 64) De no existir mecanismos de autocontrol encaminados a lograr una representación

- equitativa de ambos géneros en las informaciones publicadas por el diario "La Rioja", ¿consideraría oportuno que se instauraran?
- 65) ¿Cuenta el suplemento "Juegos Deportivos" con patrocinadores? ¿Quiénes son?
- 66) ¿Marcan o sugieren estos patrocinadores una agenda de temas o algún tipo de orientación sobre las informaciones a publicar en el suplemento "Juegos Deportivos"?
- 67) ¿Exigen o sugieren los patrocinadores realizar una representación equitativa para ambos géneros en las informaciones del suplemento? ¿Marcan criterios específicos para perseguirla?
- 68) A estas alturas ya habrá deducido que la investigación para la que pedimos su colaboración con esta entrevista se centra en la representación en función del género que el suplemento "Juegos Deportivos" realiza con sus informaciones. ¿Cuál es su percepción subjetiva sobre el tratamiento informativo que se da en el suplemento? ¿Considera que se representa equitativamente a los deportistas de ambos sexos?
- 69) En lo que concierne a la sección de deportes del diario "La Rioja", ¿cree que se dispensa un tratamiento equitativo al deporte o deportistas de ambos sexos?
- 70) En lo concerniente a la información deportiva en general, tanto en prensa generalista como especializada, ¿cree que se dispensa un tratamiento equitativo al deporte o deportistas de ambos sexos?
- 71) ¿Considera que el tratamiento informativo que realiza el suplemento "Juegos Deportivos", en términos de género, es más equitativo que el que realiza la prensa en general?
- 72) La investigación que desarrollamos, entre otros aspectos, analiza la cobertura que se realiza de los deportistas de cada uno de los sexos en términos de cantidad ("cuánto" se informa) y presencia en lugares destacados ("dónde" se informa), en el suplemento "Juegos Deportivos". Si finalmente los análisis constataran diferencias entre ambos sexos, ¿cuál o cuáles podrían ser las causas de ello?
- 73) ¿Cuáles serían a su modo de ver las causas de eventuales diferencias en la representación del deporte masculino y femenino en la sección de deportes del diario "La Rioja"? ¿Y en la prensa en general?
- 74) ¿Considera que la publicación del suplemento "Juegos Deportivos" resulta rentable al diario "La Rioja" en términos económicos?
- 75) De no ser rentable, ¿cuáles son los motivos para su publicación?
- 76) De ser rentable en términos económicos, ¿en qué se basa esta rentabilidad? (Incremento de la venta del diario los días que es acompañado por el suplemento, ingresos a cuenta de la publicidad insertada en el suplemento, ingresos derivados del patrocinio de entidades a la publicación, una combinación de estos factores, etc.).
- 77) ¿Son considerados los criterios económicos a la hora de seleccionar los temas sobre los que se informa en el suplemento?
- 78) ¿Influyen específicamente los criterios económicos a la hora de escoger los deportes sobre los que se informa?
- 79) ¿Influyen específicamente los criterios económicos sobre la cantidad y tipo de cobertura que se hace de los deportistas de cada uno de los sexos?
- 80) ¿Considera que para el diario "La Rioja" puedan ser interesantes los hallazgos que proporcione esta investigación, para la que se pide que colabore?
- 81) ¿Cree que los resultados alcanzados, en caso de poner de manifiesto infrarrepresentación o discriminación de las deportistas femeninas, podrían promover cambios en la elaboración del suplemento?
- 82) ¿Cree que los resultados de la investigación puedan ser de interés para los patrocinadores del suplemento?
- 83) ¿Cree que los resultados de la investigación, en caso de poner de manifiesto infrarrepresentación o discriminación de las deportistas femeninas, podrían hacer a los patrocinadores condicionar su colaboración a la implementación de medidas para corregir esta circunstancia?
- 84) Posteriormente a la temporada 2010-2011 de los Juegos Deportivos, y en lo referente a la forma en que son representados ambos géneros en las informaciones, ¿se han producido cambios en la forma de trabajar en la redacción que puedan suponer cambios en el suplemento, que pasó a denominarse "Deporte Base"?
- 85) Para terminar, quisiéramos hacerle una última pregunta relacionada con otras publicaciones que parecen de naturaleza similar al suplemento "Juegos Deportivos". Los diarios "La Voz de Cádiz" e "Ideal" de Granada, ambos englobados en el Grupo Vocento, al igual que "La Rioja", publican respectivamente los suplementos "Deporte Base" y "DXT". ¿Sabe si existen similitudes entre estos suplementos y el de "Juegos Deportivos" en lo que concierne a sus respectivos objetivos y proceso de redacción y publicación?

Una vez terminada la entrevista nos gustaría reiterarle nuestro agradecimiento por su participación. Sus respuestas nos han proporcionado una valiosa información sobre nuestro objeto de estudio.

Por último, e independientemente de los resultados que alcancemos en la investigación, nos gustaría felicitarle por la publicación del suplemento. Entendemos que este cubre una parcela de la información deportiva tradicionalmente marginada por la prensa convencional, y que es un elemento cultural de primer orden en lo referente a la divulgación y promoción del deporte en edades infantiles y juveniles en el ámbito de nuestra comunidad.

6.3 Libro de Codificación de las *Unidades Informativas*Tabla 188. Libro de codificación de la *unidades informativas*

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
<b>NÚMERO DE UNIDAD INFORMATIVA ANALIZADA</b> ("Nº UNIDAD")	Número que se asignará a cada unidad informativa analizada y que mostrará el orden en que esta unidad se ha analizado en relación a otras unidades informativas analizadas.	Código compuesto por la cadena de texto "UI_" seguida de números naturales consecutivos partiendo del "1" ("UI_1", "UI_2", "UI_3" ...).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para el conjunto de publicaciones objeto de estudio se comenzarán a identificar unidades informativas desde el número publicado en primer lugar avanzando cronológicamente hasta el número publicado en último lugar.</li> <li>• En el seno de un número de la publicación se comenzarán a identificar unidades informativas desde la primera página avanzando de modo consecutivo hasta la última.</li> <li>• En el seno de una página de la publicación se comenzarán a identificar unidades informativas desde la izquierda hacia la derecha y desde arriba hacia abajo partiendo desde la esquina superior izquierda de la página. Así: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si dos unidades informativas se encuentran a la misma altura se identificará en primer lugar a la que se encuentra situada más a la izquierda.</li> <li>○ Si dos unidades informativas se encuentran situadas a diferentes alturas se identificará en primer lugar a la que se encuentra más arriba.</li> <li>○ Para determinar qué unidad informativa se encuentra más alta o más a la izquierda se tomará como referencia la esquina superior izquierda de la mancha (espacio susceptible de ser impreso asignado en la maquetación a una información) de cada unidad informativa.</li> <li>○ Para determinar cuál es la esquina superior izquierda de la página se tendrá en cuenta la orientación del texto y elementos icónicos impresos (a considerar para la impresión en apaisado).</li> </ul> </li> </ul>
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b> ("FECHA")	Fecha del número de publicación en el seno de la cual una unidad informativa aparece publicada.	Fecha con el formato "dd/mm/aaaa".	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se asignará la fecha consignada en la portada de la publicación en el seno de la cual una unidad informativa aparece publicada.</li> </ul>
<b>TÍTULO DE LA UNIDAD INFORMATIVA</b>	Información sobresaliente en el seno de una unidad	Texto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el caso de unidades informativas que contengan texto independiente de eventuales elementos icónicos (fotografías, dibujos...) que puedan acompañarlo y/o complementarlo:</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
("TÍTULO")	<p>informativa encaminada a captar la atención del lector y darle una primera impresión de conjunto de la información que lo acompaña.</p> <p>En nuestro caso y en conjunción con la <i>fecha de publicación</i> y <i>número de unidad informativa analizada</i> nos servirá para identificar las unidades informativas.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se consignará como <i>título de la unidad informativa</i> el texto independiente tipográficamente más destacado del resto (por su diseño y tipografía -mayor tamaño, negrita, tipo de fuente diferenciada...-), es decir, el titular.             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se considerará texto independiente a estos efectos aquel que no constituya el título, pie o leyenda de fotografías u otros elementos icónicos. El título, pie o leyenda de fotografías y elementos gráficos se caracteriza por complementarlos y ser dependiente de ellos. Se encuentran usualmente insertos en las imágenes o las acompañan y suelen diferenciarse tipográficamente.</li> </ul> </li> <li>○ En ningún caso, independientemente de que se encuentre gráfica y/o tipográficamente destacado del resto del texto, se tomará como <i>título de la unidad informativa</i> el nombre de su autor (periodista o corresponsal) ni el lugar desde el que se informa.</li> <li>○ Si no hubiera titular ni texto tipográficamente más destacado en el texto independiente de la unidad informativa como <i>título de la unidad informativa</i> se tomaría la primera frase del texto independiente de elementos icónicos de la unidad informativa.</li> <li>○ En el caso de unidades informativas que estén formadas exclusivamente por tablas se tomará como título el texto contenido en la casilla o celda más relevante (para la determinación de la casilla o celda más relevante en las tablas ver lo dispuesto para la variable <i>género más relevante en las tablas</i> en la página 6.3-20).</li> <li>• Para unidades informativas compuestas fundamentalmente por elementos icónicos (imágenes, dibujos, gráficos, infografías...), en las que los textos que aparecen son dependientes de ellos (constituyen sus títulos, pies o leyendas) se procederá como sigue:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Para unidades informativas constituidas por un único elemento icónico se tomará como <i>título de la unidad informativa</i> el texto que lo acompaña y/o complementa. Si hay varios textos se tomará el que esté tipográficamente más destacado.</li> <li>○ Para unidades informativas constituidas por varios elementos icónicos se tomará como <i>título de la unidad informativa</i> aquel texto que los acompañe que pueda distinguirse como título de todos los elementos icónicos (por su disposición gráfica y tipografía destacada del resto).</li> <li>○ Independiente de que sea el texto tipográficamente más destacado solo se tomará como <i>título de la unidad informativa</i> el nombre del autor del elemento icónico si no hay otro texto que lo ilustre.</li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<ul style="list-style-type: none"> <li>En el caso de unidades informativas fragmentadas (como las que tienen caretas o pases en la portada), en la que cada fragmento de la unidad informativa pueda tener su propio titular, se adoptará como <i>título de la unidad informativa</i> la del primer fragmento de la unidad informativa.</li> <li>Si en una unidad informativa no pudiera identificarse un título como <i>título de la unidad informativa</i> se consignaría: "SIN TÍTULO".</li> </ul>
<p><b>DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD INFORMATIVA ("DESCRIPCIÓN")</b></p>	<p><b>Categorización genérica del tipo de información que se presenta en la unidad informativa que tiene como objetivo ayudar a su identificación y facilitar análisis segmentados.</b></p>	<p>"ARTÍCULO" ----- "FOTONOTICIA" ----- "NOTICIA" ----- "TABLA INFORMATIVA" ----- "TABLA RESULTADOS-CLASIFICACIÓN" ----- ....</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La <i>descripción de la unidad informativa</i> se realizará de modo genérico atendiendo al tipo de información que presenta (texto, elementos icónicos) y al tratamiento que se da a esta información para constituir el mensaje que transmite.</li> <li>Así las unidades informativas pueden categorizarse como géneros periodísticos ("NOTICIA", "REPORTAJE", "ENTREVISTA", "CRÓNICA", "EDITORIAL", "ARTÍCULO", "CRÍTICA"...), por ejemplo. Los códigos paralingüísticos propios de la publicación (maquetación, tipografía utilizada, etc.) así como el tratamiento que se da a la información (objetiva, de carácter interpretativo, opiniones personales del autor...) en el mensaje pueden ayudar a ello.</li> <li>En el caso de que los elementos icónicos constituyan el elemento central de la unidad informativa podemos categorizar la unidad informativa como "FOTONOTICIA", "DIBUJO", "GRÁFICO", "INFOGRAFÍA", etc.</li> </ul> <p>En la aplicación de este libro de codificación sobre la población de la publicación objeto de estudio se han descrito los siguientes tipos de unidades informativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>"ARTÍCULO": Se han identificado como tales unidades informativas formadas por textos, apoyados o no por fotografías, cuyo propósito era reflejar la opinión del autor sobre un tema en particular, que trataba de influir sobre la opinión de los lectores a través de la argumentación.</li> <li>"FOTONOTICIA": Se han identificado como tales unidades informativas en las que la fotografía era el elemento fundamental en ellas, siendo el texto accesorio o complementario. En los ejemplares analizados todas las unidades informativas caracterizadas como "FOTONOTICIA" ocupaban página completa. El responsable de la publicación refiere este tipo de unidades informativas como <i>póster</i>.</li> <li>"NOTICIA": Se han identificado como tales unidades informativas formadas por textos, apoyados o no por fotografías, cuyo propósito era informar de hechos novedosos o no muy comunes referidos al ámbito de los Juegos Deportivos de La Rioja.</li> <li>"TABLA INFORMATIVA": Se han identificado como tales unidades informativas con estructura de tabla, acompañados o no por fotografías, cuyo propósito era sintetizar información referida a</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>eventos deportivos próximos a desarrollarse (tipo de evento, deporte, categoría, lugar, horario...).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “TABLA RESULTADOS-CLASIFICACIÓN”: Se han identificado como tales unidades informativas con estructura de tabla, acompañados o no por fotografías, cuyo propósito era informar sobre resultados de eventos deportivos ya desarrollados así como del estado de la clasificación en diferentes disciplinas deportivas.</li> </ul>
<p><b>PORTADA</b> (“PORTADA”)</p>	<p>Indica si la unidad informativa analizada se encuentra o comienza en la primera página (portada) de la publicación.</p>	<p>“SÍ” ----- “NO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la unidad informativa o una parte fragmentada de ella (pase o careta) comienza en la primera página de la publicación se asignará el valor “SÍ”, en caso contrario se asignará el valor “NO”.</li> </ul>
<p><b>PORTADA COMPLETA</b> (“PORTADA COMPLETA”)</p>	<p>Indica si la unidad informativa analizada es la única presente en la portada y además ocupa un porcentaje significativo de la mancha de la página.</p>	<p>“SÍ” ----- “NO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la unidad informativa cumple los dos siguientes requisitos se le asignará el valor “SÍ”, en caso contrario se le asignará el valor “NO”: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Es la única unidad informativa presente en la portada.</li> <li>○ Descontando el espacio asignado a la cabecera de la publicación y otros elementos destinados a la organización/agrupación/diferenciación de la información (encabezado de sección, epígrafe, cintillo, etc.) ocupa más del 50 % del espacio de la mancha o superficie susceptible de ser impresa en la página.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>CONTRAPORTADA</b> (“CONTRAPORTADA”)</p>	<p>Indica si la unidad informativa analizada comienza en la última página (contraportada) de la publicación.</p>	<p>“SÍ” ----- “NO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la unidad informativa comienza en la última página de la publicación se asignará el valor “SÍ”, en caso contrario se asignará el valor “NO”.</li> </ul>
<p><b>CONTRAPORTADA COMPLETA</b> (“CONTRAPORTADA COMPLETA”)</p>	<p>Indica si la unidad informativa analizada es la única presente en la contraportada y además ocupa un porcentaje</p>	<p>“SÍ” ----- “NO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la unidad informativa cumple los dos siguientes requisitos se le asignará el valor “SÍ”, en caso contrario se le asignará el valor “NO”: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Es la única unidad informativa presente en la contraportada.</li> <li>○ Descontando el espacio asignado a la cabecera de la página y otros elementos destinados a la organización/agrupación/diferenciación de la información (encabezado de sección,</li> </ul> </li> </ul>



NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
	significativo de la mancha de la página.		epígrafe, cintillo, etc.) ocupa más del 50 % del espacio de la mancha o superficie susceptible de ser impresa en la página.
<b>PÁGINA IMPAR</b> (“PÁGINA IMPAR”)	Indica si la unidad informativa comienza en una página impar.	“SÍ” ----- “NO”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la unidad informativa comienza en una página impar se codificará como “SÍ”, en caso contrario se codificará como “NO”. En relación a la página en que comienza una unidad informativa observar lo dispuesto para la variable <i>página de inicio</i> (p. 6.3-5).</li> </ul>
<b>PÁGINA DE INICIO</b> (“PÁGINA DE INICIO”)	Indica en qué página comienza la unidad informativa.	Número natural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se asignará como valor el número de página que aparece en la cabecera de la página en la que la unidad informativa comienza.</li> <li>• En el caso de unidades informativas fragmentadas que tienen una careta o pase en la portada se asignará el número de página de la portada.</li> </ul>
<b>PÁGINA DE FIN</b> (“PÁGINA DE FIN”)	Indica en qué página termina la unidad informativa.	Número natural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se asignará como valor el número de página que aparece en la cabecera de la página en la que la unidad informativa termina.</li> </ul>
<b>NÚMERO DE PÁGINAS</b> (“Nº PÁGINAS”)	Indica en cuántas páginas se encuentra distribuida la unidad informativa analizada.	Número natural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se contabilizará y consignará el número de páginas en las que la unidad informativa analizada se encuentre distribuida.</li> <li>• En el caso de “unidades de información” que vengan enlazadas desde caretas o pases en la portada se contabilizará también la página en la que las caretas o pases vienen inscritos.</li> </ul>
<b>PÁGINA COMPLETA</b> (“PÁGINA COMPLETA”)	Indica si la unidad informativa analizada es la única presente en la página en que se inicia y además ocupa un porcentaje significativo de la mancha de esa página.	“SÍ” ----- “NO”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la unidad informativa cumple todos los siguientes requisitos se le asignará el valor “SÍ”, en caso contrario se le asignará el valor de “NO”: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Es la única unidad informativa presente en la página en que se inicia.</li> <li>○ Descontando el espacio asignado a la cabecera de la página y otros elementos destinados a la organización/agrupación/diferenciación de la información (encabezado de sección, epígrafe, cintillo, etc.) ocupa más del 50 % del espacio de la mancha o superficie susceptible de ser impresa en la página.</li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
<p><b>DOBLE PÁGINA</b> (“DOBLE PÁGINA”)</p>	<p>Indica si una unidad informativa tiene una distribución gráfica de doble página.</p>	<p>“SÍ” ----- “NO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la unidad informativa cumple todas las siguientes condiciones se asignará el valor de “SÍ”, en caso contrario se asignará el valor de “NO”:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La unidad informativa comienza en una página par y continúa en la página impar consecutiva.</li> <li>○ La unidad informativa se distribuye en un número de columnas (o anchura equivalente) mayor que el número de columnas por página que se utiliza en la publicación analizada para la maquetación de noticias.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>DOBLE PÁGINA COMPLETA</b> (“DOBLE PÁGINA COMPLETA”)</p>	<p>Indica si la unidad informativa tiene una distribución de doble página completa.</p>	<p>“SÍ” ----- “NO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la unidad informativa cumple todas las siguientes condiciones se asignará un valor de “SÍ”, en caso contrario se asignará el valor de “NO”:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La unidad informativa tiene su inicio en una página par y continúa en la página par consecutiva.</li> <li>○ La unidad informativa es la única presente en las dos primeras páginas en las que se encuentra.</li> <li>○ Descontando el espacio asignado a la cabecera de las páginas y otros elementos destinados a la organización/agrupación/diferenciación de la información (encabezado de sección, epígrafe, cintillo, etc.) ocupa más del 50 % del espacio de las manchas o superficies susceptibles de ser impresas de las dos primeras páginas en las que se encuentra.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>CUADRANTE DE INICIO</b> (“CUADRANTE DE INICIO”)</p>	<p>Indica, dentro de la página de inicio de una unidad informativa, en qué cuadrante comienza esta.</p>	<p>“A” ----- “B” ----- “C” ----- “D”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consideraremos que una unidad informativa comienza en su esquina superior izquierda.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ A efecto de determinar cuál es la parte superior izquierda tomaremos como referencia la disposición de imágenes y elementos icónicos (así la posición relativa de la esquina superior izquierda cambiará cuando la página en que se inicie la unidad informativa esté dispuesta en diseño apaisado).</li> </ul> </li> <li>• Dividida en cuatro cuadrantes iguales a través de una línea vertical y otra horizontal imaginarias la página en que la unidad informativa se inicia asignaremos los siguientes valores:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ “A”: Cuando la unidad informativa comience en el cuadrante superior izquierdo.</li> <li>○ “B”: Cuando la unidad informativa comience en el cuadrante superior derecho.</li> <li>○ “C”: Cuando la unidad informativa comience en el cuadrante inferior izquierdo.</li> <li>○ “D”: Cuando la unidad informativa comience en el cuadrante inferior derecho.</li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
<p><b>HEMISECCIÓN VERTICAL</b> (“HEMISECCIÓN VERTICAL”)</p>	<p>Indica, dentro de la página de inicio de una unidad informativa, en qué mitad vertical comienza esta.</p>	<p>“SUPERIOR” ----- “INFERIOR”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La unidad informativa será codificada como “superior” si ha sido codificada como “A” o “B” para en la variable <i>cuadrante de inicio</i>.</li> <li>• La unidad informativa será codificada como “superior” si ha sido codificada como “B” o “C” para en la variable <i>cuadrante de inicio</i>.</li> </ul>
<p><b>SUPERFICIE DE LA UNIDAD INFORMATIVA</b> (“SUPERFICIE UNIDAD INFORMATIVA”)</p>	<p>Superficie total expresada en cm<sup>2</sup> de la superficie asignada en la maquetación de la publicación a la unidad informativa.</p>	<p>Número racional positivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La superficie asignada a la unidad informativa usualmente tendrá una superficie rectangular, que podrá calcularse multiplicando la anchura por la altura. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Para calcular la anchura: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si hubiera elementos gráficos como líneas que delimitan lateralmente la unidad informativa se utilizarían estos como referencia para la medida, independientemente de que entre ellos y la mancha o superficie impresa hubiera márgenes.</li> <li>▪ De no haber elementos gráficos como líneas se tomará como referencia para la medida la mancha horizontal impresa de la unidad informativa. Para calcular la anchura se medirá horizontalmente la distancia entre el extremo izquierdo y derecho de la mancha (borde del texto o elementos icónicos como fotografías), aunque no se haya utilizado (por ejemplo un texto alineado a la izquierda dejará huecos a la derecha de cada una de las líneas; estos huecos forman parte de la mancha y también forman parte de la superficie a calcular).</li> </ul> </li> <li>○ Para calcular la altura: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si hubiera elementos gráficos como líneas que delimitan verticalmente la unidad informativa se utilizarían estos como referencia para la medida, independientemente de que entre ellos y la mancha o superficie impresa hubiera márgenes.</li> <li>▪ De no haber elementos gráficos como líneas se tomará como referencia para la medida la mancha vertical impresa de la unidad informativa. Para calcular la altura se medirá la distancia entre el extremo superior e inferior de la mancha</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>(borde del texto o elementos icónicos como fotografías), aunque no se haya utilizado (por ejemplo un titular centrado dejará espacio en blanco a sus lados que también forman parte de la mancha).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando la unidad informativa no presente forma rectangular, si se puede, se descompondrá en rectángulos cuya superficie será calculada por separado para ser sumada y así calcular la <i>superficie de la unidad informativa</i>.</li> <li>• Si la superficie de la unidad informativa o parte de ella no puede ser descompuesta en rectángulos (por ejemplo elementos icónicos como ilustraciones, o fotografías en las que se recorta el fondo destacando a objetos o sujetos –silueteado-), se tomará como referencia para calcular la superficie el rectángulo imaginario mínimo alineado con los bordes de la página en el que esa parte de la unidad informativa se encontraría inscrito, independientemente de que ese rectángulo imaginario invadiera la superficie de otras unidades informativas o elementos de la publicación. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La excepción a este caso la constituyen aquellos elementos icónicos en los que su disposición gráfica y/o consonancia con la información que transmiten sugiera que ilustran o forman parte de varias unidades informativas a la vez. En este caso y para el cálculo de la <i>superficie de la unidad informativa</i> la parte de los elementos icónicos que sobresalga de las zonas rectangulares que delimitan las unidades informativas no será computada para el cálculo de la <i>superficie de la unidad informativa</i>.</li> </ul> </li> <li>• Si la unidad informativa se distribuyera a lo largo de dos páginas par e impar consecutiva, para el cálculo de la <i>superficie de la unidad informativa</i> no se computaría aquella superficie que estuviera fuera de la mancha de las respectivas páginas (margen derecho de la página par y margen izquierdo de la página impar respectivamente).</li> <li>• El instrumento de medida (regla) utilizado para las medidas encaminadas a calcular la <i>superficie de la unidad informativa</i> tendrá un nivel de precisión de milímetros (mm).</li> </ul>
<p><b>SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA UNIDAD INFORMATIVA (“SUPERFICIE MANCHA PÁGINA”)</b></p>	<p>Superficie expresada en cm<sup>2</sup> de la mancha total de la página en la que la unidad informativa se encuentra impresa. En prensa la mancha de la página es la superficie</p>	<p>Número racional positivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La <i>superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa</i> se calculará multiplicando la anchura por la altura de la mancha de la página en la que se inscribe la unidad informativa: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La anchura es la distancia horizontal que ocupa la mancha. Para calcularla: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si hubiera elementos gráficos como líneas que delimitan lateralmente la mancha se utilizarán estos como referencia para la medida.</li> <li>▪ Si no hubiera elementos gráficos como líneas que delimiten lateralmente la mancha se medirá horizontalmente la distancia entre los bordes de los textos</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
	<p>susceptible de ser impresa y constituye la base para la maquetación, en la que se comienza con la distribución de espacios para asignar a cada elemento publicado (cabeceras, noticias, publicidad...).</p> <p>Tiene forma rectangular con bordes paralelos a los bordes del papel en la cual se inscribe.</p>		<p>y/o elementos icónicos impresos en sus ubicaciones laterales más extremas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La altura es la distancia vertical que ocupa la mancha. Para calcularla: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si hubiera elementos gráficos como líneas que delimitan verticalmente la mancha se utilizarán estos como referencia para la medida.</li> <li>▪ Si no hubiera elementos gráficos como líneas que delimiten lateralmente la mancha se medirá verticalmente la distancia entre los bordes de los textos y/o elementos icónicos impresos en sus ubicaciones verticales más extremas.</li> </ul> </li> <li>○ Si el análisis de una página no aportara elementos de juicio suficiente para determinar la superficie de su mancha, y dado que la superficie de esta permanece invariable entre las páginas de la publicación (o al menos entre las del mismo número), puede recurrirse al análisis de varias páginas para determinar con exactitud la misma.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El instrumento de medida (regla) utilizado para las medidas encaminadas a calcular la “superficie de la mancha total de la unidad informativa” tendrá un nivel de precisión de milímetros (mm).</li> </ul>
<p><b>SUPERFICIE DE LA UNIDAD INFORMATIVA SOBRE LA SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA UNIDAD INFORMATIVA</b> (“% SUPERFICIE UNIDAD INFORMATIVA”)</p>	<p>Porcentaje que ocupa la superficie de la unidad informativa sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa.</p>	<p>Número racional positivo entre 0 y 100</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para calcular este valor se aplicará la fórmula siguiente:</li> </ul> $A = (B \cdot 100) / C$ <p>Siendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ A= SUPERFICIE DE LA UNIDAD INFORMATIVA SOBRE LA SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA UNIDAD INFORMATIVA</li> <li>○ B= SUPERFICIE DE LA UNIDAD INFORMATIVA</li> <li>○ C= SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA UNIDAD INFORMATIVA</li> </ul>
<p><b>ESPECIALIDAD DEPORTIVA MÁS RELEVANTE EN LA UNIDAD INFORMATIVA</b> (“ESPECIALIDAD DEPORTIVA”)</p>	<p>Especialidad deportiva considerada más relevante dentro de la unidad informativa por su ubicación en los elementos que la componen.</p>	<p>ESPECIALIDAD DEPORTIVA: “FÚTBOL”, “BALONCESTO”, “MULTIDEPORTE” ... ----- “VARIAS ESPECIALIDADES” -----</p>	<p>Para la determinación de la <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i> se procederá como sigue:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En las unidades informativas con texto independiente de elementos icónicos: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se buscará y consignará como <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i> la primera nombrada en los textos que la componen procediendo a su lectura en el siguiente orden: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Título.</u></li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
		"NINGUNA"	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Antetítulo.</u></li> <li>▪ <u>Subtítulo.</u></li> <li>▪ <u>Destacados u ojos.</u> Si hay varios:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se comenzará por el tipográficamente más enfatizado (mayor tamaño de letra).</li> <li>• Si no se discrimina con claridad cuál es el más enfatizado, partiendo de la esquina superior izquierda de la unidad informativa, se examinarán los destacados en el siguiente orden:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>○ De izquierda a derecha.</li> <li>○ De arriba hacia abajo.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>▪ <u>Cajas o boxes.</u> Si hay varios elementos de este tipo:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se comenzará por aquel que ocupe mayor superficie en el seno de la unidad informativa.</li> <li>• Si ocupan la misma superficie, partiendo de la esquina superior izquierda de la unidad informativa se examinarán en el siguiente orden:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>○ De izquierda a derecha.</li> <li>○ De arriba hacia abajo.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>▪ <u>Cuerpo o texto</u> del texto independiente de elementos icónicos de la unidad informativa. Se procederá a su lectura en el orden natural (avanzando desde la <u>entrada o lead</u> por el texto y cambiando de columna en la lectura cuando se requiera). Los <u>intertítulos o quiebras</u> serán considerados parte del cuerpo del texto de la unidad informativa.</li> <li>▪ <u>Tablas:</u> Texto independiente de elementos icónicos que se encuentra presentado en forma de tablas y distribuido a lo largo de diferentes celdas que se encuentran dispuestas en filas y columnas (delimitadas por líneas gráficas o por espacios que permiten discriminar su presencia). El orden para proceder a la hora de localizar especialidades deportivas dentro de las tablas sería el siguiente:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se buscarían especialidades deportivas en el texto que por su diferenciación gráfica y/o tipográfica fuera susceptible de ser</li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>considerado el título de la tabla.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dentro de las tablas se procedería a la lectura de las celdas según los siguientes criterios de orden: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Como norma general las celdas situadas más arriba tendrían preferencia de lectura; entre aquellas que se encuentren a la misma altura tendrían preferencia las que estuvieran más a la izquierda.</li> <li>○ Cuando haya celdas tipográficamente destacadas en modo tal que puedan suponerse encabezados de la tabla tendrán preferencia de lectura.</li> <li>○ Cuando haya celdas que constituyan encabezados en el seno de la tabla las celdas que se encuentren más cerca de estos encabezados tendrán preferencia de lectura.</li> <li>○ En caso de encabezados compuestos (en los más de una columna o fila constituyan los encabezados de la tabla) tendrán preferencia las celdas que abarquen o constituyan encabezado de otras.</li> </ul> </li> <li>• Si hubiera más de una tabla el análisis procedería del siguiente modo: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si las tablas estuvieran maquetadas en columnas se comenzaría por el análisis de la que se encontrara más arriba y a la izquierda y se continuaría la lectura de las tablas en el orden natural de lectura.</li> <li>○ Si las tablas no estuvieran maquetadas en columnas: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se analizaría primero la que más superficie ocupase dentro de la unidad informativa.</li> <li>▪ Si ocuparan la misma superficie, partiendo desde la esquina superior izquierda de la unidad informativa, se analizarían las tablas de izquierda a derecha y de arriba abajo.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>▪ <u>Títulos, epígrafes, o leyendas</u> que acompañan a los elementos icónicos accesorios (imágenes, gráficos...) procediendo:</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desde los textos que acompañan al elemento icónico más grande al más pequeño.</li> <li>• Si los elementos icónicos presentaran el mismo tamaño:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se buscaría un texto destacado gráfica y/o tipográficamente dependiente de los elementos icónicos que constituyera el título de todos ellos.</li> <li>○ Si no hubiera un título para el conjunto de los elementos icónicos, se analizarían los textos dependientes de cada elemento icónico por separado: Partiendo desde la esquina superior izquierda de la unidad informativa se analizarían los elementos icónicos de izquierda a derecha y de arriba abajo.</li> </ul> </li> <li>○ Si en los textos dependientes de los elementos icónicos de la unidad informativa no apareciera ninguna referencia a una especialidad deportiva concreta se analizarían los elementos icónicos (fotografías, infografías, gráficos, ilustraciones...) buscando especialidades deportivas representadas en ellos. Para identificar las especialidades deportivas se prestaría atención a elementos tales como: espacios y materiales deportivos, vestimenta de los deportistas, habilidades motrices, etc., representados en los elementos icónicos.               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si hubiera un solo elemento icónico se consignaría como <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i> la que estuviera representada en él.</li> <li>▪ Si hubiera varios elementos icónicos, para determinar la <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i>:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se analizarán los elementos icónicos por orden decreciente de superficie que ocupan en la unidad informativa.</li> <li>• Si no hubiera un elemento icónico con más superficie que el resto, partiendo desde la esquina superior izquierda de la unidad informativa se analizarán los elementos icónicos según aparecen de izquierda a derecha y de arriba abajo.</li> </ul> </li> <li>▪ En caso de que al analizar un elemento icónico aparecieran representadas varias especialidades deportivas se asignaría el valor de "VARIAS"</li> </ul> </li> </ul>



NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>ESPECIALIDADES” para esta variable.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En las unidades informativas con elementos icónicos como información elemental: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se buscará la referencia a especialidades deportivas en <u>títulos</u>, <u>epígrafes</u>, o <u>levedas</u> que acompañan a los elementos icónicos (imágenes, gráficos...) consignándose como <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i> la primera que aparezca en ellos. El orden de lectura de los textos para el análisis será el siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desde los textos que acompañan al elemento icónico más grande al más pequeño.</li> <li>▪ Si los elementos icónicos presentaran el mismo tamaño: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se buscaría un texto destacado gráfica y/o tipográficamente dependiente de los elementos icónicos que constituyera el título de todos ellos.</li> <li>• Si no hubiera un título para el conjunto de los elementos icónicos, se analizarían los textos dependientes de cada elemento icónico por separado: Partiendo desde la esquina superior izquierda de la unidad informativa se analizarían los elementos icónicos de izquierda a derecha y de arriba abajo.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ Si en los textos dependientes de los elementos icónicos de la unidad informativa no apareciera ninguna referencia a una especialidad deportiva concreta se analizarían los elementos icónicos (fotografías, infografías, gráficos, ilustraciones...) buscando especialidades deportivas representadas en ellos. Para identificar las especialidades deportivas se prestaría atención a elementos tales como: espacios y materiales deportivos, vestimenta de los deportistas, habilidades motrices, etc., representados en los elementos icónicos. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si hubiera un solo elemento icónico se consignaría como <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i> la que estuviera representada en él.</li> <li>▪ Si hubiera varios elementos icónicos, para determinar la <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i>: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se analizarán los elementos icónicos por orden decreciente de superficie que ocupan en la unidad informativa.</li> <li>• Si no hubiera un elemento icónico con más superficie que el resto,</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>partiendo desde la esquina superior izquierda de la unidad informativa se analizarán los elementos icónicos según aparecen de izquierda a derecha y de arriba abajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ En caso de que al analizar un elemento icónico aparecieran representadas varias especialidades deportivas este sería el único caso en que se asignaría el valor de "VARIAS ESPECIALIDADES" para esta variable.</li> <li>• Como norma general las especialidades deportivas se consignarán con la denominación que hayan recibido en la Normativa General de los Juegos Deportivos de La Rioja (Consejería de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de La Rioja, 2010). Así por ejemplo "fútbol" sería consignado como "FÚTBOL SALA" (aunque ambos términos tengan un significado equivalente) y el término "MULTIDEPORTE" sería un valor que podría adoptar esta variable, aunque en realidad la actividad engloba a varias especialidades deportivas. Además se tendrá en cuenta lo siguiente:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si se trata de especialidades deportivas no consignadas en la Normativa General de los Juegos Deportivos de La Rioja se hará constar como especialidad deportiva la que aparece en la federación deportiva organizadora de la actividad. De este modo por ejemplo las especialidades de aquatlón, duatlón y triatlón se consignarían como "TRIATLÓN" en caso de que fuera la Federación Riojana de Triatlón la organizadora de las pruebas de las que da cuenta la unidad informativa. Lo mismo sucederá con actividades deportivas de divulgación tales como "divirtiéndose con el atletismo" (que se consignaría como "ATLETISMO", pues está organizada por la Federación Riojana de Atletismo).</li> <li>○ Si determinadas especialidades se nombran como parte integrante de otra que las engloba y está recogida como tal en la Normativa de los Juegos Deportivos se consignará la especialidad deportiva global, independientemente del orden en que se hayan citado las especialidades deportivas que la componen. Así por ejemplo si se citan "orientación", "pesca" y "piragüismo" como partes de la actividad global "ACTIVIDADES EN LA NATURALEZA" se consignará como valor para esta variable "ACTIVIDADES EN LA NATURALEZA".</li> </ul> </li> <li>• En caso de que no pudiera identificarse ninguna especialidad deportiva se asignaría el valor "NINGUNA" a esta variable.</li> <li>• Para la identificación de las especialidades deportivas servirá el enunciado de deportistas o grupos (equipos) que practiquen esta especialidad. A este respecto conviene aclarar que el enunciado de las especialidades, deportistas o equipos no tiene por qué ser explícita ni directa mientras que el</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>contexto lingüístico y/o icónico de la unidad informativa permita identificarlas (en el discurso periodístico es frecuente el uso de recursos estilísticos como la metonimia, por ejemplo). Así si en una unidad informativa en el texto del titular consta “Haro contra todos” y en el subtítulo se amplía “El Club Voleibol Haro defiende su liderato” la especialidad deportiva a consignar sería “VOLEIBOL” y su identificación debería asignarse en el titular.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El enunciado de habilidades o espacios propios de determinadas especialidades deportivas servirán para su identificación. Así “brazadas en la piscina” o “fin de semana sobre el tartán” servirían para identificar especialidades deportivas (“NATACIÓN” y “ATLETISMO”, respectivamente).</li> <li>• El enunciado en plural de deportes y jugadores, cuando permita determinar un subconjunto de deportes concreto hará que la variable adopte el valor “VARIAS ESPECIALIDADES”; cuando no permita hacerlo y de no aparecer otra información en la unidad informativa que permita identificar una especialidad deportiva se consignará “NINGUNA”. Así el enunciado “los deportes de equipo” se consignaría como “VARIAS ESPECIALIDADES”, mientras que el enunciado “los jugadores participantes en los Juegos Deportivos” no identificaría especialidad deportiva alguna y de no haber otro enunciado que lo permitiera supondría codificar la unidad informativa para esta variable con el valor “NINGUNA”.</li> </ul>
<p><b>CITA DE VARIAS ESPECIALIDADES DEPORTIVAS EN LA UNIDAD INFORMATIVA (“CITA VARIAS ESPECIALIDADES DEPORTIVAS”)</b></p>	<p>Indica si son varias las especialidades que aparecen referidas o representadas en la unidad informativa.</p>	<p>“SÍ” ----- “NO” ----- “NINGUNA”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si en el conjunto de la unidad informativa... <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ... aparecen referidas o representadas varias especialidades deportivas se asignará el valor “SÍ”.</li> <li>○ ... solo aparece referida o representada una especialidad deportiva se asignará el valor “NO”.</li> <li>○ ... no aparece referida o representada ninguna especialidad deportiva se asignará el valor “NINGUNA”.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>GÉNERO EN EL TÍTULO (“GÉNERO TÍTULO”)</b></p>	<p>Género del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo del técnico o técnicos deportivos, o en su defecto sexo de las autoridades</p>	<p>“MASCULINO” ----- “FEMENINO” ----- “NEUTRO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para determinar el <i>género en el título</i> se procederá como sigue: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si en el <i>título de la unidad informativa</i> aparecen relacionados deportistas o grupos de deportistas: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si solo aparecen referidos deportistas y/o grupos de deportistas (equipos, categorías, etc.) del sexo masculino se consignará el valor “MASCULINO”.</li> <li>▪ Si solo aparecen referidos deportistas y/o grupos de deportistas (equipos, categorías, etc.) del sexo femenino se consignará el valor “FEMENINO”.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
	<p><b>institucionales relacionadas con el deporte, citados en el texto del título de la unidad informativa.</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si aparecen referidos deportistas y/o grupos de deportistas (equipos, categorías, etc.) de ambos sexos se consignará el valor “NEUTRO”.</li> <li>▪ Si no puede discriminarse si los deportistas referidos son del sexo masculino o femenino se asignará el valor “NEUTRO”.</li> <li>○ Si en el título de la unidad informativa no aparecieran relacionados deportistas se observaría si aparecen relacionados técnicos deportivos o grupos de técnicos deportivos (entrenadores, árbitros, gestores o administradores de clubes, personal especializado de la Dirección General de Deporte, médicos, etc.) y se aplicarían los mismos criterios descritos para los deportistas.</li> <li>○ Si en el título de la unidad informativa no aparecieran relacionados ni deportistas ni técnicos deportivos se observaría si se mencionan autoridades institucionales relacionadas con el deporte (políticos, representantes del Comité Olímpico, etc.) y se aplicarían los mismos criterios descritos para los deportistas.</li> <li>○ Si en el <i>título de la unidad informativa</i> no aparecieran relacionados deportistas, técnicos deportivos o autoridades institucionales relacionadas con el deporte se asignaría el valor de “NEUTRO”.</li> <li>○ A efectos de determinar el sexo de un individuo o grupo se tendrá en cuenta lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Como norma general cuando se cite a grupos deportistas usando un nombre colectivo (por ejemplo “equipo”, “conjunto”, “escuadra”, etc.) o se utilice un nombre en masculino plural (por ejemplo “los deportistas”, “los judocas”...) que puedan hacer referencia a deportistas de ambos sexos se asignará el valor de “NEUTRO”.</li> <li>▪ Para determinar el sexo de los deportistas citados en el <i>título de la unidad informativa</i> no se considerará este como un mensaje independiente, sino como parte integrante de un contexto comunicativo que puede facilitar su interpretación. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se atenderá al contexto lingüístico de la unidad informativa: Información en forma de texto contenida en otros apartados (por ejemplo el cuerpo del texto).</li> <li>• Se atenderá al contexto extralingüístico de la unidad informativa: Otra información de carácter no lingüístico (por ejemplo las fotografías que ilustran la unidad informativa).</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se atenderá al contexto sociocultural: Información del entorno sociocultural inmediato que el emisor (redactor de la publicación) puede suponer conocida de manera implícita por el receptor (lector) para que pueda interpretar el mensaje (unidad informativa). Por ejemplo: al leer “los futbolistas de cadete de primer año” podemos inferir que se trata de un grupo de personas de sexo masculino, pues en categoría cadete de fútbol no existen competiciones mixtas.</li> <li>▪ Cuando se utilicen construcciones gramaticales al uso tales como “los chicos y chicas de atletismo” o “los y las atletas” para designar a grupos mixtos de deportistas, se codificarán tales como “NEUTRO” al objeto de caracterizar esta variable, independientemente de que gramaticalmente el género masculino sea el primero utilizado.</li> <li>▪ Cuando se utilice la palabra “masculino” y “femenino” en la mera enumeración de categorías deportivas, la variable será codificada como “NEUTRO”. Por ejemplo la frase “el martes comienzan las pruebas atléticas juveniles masculinas y femeninas” no presupondría la preferencia de un género; otra cosa sería el orden del posterior desarrollo de esa información para cada uno de las categorías segregadas por sexo.</li> <li>▪ A la hora de determinar el valor adoptado por esta variable no se tendrán en consideración los nombres de lugares, instalaciones, instituciones o eventos deportivos (por ejemplo “Polideportivo Gonzalo de Berceo” o “Gimnasio Pedro Fernández” no se utilizarían para categorizar la variable como “MASCULINA”.</li> </ul>
<p><b>GÉNERO EN EL ANTETÍTULO</b>  (“GÉNERO ANTETÍTULO”)</p>	<p><b>Género del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo del primer técnico o técnicos deportivos, o en su defecto sexo de las autoridades institucionales</b></p>	<p>“MASCULINO” ----- “FEMENINO” ----- “NEUTRO” ----- “SIN ANTETÍTULO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para determinar el <i>género en el antetítulo</i> de la unidad informativa se procederá a analizar el texto contenido en este elemento tal y como se describe en para la variable <i>género en el título</i>.</li> <li>• Si no existiera este elemento en la unidad de información la variable tomará el valor “SIN ANTETÍTULO”.</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
	relacionadas con el deporte, citados en el texto que forma el antetítulo de la unidad informativa		
<b>GÉNERO EN EL SUBTÍTULO</b> ("GÉNERO SUBTÍTULO")	Género del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo del primer técnico o técnicos deportivos, o en su defecto sexo de las autoridades institucionales relacionadas con el deporte, citados en el texto que forma el subtítulo de la unidad informativa	"MASCULINO" ----- "FEMENINO" ----- "NEUTRO" ----- "SIN SUBTÍTULO"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para determinar el <i>género en el subtítulo</i> de la unidad informativa se procederá a analizar el texto contenido en este elemento tal y como se describe en para la variable <i>género en el título</i>.</li> <li>• Si no existiera este elemento en la unidad de información la variable tomará el valor "SIN SUBTÍTULO".</li> </ul>
<b>GÉNERO EN LOS DESTACADOS</b> ("GÉNERO DESTACADOS")	Género del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo del primer técnico o técnicos deportivos, o en su defecto sexo de las autoridades institucionales relacionadas con el deporte, citados en el texto que forman los destacados de la unidad	"MASCULINO" ----- "FEMENINO" ----- "NEUTRO" ----- "SIN DESTACADOS"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para determinar el <i>género en los destacados</i> (en prensa también llamados ojos) se analizará el texto contenido en estos elementos procediendo para ello tal y como se describe para la variable <i>género en el título</i>.</li> <li>• Si no existiera este elemento en la unidad de información la variable tomará el valor "SIN DESTACADOS".</li> <li>• Si la unidad informativa albergara varios destacados u ojos se procedería a su lectura tal y como se describe para la misma circunstancia en la variable <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i> (p. 6.3-9).</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
	informativa		
<b>GÉNERO MÁS RELEVANTE EN LAS CAJAS</b> ("GÉNERO CAJAS")	Género más relevante del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo más relevante del técnico o técnicos deportivos, o en su defecto sexo más relevante de las autoridades institucionales relacionadas con el deporte, citados en el texto que se encuentra en las cajas o <i>boxes</i> de la unidad informativa.	"MASCULINO" ----- "FEMENINO" ----- "NEUTRO" ----- "SIN CAJAS"	<p>Para la determinación del valor a asignar en la variable <i>género más relevante en las cajas</i> (también llamadas <i>box</i>) se procederá del modos siguiente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si hay una sola caja o <i>box</i> en la unidad informativa el texto en ella contenido será leído de forma natural: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se constatará en primer lugar la referencia a deportistas o grupos de deportistas: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si el primer deportista o grupo de deportistas citado es o son de sexo masculino se asignará el valor "MASCULINO".</li> <li>▪ Si la primera deportista o grupo de deportistas citados son del sexo femenino se asignará el valor "FEMENINO".</li> <li>▪ Si no puede discriminarse si los deportistas referidos son del sexo masculino o femenino se asignará el valor "NEUTRO".</li> </ul> </li> <li>○ Si en la caja o <i>box</i> no aparecieran referidos deportistas se observaría si aparecen relacionados técnicos deportivos o grupos de técnicos deportivos y se aplicarían los mismos criterios descritos para deportistas.</li> <li>○ Si en la caja o <i>box</i> no aparecieran relacionados ni deportistas ni técnicos deportivos se observaría si se mencionan autoridades relacionadas con los deportes y se aplicarían los mismos criterios descritos para deportistas.</li> <li>○ Si en la caja o <i>box</i> no aparecieran relacionados deportistas, técnicos deportivos o autoridades institucionales relacionadas con el deporte se asignaría el valor "NEUTRO".</li> </ul> </li> <li>• Si hubiera más de una caja o <i>box</i> en el seno de la unidad informativa su orden de lectura sería el descrito para la misma circunstancia en la variable <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i> (p. 6.3-9).</li> <li>• Si la unidad informativa no contara con este tipo de elementos se asignaría el valor "SIN CAJAS".</li> </ul>
<b>GÉNERO MÁS RELEVANTE EN EL CUERPO DEL TEXTO</b> ("GÉNERO CUERPO")	Género más relevante del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo más relevante del técnico o técnicos deportivos, o en	"MASCULINO" ----- "FEMENINO" ----- "NEUTRO" -----	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para determinar el <i>género más relevante en el cuerpo del texto</i> se procederá tal y como se ha descrito para la determinación del <i>género más relevante en las cajas</i> teniéndose en cuenta que el cuerpo del texto es un elemento único.</li> <li>• A efectos de la determinación de esta variable los intertítulos o quiebras serán considerados como parte del cuerpo del texto de la unidad informativa.</li> <li>• En el caso de unidades informativas fragmentadas (unidades informativas con pases o caretas)</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
	<p>su defecto sexo más relevante de las autoridades institucionales relacionadas con el deporte, citados en el cuerpo del texto de la unidad informativa.</p>	<p>“SIN CUERPO DEL TEXTO”</p>	<p>comenzará a leerse el cuerpo del texto, si lo hubiera, en la primera página en la que se distribuye la unidad informativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Si la unidad informativa no constara de este elemento se asignaría el valor “SIN CUERPO DEL TEXTO”.</li> </ul>
<p><b>GÉNERO MÁS RELEVANTE EN LAS TABLAS (“GÉNERO TABLAS”)</b></p>	<p>Género más relevante del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo más relevante del técnico o técnicos deportivos, o en su defecto sexo más relevante de las autoridades institucionales relacionadas con el deporte, citados en el texto que se encuentra en las tablas de la unidad informativa la unidad informativa.</p>	<p>“MASCULINO” ----- “FEMENINO” ----- “NEUTRO” ----- “SIN TABLAS”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para determinar el <i>género más relevante en las tablas</i> se procederá tal y como se describe para la variable <i>género más relevante en las cajas</i> (p. 6.3-19), excepto en lo que atañe al orden de lectura de los textos.</li> <li>Respecto al orden de lectura de los textos en el seno de las tablas se atenderá a lo dispuesto a tal efecto para la variable <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i> (p. 6.3-9).</li> <li>Si la unidad informativa no constara de este elemento se adjudicaría el valor “SIN TABLAS”.</li> </ul>
<p><b>GÉNERO DEL TEXTO DEPENDIENTE DE ELEMENTOS ICÓNICOS (“GÉNERO TEXTO ICÓNICOS”)</b></p>	<p>Género del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo del técnico o técnicos deportivos, o en su defecto sexo de las</p>	<p>“MASCULINO” ----- “FEMENINO” ----- “NEUTRO” -----</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para la definición del valor de la variable <i>género del texto dependiente de elementos icónicos</i> se considerarán los mismos criterios fijados para la variable <i>género en el título</i> (p. 6.3-15).</li> <li>En lo relativo al orden de lectura de los textos dependientes de los elementos icónicos se atenderá a lo dispuesto a tal efecto en la variable <i>especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa</i> (p. 6.3-9).</li> <li>Si la unidad informativa no constara de este elemento se adjudicaría el valor “SIN TEXTO”</li> </ul>



NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
	<p>autoridades institucionales relacionadas con el deporte, citados en el texto dependiente de elementos icónicos de la unidad informativa.</p>	<p>“SIN TEXTO DEPENDIENTE DE ICÓNICOS”</p>	<p>DEPENDIENTE DE ICÓNICOS”.</p>
<p><b>GÉNERO PREFERENTE EN LA INFORMACIÓN EN FORMA DE TEXTO (“GÉNERO PREFERENTE INFORMACIÓN TEXTUAL”)</b></p>	<p>Variable derivada que indica el género preferente en la información en forma de texto de la unidad informativa y cuyos valores dependen de la aplicación de un algoritmo que considera la relevancia y valores concretos adoptados por todas las variables que aportan información sobre género en los textos de la unidad informativa.</p>	<p>“MASCULINO” ----- “FEMENINO” ----- “NEUTRO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para la determinación del valor que adopta esta variable se observarán, en el orden jerárquico que a continuación se relaciona, los valores adoptados por las siguientes variables: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Género en el título.</li> <li>○ Género en el antetítulo.</li> <li>○ Género en el subtítulo.</li> <li>○ Género en los destacados.</li> <li>○ Género más relevante en las cajas.</li> <li>○ Género más relevante en el cuerpo del texto.</li> <li>○ Género más relevante en las tablas.</li> <li>○ Género del texto dependiente de elementos icónicos.</li> <li>○ Se observará el valor de la variable <i>género en el título</i>: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si tiene el valor “MASCULINO” la variable <i>género preferente en la información en forma de texto</i> adoptará el valor “MASCULINO”.</li> <li>▪ Si tiene el valor “FEMENINO” la variable <i>género preferente en la información en forma de texto</i> adoptará el valor “FEMENINO”.</li> <li>▪ Si tiene el valor “NEUTRO” se continuará el análisis con la variable <i>género en el antetítulo</i>.</li> </ul> </li> <li>○ Se observará el valor de la variable <i>género en el antetítulo</i>: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si tiene el valor “MASCULINO” la variable <i>género preferente en la información en forma de texto</i> adoptará el valor “MASCULINO”.</li> <li>▪ Si tiene el valor “FEMENINO” la variable <i>género preferente en la información en forma de texto</i> adoptará el valor “FEMENINO”.</li> <li>▪ Si tiene el valor “NEUTRO” o “SIN ANTE TÍTULO” se continuará el análisis con la siguiente variable de la jerarquía.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ...</li> <li>○ El último nivel de análisis posible es el de la variable <i>género del texto dependiente de elementos icónicos</i>.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si tiene el valor “MASCULINO” la variable <i>género preferente en la información en forma de texto</i> adoptará el valor “MASCULINO”.</li> <li>▪ Si tiene el valor “FEMENINO” la variable <i>género preferente en la información en forma de texto</i> adoptará el valor “FEMENINO”.</li> <li>▪ Si tiene el valor “NEUTRO” o “SIN TEXTO DEPENDIENTE DE ICÓNICOS” la variable <i>género preferente en la información en forma de texto</i> adoptará el valor “NEUTRO”.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>GÉNEROS CITADOS EN LA INFORMACIÓN EN FORMA DE TEXTO (“GÉNEROS CITADOS TEXTO”)</b></p>	<p>Indica si en el conjunto formado por deportistas o grupos de ellos, técnicos deportivos o grupos de ellos y autoridades institucionales relacionadas con el deporte citados en los textos de la unidad informativa aparecen relacionados ambos sexos.</p> <p>Es una variable derivada de los valores adoptados por las variables que aportan información sobre el género en los diferentes elementos con texto de la unidad informativa.</p>	<p>“MASCULINO” ----- “FEMENINO” ----- “AMBOS” ----- “NINGUNO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si para el conjunto de los valores adoptados por las variables <i>género en el título, género en el subtítulo, género en los destacados, género más relevante en las cajas, género más relevante en el cuerpo del texto, género más relevante en las tablas y género del texto dependiente de elementos icónicos...</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ... apareciera alguna vez el valor “MASCULINO” y ninguna el valor “FEMENINO” se asignaría a la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> el valor “MASCULINO”.</li> <li>○ ... apareciera alguna vez el valor “FEMENINO” y ninguna el valor “MASCULINO” se asignaría a la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> el valor “FEMENINO”.</li> <li>○ ... apareciera alguna vez el valor “MASCULINO” y alguna el valor “FEMENINO” se asignaría a la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> el valor “AMBOS”.</li> <li>○ ... no apareciera ninguna vez el valor “MASCULINO” y ninguna el valor “FEMENINO” se asignaría a la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> el valor “NINGUNO”.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>GÉNERO DE LA</b></p>	<p>Variable derivada que</p>	<p>“NETAMENTE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para determinar el valor adoptado por esta variable se procederá del siguiente modo:</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
<p><b>INFORMACIÓN EN FORMA DE TEXTO</b> ("GÉNERO INFORMACIÓN TEXTO")</p>	<p>categoriza globalmente el <i>género de la información en forma de texto</i> presente en la unidad informativa en función del los valores adoptados por las variables <i>género preferente en la información en forma de texto y géneros citados en la información en forma de texto</i>.</p> <p>El valor que adopta esta variable considera tanto la jerarquía de los diferentes elementos de texto que componen la unidad informativa como el hecho de que se citen ambos géneros en cualquier parte del texto para categorizar globalmente el género de la información escrita.</p>	<p>MASCULINO" ----- "PREFERENTEMENTE MASCULINO" ----- "NETAMENTE FEMENINO" ----- "PREFERENTEMENTE FEMENINO" ----- "NEUTRO"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si la variable género preferente en la información en forma de texto tiene el valor "MASCULINO"... <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ... y la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> tiene el valor "MASCULINO" la variable <i>género de la información en forma de texto</i> adoptará el valor "NETAMENTE MASCULINO".</li> <li>▪ ... y la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> tiene el valor "AMBOS" la variable <i>género de la información en forma de texto</i> adoptará el valor "PREFERENTEMENTE MASCULINO".</li> </ul> </li> <li>○ Si la variable género preferente en la información en forma de texto tiene el valor "FEMENINO"... <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ... y la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> tiene el valor "FEMENINO" la variable <i>género de la información en forma de texto</i> adoptará el valor "NETAMENTE FEMENINO".</li> <li>▪ ... y la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> tiene el valor "AMBOS" la variable <i>género de la información en forma de texto</i> adoptará el valor "PREFERENTEMENTE FEMENINO".</li> </ul> </li> <li>○ Si la variable género preferente en la información en forma de texto tiene el valor "NEUTRO"... <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ... y la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> tiene el valor "AMBOS" la variable <i>género de la información en forma de texto</i> adoptará el valor "NEUTRO".</li> <li>▪ ... y la variable <i>géneros citados en la información en forma de texto</i> tiene el valor "NINGUNO" la variable <i>género de la información en forma de texto</i> adoptará el valor "NEUTRO".</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>NÚMERO DE FOTOGRAFÍAS EN LA UNIDAD INFORMATIVA</b> ("Nº FOTOGRAFÍAS")</p>	<p>Indica el número de fotografías que engloba la unidad informativa, independientemente de que estas constituyan el elemento principal o sean complementarias del</p>	<p>Número natural entero.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se contabilizará y consignará el número de fotografías que alberga la unidad informativa.</li> <li>• A la hora del cómputo se tendrá en cuenta lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Las fotografías suelen estar separadas entre sí a través de elementos gráficos como líneas o espacios; no obstante lo anterior, si varias fotografías aparecen adyacentes pero es evidente de que son imágenes diferenciadas se computarán cada una de ellas independientemente.</li> <li>○ En el caso de que las fotografías presentadas constituyan una sucesión de fotogramas o</li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
	<p>texto de la unidad informativa.</p>		<p>representen el mismo objeto o proceso en una rápida sucesión (ráfaga) serán consideradas una sola unidad, independientemente de que se encuentren adyacentes o no.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ En el caso de que pueda suponerse que una fotografía, por su disposición en el seno de la publicación y por la información en ella representada, ilustra y/o forma parte de varias unidades informativas adyacentes, a efectos del cálculo de esta variable se computará para todas y cada una de las unidades informativas que se relacionan con ella.</li> <li>○ Las fotografías que acompañen al autor de la unidad informativa (usualmente de pequeño tamaño y ubicadas junto al nombre del corresponsal o periodista, que habitualmente se incluyen en géneros periodísticos de opinión como artículos) no serán consideradas al efecto del cómputo de esta variable.</li> </ul>
<p><b>GÉNERO DE LA FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</b> (“GÉNERO FOTOGRAFÍA PRINCIPAL”)</p>	<p><b>Género del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo del técnico o técnicos deportivos, o en su defecto sexo de las autoridades institucionales relacionadas con el deporte, representadas en la fotografía principal.</b></p>	<p>“MASCULINO” ----- “FEMENINO” ----- “NEUTRO” ----- “SIN FOTOGRAFÍA”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si no hubiera fotografía en la unidad informativa la variable adoptaría el valor “SIN FOTOGRAFÍA”.</li> <li>• Se comenzará por determinar cuál es la fotografía principal de la unidad informativa. Para la discriminación de fotografías en el seno de la unidad informativa se atenderá a lo expuesto en la variable <i>número de fotografías en la unidad informativa</i>:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si solo hay una fotografía en la unidad informativa esta será la más relevante.</li> <li>○ Si hubiera varias fotografías se considerará la más relevante la que más superficie ocupe (para el cálculo de la superficie de una fotografía ver lo expuesto para la variable <i>superficie de la fotografía principal</i>, página 6.3-26). Si varias ocupan la misma superficie se considerará la más relevante la que se encuentre más arriba y más a la izquierda sucesivamente en el seno de la unidad informativa.</li> </ul> </li> <li>• Para determinar el <i>género de la fotografía principal</i> se procederá como sigue:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se observará si en la fotografía aparecen representados deportistas o grupos de deportistas como foco o sujeto/objeto principal de la imagen:                 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si solo aparecen representados deportistas y/o grupos de deportistas (equipos, categorías, etc.) del sexo masculino se consignará el valor “MASCULINO”.</li> <li>▪ Si solo aparecen representados deportistas y/o grupos de deportistas (equipos, categorías, etc.) del sexo femenino se consignará el valor “FEMENINO”.</li> <li>▪ Si aparecen referidos deportistas y/o grupos de deportistas (equipos,</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>categorias, etc.) de ambos sexos se consignará el valor "NEUTRO".</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Si no puede discriminarse si los deportistas referidos son del sexo masculino o femenino se asignará el valor "NEUTRO".</li> <li>○ Si en la fotografía no aparecieran representados deportistas se observaría si aparecen representados técnicos deportivos o grupos de técnicos deportivos como foco o sujeto/objeto principal de la imagen (entrenadores, árbitros, gestores o administradores de clubes, personal especializado de la Dirección General de Deporte, médicos, etc.) y se aplicarían los mismos criterios descritos para los deportistas.</li> <li>○ Si en la fotografía no aparecieran relacionados ni deportistas ni técnicos deportivos se observaría si aparecen representadas autoridades institucionales relacionadas con el deporte como foco o sujeto/objeto principal de la imagen (políticos, representantes del Comité Olímpico, etc.) y se aplicarían los mismos criterios descritos para los deportistas.</li> <li>○ Si en la fotografía no aparecieran representados deportistas, técnicos deportivos o autoridades institucionales relacionadas con el deporte se asignaría el valor de "NEUTRO".</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En la determinación de si un sujeto es foco o sujeto/objeto principal de la imagen fotográfica se tendrá en cuenta que este suele aparecer destacado:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Suele aparecer en primer término en la imagen (en contraposición al fondo).</li> <li>○ Suele encontrarse enfocado (en contraposición al fondo).</li> <li>○ Con mucha frecuencia se encuentra en el centro de la imagen y suele ocupar gran parte de esta.</li> </ul> </li> <li>• En la determinación del sexo de los sujetos/objetos de la fotografía podrá ayudarnos lo siguiente:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aspecto físico de los sujetos representados: morfotipo, caracteres sexuales secundarios.</li> <li>○ Elementos culturalmente condicionados según el género: cabello (longitud, corte, recogidos, etc.), vestimenta, adornos, maquillaje o su ausencia, etc.</li> <li>○ Materiales y equipamientos deportivos diferenciados para hombres y mujeres según el reglamento.</li> </ul> </li> <li>• Solo si hubiera dudas para la determinación de los sujetos/objetos de la fotografía se recurriría al contexto lingüístico de la de la fotografía:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se analizarían en primer lugar los textos dependientes de la fotografía (título, leyenda o epígrafe).</li> <li>○ Si persistieran las dudas se analizarían a continuación en conjunto el resto de elementos</li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>de texto de la unidad informativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ De cualquier modo y en caso de conflicto entre la información en forma de texto y la representada en la fotografía en lo referente a la determinación de esta variable se tendría en cuenta la información proporcionada por la fotografía.</li> </ul>
<p><b>SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</b> (“SUPERFICIE FOTOGRAFÍA PRINCIPAL”)</p>	<p>Superficie expresada en cm<sup>2</sup> que ocupa la fotografía principal.</p>	<p>Número racional positivo ----- “SIN FOTOGRAFÍA”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si no existiera fotografía en el seno de la unidad informativa a esta variable se le asignaría el valor “SIN FOTOGRAFÍA”.</li> <li>• Las fotografías usualmente son publicadas en un formato rectangular que facilita el cálculo de su superficie, que viene de multiplicar su ancho (distancia horizontal) por su alto (distancia vertical) en centímetros. Para calcular la anchura y altura de la fotografía se tendrá en cuenta lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si la fotografía se encuentra enmarcada por una línea gráfica se tomará esta como referencia para el cálculo, independientemente de que entre el marco y los bordes de la fotografía medie espacio o margen.</li> <li>○ Si la fotografía no está enmarcada pero tiene bordes nítidos (se distinguen claramente en contraste con el fondo de la página) se tomarán estos como referencia para la medida.</li> <li>○ Si la fotografía no está enmarcada y tiene bordes difuminados (en un punto de la fotografía aumenta progresivamente la luminosidad de los colores desde el centro de la imagen hacia afuera hasta que estos se hacen indistinguibles del fondo) se tomarán como referencia para la medida los lugares donde puede suponerse que la fotografía comienza, independientemente de que sus bordes no se distingan. Para ello podremos ayudarnos de aspectos relacionados con la maquetación tales como: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alineación de las fotografías con columnas de los textos.</li> <li>▪ Elementos gráficos como líneas.</li> <li>▪ Otros elementos icónicos alineados a la misma altura o anchura.</li> <li>▪ Etc.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Si la fotografía no presenta forma rectangular: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si se puede descomponer en varios rectángulos que cuya superficie se calculará como se ha descrito para las fotografías rectangulares. La suma de la superficie de todos ellos constituirá la <i>superficie de la fotografía principal</i>.</li> <li>○ Si la superficie de la fotografía o parte de ella no puede ser descompuesta en rectángulos (por ejemplo fotografías en las que se recorta el fondo destacando a objetos o sujetos), se tomará como referencia para calcular la <i>superficie de la fotografía principal</i> el rectángulo</li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>imaginario mínimo alineado con los bordes de la página en el que la fotografía se encontraría inscrita. La superficie de este rectángulo será la <i>superficie de la fotografía principal</i>, independientemente de que ese rectángulo imaginario invadiera la superficie de otros elementos de la unidad informativa (por ejemplo textos se alineados irregularmente siguiendo el borde recortado de la fotografía), otras unidades informativas u otros elementos de la publicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al contrario de lo que sucede para el cálculo de la <i>superficie de la unidad informativa</i>, en las fotografías a doble página (que se extiendan a lo largo de una página par e impar consecutivas), para el cálculo de la <i>superficie de la fotografía principal</i>, sí se tendrá en cuenta la superficie habitualmente ocupada por los márgenes internos de las páginas de la publicación.</li> <li>• Para el cálculo de la <i>superficie de la fotografía principal</i>, si esta dispone de epígrafe o leyenda y este epígrafe o leyenda no se encuentra inscrito dentro de la fotografía se observará lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si la leyenda se encuentra alineada horizontalmente en una sola línea junto a la fotografía también se considerará el espacio asignado en maquetación a esta leyenda para el cálculo de la <i>superficie de la fotografía principal</i>.</li> <li>○ Si la leyenda no se encuentra alineada horizontalmente junto a la fotografía o lo está en varias líneas no se considerará el espacio asignado en maquetación a esta leyenda para el cálculo de la <i>superficie de la fotografía principal</i>.</li> </ul> </li> <li>• Si determinada información destinada a patrocinio o publicidad se encuentra sobreimpresa o inscrita dentro de una fotografía, a efectos del cálculo de la <i>superficie de la fotografía principal</i> será computada también la superficie que ocupe esta información.</li> <li>• El instrumento de medida (regla) utilizado para las medidas encaminadas a calcular la <i>superficie de la fotografía principal</i> tendrá un nivel de precisión de milímetros (mm).</li> </ul>
<p><b>SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFÍA PRINCIPAL SOBRE LA SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA UNIDAD INFORMATIVA (“% SUPERFICIE FOTOGRAFÍA”)</b></p>	<p>Porcentaje que ocupa la superficie de la fotografía principal sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa.</p>	<p>Número racional positivo entre 0 y 100</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para calcular este valor se aplicará la fórmula siguiente: <math display="block">A = (B \cdot 100) / C</math> Siendo: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ A= SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFÍA PRINCIPAL SOBRE LA SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA UNIDAD INFORMATIVA</li> <li>○ B= SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFÍA PRINCIPAL</li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ C= SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA UNIDAD INFORMATIVA</li> </ul>
<p><b>GÉNERO GLOBAL DE LA UNIDAD INFORMATIVA</b> (“GÉNERO GLOBAL”)</p>	<p><b>Variable derivada que categoriza globalmente el género la unidad informativa en función de los valores adoptados por las variables género de la información en forma de texto y género de la fotografía principal.</b> El valor que adopta esta variable considera en un plano de igualdad la información proveniente de los textos y la información proveniente de la fotografía principal para la categorización global de la unidad informativa en lo relativo al género.</p>	<p>“MASCULINO” ----- “FEMENINO” ----- “NEUTRO” ----- “NO CONGRUENTES”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para determinar el valor de la variable <i>género global de la unidad informativa</i> se atenderá a los valores de las variables <i>género de la información en forma de texto</i> y <i>género de la fotografía principal</i>. De este modo:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si el valor de la variable <i>género de la información en forma de texto</i> es “NETAMENTE MASCULINO”...                 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es “MASCULINO” la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor “MASCULINO”.</li> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es “FEMENINO” la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor “NO CONGRUENTES”.</li> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es “NEUTRO” la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor “MASCULINO”.</li> </ul> </li> <li>○ Si el valor de la variable <i>género de la información en forma de texto</i> es “PREFERENTEMENTE MASCULINO”...                 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es “MASCULINO” la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor “MASCULINO”.</li> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es “FEMENINO” la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor “NO CONGRUENTES”.</li> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es “NEUTRO” la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor “MASCULINO”.</li> </ul> </li> <li>○ Si el valor de la variable <i>género de la información en forma de texto</i> es “NETAMENTE FEMENINO”...                 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es “MASCULINO” la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor “NO CONGRUENTES”.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>



NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es "FEMENINO" la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor "FEMENINO".</li> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es "NEUTRO" la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor "FEMENINO".</li> <li>○ Si el valor de la variable <i>género de la información en forma de texto</i> es "PREFERENTEMENTE FEMENINO" ... <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es "MASCULINO" la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor "NO CONGRUENTES".</li> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es "FEMENINO" la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor "FEMENINO".</li> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es "NEUTRO" la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor "FEMENINO".</li> </ul> </li> <li>○ Si el valor de la variable <i>género de la información en forma de texto</i> es "NEUTRO" ... <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es "MASCULINO" la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor "MASCULINO".</li> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es "FEMENINO" la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor "FEMENINO".</li> <li>▪ ... y el valor de la variable <i>género de la fotografía principal</i> es "NEUTRO" la variable <i>género global de la unidad informativa</i> adoptará el valor "NEUTRO".</li> </ul> </li> </ul>



6.4 Libro de Codificación de las *Fotografías*Tabla 189. Libro de codificación de las *fotografías*

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
<b>NÚMERO DE FOTOGRAFÍA ANALIZADA</b> (“Nº FOTO”)	Número que se asignará a cada fotografía analizada y que mostrará el orden en que esta fotografía se ha analizado en relación a otras fotografías analizadas.	Código compuesto por la cadena de texto “FOT_” seguida de números naturales consecutivos partiendo del “1” (“FOT_1”, “FOT_2”, “FOT_3”...)	<p>Las fotografías, en el seno de la publicación, o bien constituirán por sí mismas una unidad informativa (son el elemento principal que las compone, como las descritas como “FOTONOTICIAS” –ver pág. 6.3-3-), o bien formarán parte de una unidad informativa, por lo que para su numeración en principio se atenderá a lo dispuesto para las unidades informativas (ver página 6.3-1). Independientemente de que una fotografía constituya por sí misma una unidad informativa también será considerada y codificada de manera independiente como unidad de análisis.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si dentro de una unidad informativa hay más de una fotografía se numerarán como sigue: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ En primer lugar la que haya sido considerada fotografía principal de la unidad informativa (ver página 6.3-24).</li> <li>○ A continuación y partiendo desde la esquina superior izquierda de la unidad informativa se numerarán de izquierda a derecha y de arriba abajo consecutivamente.</li> </ul> </li> </ul>
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b> (“FECHA”)	Fecha del número de publicación en el seno de la cual la fotografía aparece publicada.	Fecha con el formato “dd/mm/aaaa”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se asignará la fecha consignada en la portada de la publicación en el seno de la cual una fotografía aparece publicada.</li> </ul>
<b>NÚMERO DE UNIDAD INFORMATIVA RELACIONADA</b> (“UNIDAD INFORMATIVA RELACIONADA”)	Número de la unidad informativa con la que se relaciona (de la que es elemento principal o complementario).	Código compuesto por la cadena de texto “UI_” seguida de números naturales consecutivos partiendo del “1” (“UI_1”, “UI_2”, “UI_3”...)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se consignará el valor de la variable <i>número de unidad informativa analizada</i> de la unidad informativa de la que la fotografía forma parte o constituye elemento principal.</li> </ul>
<b>TÍTULO DE LA FOTOGRAFÍA</b> (“TÍTULO”)	Texto dependiente de la fotografía tipográficamente más destacado que se utiliza	Texto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se consignará como <i>título de la fotografía</i> el texto tipográficamente más destacado que sea dependiente de ella o la acompañe con el propósito de complementar o aclarar su significado (usualmente el epígrafe o leyenda de la fotografía). Para determinar si un texto cumple estas características podrán observarse:</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
	para identificar a la fotografía.		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Distribución gráfica: La ubicación y distribución del texto sugiere formar una unidad con la fotografía (se encuentra alineado junto al texto o superimpreso en la fotografía).</li> <li>○ Formato tipográfico.</li> <li>○ Características semánticas: La información que aporta el texto es congruente con la aportada por la fotografía.</li> <li>• Si un texto es dependiente o complementa a más de una fotografía podrá adoptarse como título para cada una de ellas.</li> <li>• En el caso particular de que un titular se encuentre impreso sobre una fotografía se tomará este elemento de texto como <i>título de la fotografía</i>.</li> <li>• Independiente de que sea el texto tipográficamente más destacado solo se tomará como <i>título de la fotografía</i> el nombre del autor de la fotografía si no hay otro texto alternativo dependiente de esta.</li> <li>• Si una fotografía no tuviera ningún texto dependiente se consignará: "SIN TÍTULO".</li> </ul>
<b>CONSTITUYE FOTOGRAFÍA PRINCIPAL DE LA UNIDAD INFORMATIVA RELACIONADA ("FOTOGRAFÍA PRINCIPAL")</b>	Indica si la fotografía es, en el seno de la unidad informativa de la que forma parte o constituye elemento fundamental, la principal.	<p style="text-align: center;">"SÍ" ----- "NO"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para saber si una fotografía es la principal de la unidad informativa nos remitiremos a lo expuesto para la variable <i>género de la fotografía principal</i> para el análisis de las unidades informativas (p. 6.3-24). Si una fotografía es la principal de la unidad informativa se consignará "SÍ", de otro modo se consignará "NO".</li> </ul>
<b>NÚMERO DE FOTOGRAFÍAS EN LA UNIDAD INFORMATIVA RELACIONADA ("Nº FOTOS TOTAL")</b>	Número de fotografías que engloba la unidad informativa de la que forma parte.	Número natural entero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como criterios para la asignación de este valor se tendrá en cuenta lo expuesto para la variable <i>número de fotografías en la unidad informativa</i> de las unidades de análisis unidades informativas (p. 6.3-23).</li> </ul>
<b>PORTADA ("PORTADA")</b>	Indica si la fotografía analizada se encuentra en la primera página (portada) de la publicación.	<p style="text-align: center;">"SÍ" ----- "NO"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la fotografía se encuentra en la primera página se consignará el valor "SÍ".</li> <li>• Si la fotografía no se encuentra en la primera página se consignará el valor "NO".</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
<b>CONTRAPORTADA</b> ("CONTRAPORTADA")	Indica si la fotografía analizada se encuentra en la última página de la publicación (contraportada).	"SÍ" ----- "NO"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la fotografía analizada se encuentra en la última página de la publicación se consignará el valor "SÍ".</li> <li>• Si la fotografía analizada no se encuentra en la última página de la publicación se consignará el valor "NO".</li> </ul>
<b>PÁGINA IMPAR</b> ("PÁGINA IMPAR")	Indica si la fotografía comienza en una página impar.	"SÍ" ----- "NO"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la fotografía comienza en una página impar se codificará como "SÍ", en caso contrario se codificará como "NO". En relación a la página en que comienza una unidad informativa observar lo dispuesto para la variable <i>página de inicio</i> (p. 6.4-4).</li> </ul>
<b>FOTOGRAFÍA ÚNICA EN PORTADA</b> ("ÚNICA EN PORTADA")	Indica si la fotografía analizada es la única en la primera página o portada.	"SÍ" ----- "NO"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la fotografía se encuentra en portada y es la única presente se consignará el valor "SÍ".</li> <li>• Si la fotografía no se encuentra en la portada, o encontrándose en la portada no es la única presente, se consignará el valor "NO".</li> </ul>
<b>FOTOGRAFÍA ÚNICA EN CONTRAPORTADA</b> ("ÚNICA EN CONTRAPORTADA")	Indica si la fotografía analizada es la única en la última página o contraportada.	"SÍ" ----- "NO"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la fotografía se encuentra en contraportada y es la única presente se consignará el valor "SÍ".</li> <li>• Si la fotografía no se encuentra en la contraportada, o encontrándose en la contraportada no es la única presente, se consignará el valor "NO".</li> </ul>
<b>DOBLE PÁGINA</b> ("DOBLE PÁGINA")	Indica si una fotografía tiene una distribución gráfica de doble página.	"SÍ" ----- "NO"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la fotografía analizada cumple todas las siguientes condiciones se asignará el valor "SÍ"; en caso contrario se asignará el valor "NO": <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La fotografía se extiende impresa entre una página par y su página impar consecutiva.</li> <li>○ La fotografía se extiende en un número de columnas (o su anchura equivalente) mayor que el número de columnas por página que se utiliza en la publicación analizada para la maquetación de noticias.</li> </ul> </li> </ul>
<b>ÚNICA EN DOBLE PÁGINA</b> ("ÚNICA DOBLE PÁGINA")	Indica si una fotografía con distribución a doble página es la única en las páginas en las que se inscribe.	"SÍ" ----- "NO"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la fotografía ha sido categorizada como "SÍ" en la variable <i>doble página</i> y además es la única presente en las dos páginas en las que se inscribe se asignará el valor "SÍ"; en caso contrario se asignará el valor "NO".</li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
<b>PÁGINA DE INICIO</b> ("PÁGINA DE INICIO")	Primera página en la que la fotografía comienza a extenderse impresa.	Número natural	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se asignará como valor el número de página que aparece en la cabecera de la página en la que la fotografía comienza a extenderse impresa.</li> </ul>
<b>SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFÍA</b> ("SUPERFICIE FOTOGRAFÍA")	Superficie expresada en cm <sup>2</sup> que ocupa la fotografía impresa.	Número racional positivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para el cálculo de este valor se atenderá a lo descrito para la variable <i>superficie de la fotografía principal</i> del objeto de estudio unidad informativa (p. 6.3-26).</li> </ul>
<b>SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFÍA SOBRE LA SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA FOTOGRAFÍA</b> ("% SUPERFICIE FOTOGRAFÍA")	Porcentaje que ocupa la superficie de la fotografía sobre la superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa a la que pertenece la fotografía.	Número racional positivo entre 0 y 100	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para calcular este valor se aplicará la fórmula siguiente:  <math display="block">A = (B \cdot 100) / C</math> Siendo: <ul style="list-style-type: none"> <li>A= SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFÍA SOBRE LA SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA UNIDAD INFORMATIVA</li> <li>B= SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFÍA</li> <li>C= SUPERFICIE DE LA MANCHA TOTAL DE LA PÁGINA DE LA UNIDAD INFORMATIVA (variable del objeto de análisis unidad informativa -ver página 6.3-8-).</li> </ul> </li> </ul>
<b>ESPECIALIDAD DEPORTIVA EN LA FOTOGRAFÍA</b> ("ESPECIALIDAD DEPORTIVA FOTOGRAFÍA")	Especialidad deportiva considerada más relevante dentro de la unidad informativa por su ubicación en los elementos que la componen.	ESPECIALIDAD DEPORTIVA: "FÚTBOL", "BALONCESTO", "MULTIDEPORTE" ... ----- "VARIAS ESPECIALIDADES" ----- "NINGUNA"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se identificarían especialidades deportivas en la fotografía. Para hacerlo no servirán de indicadores los siguientes aspectos representados en la imagen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Espacios y materiales deportivos.</li> <li>Vestimenta de los deportistas.</li> <li>Técnicas/habilidades motrices representadas.</li> </ul> </li> <li>Solo si hubiera dudas para la determinación de las especialidades deportivas representadas en la fotografía se recurriría a su contexto lingüístico: <ul style="list-style-type: none"> <li>Se analizarían en primer lugar los textos dependientes de la fotografía (título, leyenda o epígrafe).</li> <li>Si persistieran las dudas se analizarían a continuación en conjunto el resto de elementos de texto de la unidad informativa.</li> <li>De cualquier modo la información proporcionada por los textos solo se utilizará para</li> </ul> </li> </ul>

NOMBRE DE LA VARIABLE (NOMBRE DE LA VARIABLE SIMPLIFICADO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
			<p>poder complementar u aclarar la información de la fotografía, pero nunca para sustituirla. Así, en caso de nula relación o de conflicto entre la información en forma de texto y la representada en la fotografía en lo referente a la determinación de esta variable se tendría en cuenta la información proporcionada por la fotografía.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si hubiera una sola especialidad representada en la fotografía sería la consignada.</li> <li>• Si aparecieran representadas varias especialidades deportivas se asignaría el valor de “VARIAS ESPECIALIDADES” para esta variable.</li> <li>• Si no apareciera representada ninguna especialidad deportiva o no pudiera discriminarse qué especialidad deportiva aparece representada se consignaría el valor “NINGUNA”.</li> <li>• Las especialidades deportivas en todo caso se consignarán con la denominación que hayan recibido en la Normativa General de los Juegos Deportivos de La Rioja (Consejería de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de La Rioja, 2010).</li> </ul>
<p><b>GÉNERO DE LA FOTOGRAFÍA</b>  (“GÉNERO FOTOGRAFÍA”)</p>	<p><b>Género del deportista o conjunto de deportistas, o en su defecto sexo del técnico o técnicos deportivos, o en su defecto sexo de las autoridades institucionales relacionadas con el deporte, representadas en la fotografía.</b></p>	<p>“MASCULINO” ----- “FEMENINO” ----- “NEUTRO”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para determinar el valor que adoptará esta variable se seguirán los mismos criterios descritos para la variable <i>género de la fotografía principal</i> de la unidad informativa como objeto de estudio (ver página 6.3-24).</li> </ul>





### **6.5 Apoyo Gráfico para la Identificación de Unidades de Análisis (*Unidades Informativas y Fotografías*), de sus Límites de Superficie y de Otros Elementos sobre una Publicación de Ejemplo**

El libro de codificación de las unidades informativas y el libro de codificación de las fotografías (ver apartados 6.3 y 6.4 respectivamente) definen las variables, valores que estas pueden adoptar y criterios para asignarlos de cada una de estas dos unidades de análisis, utilizadas para abordar el estudio del *output* a través de la técnica de análisis de contenido.







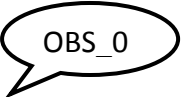
Los anteriores libros de codificación explicitan exhaustivamente los criterios para la codificación de la información escrutada. Este elevado grado de concreción pretende posibilitar esta para todos los múltiples casos particulares que se presentan durante el análisis. A pesar de ser necesaria, esta precisa definición, máxime si se considera de modo descontextualizado, puede dificultar la comprensión de estos criterios de manera global.

Con el objetivo de subsanar lo anterior, a lo largo de las páginas siguientes y sobre una reproducción del suplemento *Deporte Base*, nueva denominación que recibe *Juegos Deportivos*, se introducen ejemplificaciones que facilitan la interpretación de los libros de codificación. Concretamente, utilizando este soporte gráfico, se procede a la identificación de unidades de análisis (*unidades informativas y fotografías*) y de sus límites de superficie, así como a la identificación y comentario de muchos de los elementos considerados en el análisis de contenido.

La publicación de ejemplo reproducida a lo largo de las siguientes páginas es la edición del suplemento *Deporte Base* que acompañó al diario *La Rioja* el 10 de noviembre de 2011 (Nueva Rioja, 2010a). Este suplemento cambia el título respecto al de *Juegos Deportivos* de la temporada anterior, pero versa sobre idéntico tema y es idéntico en sus propósitos y estructura. Las ejemplificaciones son guiadas a través de diferentes signos y etiquetas que se detallan en la Tabla 190.



Tabla 190. Signos utilizados en la identificación de objetos en publicación de ejemplo

ASPECTOS RESEÑADOS SOBRE LA PUBLICACIÓN DE EJEMPLO	SIGNOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS RESEÑADOS	ETIQUETAS IDENTIFICATIVAS DE LOS ASPECTOS RESEÑADOS
Mancha total de la página de la publicación	 <p>Este signo delimita además la superficie de la mancha total de la publicación.</p>	
Unidades informativas	 <p>Este signo delimita la <i>superficie de la unidad informativa.</i></p>	
<i>Fotografías</i>	 <p>Este signo delimita la <i>superficie de la fotografía.</i></p>	
Observaciones		

- **Mancha total de la página de la publicación:** Sobre toda la información de la primera página o portada se ha superpuesto con cierta transparencia (para que puedan verse los elementos efectivamente impresos) la superficie total que ocuparía la mancha de la página en la publicación.

La mancha es la superficie susceptible de ser impresa y en esta investigación constituye una variable (*superficie de la mancha total de la página de la unidad informativa*, que en la práctica es constante para todas las páginas) que permitirá calcular otras variables de superficie en relación a ella.

- **Unidades informativas:** Las *unidades informativas* identificadas se irán reseñando correlativamente siguiendo los criterios que se utilizan en las publicaciones reales (de la primera a la última hoja, de arriba abajo y de izquierda a derecha consecutivamente).

- **UI\_1:** Es la única presente en la primera página o portada, tal como es habitual en la publicación objeto de estudio. Como puede observarse la *unidad informativa* engloba el texto y la *fotografía* que lo ilustra. La superficie se adapta lateral e inferiormente a los límites de la mancha y en la parte superior al límite de la *fotografía* (sobre este límite ver lo dispuesto más abajo para la *fotografía* 1).

- **Fotografías:** Al igual que en las *unidades informativas*, las *fotografías*, como objeto de estudio independiente, aparecen reseñadas en esta publicación de ejemplo en el orden en que serían identificadas en las publicaciones reales.

- **FOT\_1:** Es interesante observar cuál es la superficie considerada para el cálculo de la variable *superficie de la fotografía* en esta en concreto. En este caso es el rectángulo menor que permite inscribir todos los elementos de la imagen (cabeza, mano y pelota del jugador de balonmano que está lanzando y ha sido silueteado), aunque este rectángulo invada otros elementos de la publicación (cabecera).

Esta *fotografía*, además de tener entidad propia como objeto de estudio constituiría la fotografía principal (pues es la única) de la *unidad informativa* 1.

- **Observaciones:**

- **OBS\_1:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presenta la cabecera de la publicación (aunque en la población estudiada el texto que aparece en la cabecera es "JUEGOS DEPORTIVOS"). Además del título este elemento contiene la fecha de la publicación, que sirve para identificarla. Este elemento no es considerado como objeto de estudio, pues no forma parte ni de *unidades informativas* ni de *fotografías*.

- **OBS\_2:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presentan los titulares en la población objeto de estudio, que normalmente constituyen el título de las *unidades informativas*. En este caso el titular "Tras la estela del Naturhouse" sería el *título de la unidad informativa* 1.

- **OBS\_3:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presentan los subtulares o subtítulos en la población objeto de estudio.

- **OBS\_4:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presenta el cuerpo del texto en la población objeto de estudio.



Figura 13. Página 1 de la publicación de ejemplo

# DEPORTE BASE

OBS\_1



FOT\_1

## Tras la estela del Naturhouse

UI\_1

OBS\_4

Los equipos de balonmano com...

Rioja el pasado fin de semana, y lo hicieron con la referencia de un equipo a la máxima categoría nacional, algo de lo que no pueden presumir la mayoría de los deportistas en nuestra Comunidad Autónoma.

Lo que en su día se denominó 'Efecto Darién' por la capacidad de movilización que tuvo el Ciudad de Logroño

Las ligas de balonmano empezaron el pasado fin de semana con el equipo de Asobal como referencia, mientras que los más pequeños ya trabajan en sus concentraciones

no (patrocinado inicialmente por Bodegas Darién), se una alente pese a que se ha perdido el entusiasmo inicial con el Naturhouse.

Cada vez son más niños los que se acercan al Palacio de los Deportes para ver los encuentros con sus padres y en muchas ocasiones, esos escolares optan por la práctica del balonmano. En otros casos, es al revés: los niños

que juegan al balonmano en los equipos tutelados por el propio Naturhouse) son los que luego acuden cada quince días al Palacio de los Deportes. En cualquier caso, el número de escolares que se decide por este deporte va en aumento, y consecuentemente, el número de equipos participantes en las ligas, también. No se trata de un crecimiento es-

pectacular, pero primero se logró frenar la recesión de este deporte en La Rioja y ahora se ha pasado a elevar las cifras.

A ello contribuye el trabajo constante de la Federación Riojana de Balonmano que programa concentraciones para los más pequeños prácticamente todos los fines de semana, con el fin de que progresen y también de ma-

las...

OBS\_2

OBS\_3

tenemos 'enganchados' al deporte que han elegido practicar.

El pasado fin de semana se celebró la primera de ellas en el pabellón del recinto ferial de Albelda de Iregua y este próximo sábado, los benjamines vuelven a estar citados en el mismo escenario. Allí han confirmado su presencia dos equipos de Escuelas de Logroño (Knet Ca-

...minitorneo entre ellos para que los escolares pongan en práctica lo que aprenden con los entrenamientos semanales. De esta forma, los jóvenes jugadores se van familiarizando con el balón, con las reglas de juego, con la técnica básica y también con algunos aspectos técnicos muy básicos.

- **Unidades informativas:**
  - **UI\_2a:** Aunque en este documento, al reproducirse la publicación de ejemplo en páginas no consecutivas, se ha reseñado como UI\_2a y UI\_2b, en realidad constituye una *unidad informativa* única. Para el cálculo de la variable *superficie de la unidad informativa* se sumaría el área ocupada por esta en la página 2 y la página 3 (obsérvese que los márgenes internos de ambas páginas de la publicación, que quedan fuera de la mancha de la página, no son considerados).  
Esta *unidad informativa* constituye un ejemplo bastante frecuente en la publicación en el que la única información presente en su seno adquiere la forma de tablas. Este es el aspecto gráfico y tipográfico que las tablas tienen normalmente en la publicación objeto de estudio.  
Nótese que aunque hay diferentes tablas estas son agrupadas en la misma *unidad informativa* dada su cohesión gráfica, tipográfica y temática (información de partidos y eventos deportivos).
- **Observaciones:**
  - **OBS\_5:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presenta la cabecera de las páginas que no constituyen portada en la población objeto de estudio. En esta cabecera, además del nombre del suplemento o de de la publicación general (suplemento *Deporte Base* o diario *La Rioja* en páginas pares o impares respectivamente) se indica el número de página y la fecha de la publicación, que servirán para codificar variables identificativas en las *unidades informativas* y *fotografías*.  
Nótese que esta cabecera no es considerada en los análisis pues no forma parte ni de las *unidades informativas* ni de las *fotografías*.

Figura 14. Página 2 de la publicación de ejemplo

FUTBOL

SABADO 12

Primera Cadete

La Molineta	Alfaro	18.00	Alfaro-River
La Ribera	Logroño	12.15	Villegas-Colonvillita
P. Viejo	Logroño	12.00	Berceo-Autol
El Ferial	Haro	18.15	Haro-H Victoria
Pistas	S. Domingo	16.00	La Calzada-UD Logroño

Segunda Cadete

El Salvador	Logroño	16.15	Yagüe-Haro B
P. Viejo	Logroño	12.00	Balsamaiso-Rioja P.

Segunda Cadete

A. de Vicente	Logroño	12.00	Alcalá-Las Estrellas
La Estrella	Logroño	12.00	Calasancio-Tatú
P. Viejo	Logroño	12.00	Balsamaiso-B-Vianés

Segunda Cadete

Varea	Logroño	12.00	Varea-H. Victoria
La Ribera	Logroño	12.00	Tatú-B-Aldeia
La Molineta	Alfaro	10.30	Alfaro-Pradejón

Infantil 98

La Ribera	Logroño	16.00	Calasancio-Haro
Cementerio	Nájera	11.00	Nájera-La Calzada

Infantil 98

El Ferial	Haro	12.00	Coras-Balsamaiso
Mundial'82	Logroño	12.00	Mareo-Logroño

Infantil 98

Sendero	Arnedo	12.00	H Victoria B-Comillas
Municipal	Pradejón	16.00	Pradejón-Calasancio

Infantil 98

La Molineta	Alfaro	16.00	Alfaro-Juventud
-------------	--------	-------	-----------------

Infantil 99

Pistas	S. Domingo	11.00	La Calzada-Logroño B
S. Miguel	Navarrete	11.30	Tedeón-Comillas B

Infantil 99

P. Viejo	Logroño	10.00	Tatú-Comillas
Dyón Arena	Oyón	11.30	Oyoneso-Mareo
P. Viejo	Logroño	12.00	Logroño C-Nájera

Infantil 99

P. Viejo	Logroño	10.00	Berceo-Yagüe
P. Viejo	Logroño	10.00	Valvanera-Logroño

Infantil 99

P. Juventud	Calahorra	11.30	Juventud B-Juventud
La Manzanera	Autol	15.45	Autol-Aldeia
S. Miguel	R. Soto	12.15	River-H Victoria

Alevin 00

Cementerio	Nájera	12.15	Nájera-Tatú
La Estrella	Logroño	12.00	La Estrella-La Calzada
S. Miguel	Navarrete	10.00	Tedeón-S. Lorenzo

Alevin 00

P. Viejo	Logroño	12.30	Berceo B-Haro
P. Viejo	Logroño	9.30	Valvanera-Villegas

Alevin 00

S. Andollo	Alberite	11.30	Alberite-Logroño C
P. Viejo	Logroño	9.30	Comillas-Berceo C

Alevin 00

Municipal	Villamediana	11.30	Villamediana-Logroño B
Mundial'82	Logroño	10.00	Mareo-Vianés
P. Viejo	Logroño	9.30	Comillas B-Balsamaiso

Alevin 00

La Ribera	Logroño	9.30	Villegas-B-Logroño
P. Juventud	Calahorra	11.30	Juventud B-H Victoria
P. Viejo	Logroño	9.30	Valvanera C-Yagüe

Alevin 00

Municipal	Pradejón	12.00	Pradejón-Logroño E
P. Viejo	Logroño	12.30	Berceo-Juventud C
P. Viejo	Logroño	11.00	Valvanera B-At. Revellín

Alevin 00

P. Juventud	Calahorra	10.00	S. Agustín-River
La Molineta	Alfaro	12.15	Alfaro-H Victoria B

Alevin 01

P. Viejo	Logroño	9.30	Logroño F-Tatú
El Ferial	Haro	10.30	Haro C-Haro B
P. Viejo	Logroño	12.30	Comillas-Tedeón

Alevin 01

P. Viejo	Logroño	9.30	Balsamaiso B-Logroño
Mundial'82	Logroño	10.00	Mareo-La Calzada
El Ferial	Haro	10.30	Haro-S. Marcial

Alevin 01

P. Viejo	Logroño	12.30	Rioja P-Logroño B
La Ribera	Logroño	9.30	Villegas-Colonvillita
S. Viejo	Logroño	11.00	Valvanera B-Berceo C

Alevin 01

P. Viejo	Logroño	9.30	Balsamaiso B-Logroño
Mundial'82	Logroño	10.00	Mareo-La Calzada
El Ferial	Haro	10.30	Haro-S. Marcial

Alevin 01

P. Viejo	Logroño	12.30	Rioja P-Logroño B
La Ribera	Logroño	9.30	Villegas-Colonvillita
S. Viejo	Logroño	11.00	Valvanera B-Berceo C

Alevin 01

P. Viejo	Logroño	9.30	Balsamaiso B-Logroño
P. Viejo	Logroño	11.00	Berceo-Villegas B
Varea	Logroño	10.00	Varea-Nájera B

Alevin 01

P. Viejo	Logroño	11.00	Logroño E-Nájera
P. Viejo	Logroño	11.00	Berceo B-Comillas C
S. Viejo	Logroño	9.30	Tatú B-Yagüe

Alevin 01

P. Viejo	Logroño	12.30	Logroño C-Comillas B
P. Viejo	Logroño	12.00	Rioja B-Villamediana

P. Viejo	Logroño	12.30	Vianés-A-Vianés
----------	---------	-------	-----------------

Alevin 01

S. Bartolomé	Aldeanueva	11.00	Aldea-H. Victoria
La Molineta	Alfaro	12.15	Alfaro-Juventud B

Alevin 01

Sendero	Arnedo	10.30	H. Victoria B-Teresianas
P. Juventud	Calahorra	16.00	Juventud-Autol

Benjamín 02

La Ribera	Logroño	10.45	Villegas-Nájera C
P. Viejo	Logroño	11.00	Comillas B-Nájera A
P. Viejo	Logroño	12.30	Logroño-B-Valvanera C
Cementerio	Nájera	11.00	Nájera B-Berceo E
El Ferial	Haro	12.00	Haro-La Calzada

Benjamín 02

A. de Vicente	Lardero	11.45	S. Marcial-Tedeón
P. Viejo	Logroño	12.30	Valvanera B-Mareo
P. Viejo	Logroño	16.30	Balsamaiso-S. Marcial B
El Salvador	Logroño	12.00	Yagüe-Varea

Benjamín 02

P. Viejo	Logroño	11.00	Logroño B-H Victoria
La Ribera	Logroño	10.45	Villegas-B-Autol
La Estrella	Logroño	12.00	La Estrella-Tatú
S. Miguel	R. Soto	10.00	River-Valvanera C
Sendero	Arnedo	10.30	H Victoria B-Comillas

Benjamín 03

Mundial'82	Logroño	10.30	Mareo-Balsamaiso B
M. Dios	Logroño	11.00	Villegas B-Calasancio
Maristas	Logroño	9.00	Logroño C-Loyola

Benjamín 03

Berceo	Logroño	9.30	Berceo-Valvanera
P. Municipal	Fuenmayor	10.00	Fuenmayor B-Tatú
Arroyo	Oyón	16.00	Oyoneso-Logroño B
Las Gaunas	Logroño	13.00	Balsamaiso C-Alberite

Benjamín 03

Berceo	Logroño	11.30	Berceo B-H Victoria B
Maristas	Logroño	13.00	Logroño-Balsamaiso
S. Corazón	Logroño	10.00	Loyola B-Villegas
P. Municipal	Villamediana	12.30	Villamediana-Vianés

Prebenjamín 04

Mundial'82	Logroño	12.00	Mareo-Valvanera A
Sdo Corazón	Logroño	11.00	Loyola C-Logroño
Escalpios	Logroño	13.00	Calasancio B-S. Marcial B
Agustinas	Logroño	10.00	Agustinas-Berceo C

Prebenjamín 04

Berceo	Logroño	10.30	Berceo-Alberite
S. Corazón	Logroño	10.00	Loyola B-Valvanera D
P. Municipal	Viana	11.00	Vianés-Oyoneso A
Escalpios	Logroño	13.00	Calasancio-Logroño B
Gastroyejo	Logroño	11.00	Valvanera B-Villamediana

Prebenjamín 04

Berceo	Logroño	12.30	Berceo B-Cantabria
Municipal	Lardero	10.30	S. Marcial-H. Victoria B
S. Pio X	Logroño	11.00	La Estrella-Yagüe
Los Boscos	Logroño	13.00	Valvanera C-Loyola
M. Dios	Logroño	12.00	Villegas-Balsamaiso

Prebenjamín 05

Berceo	Logroño	13.30	Berceo-Balsamaiso B
S. Corazón	Logroño	12.00	Loyola-Valvanera D
M. Dios	Logroño	11.00	Villegas B-Logroño
P. Municipal	Lardero	12.00	S. Marcial-Fuenmayor
R. Pastor	Logroño	11.30	Valvanera B-Agustinas
Escalpios	Logroño	16.30	Calasancio B-Berceo C

DOMINGO 13

Primera Cadete

P. Viejo	Logroño	12.00	Comillas-Valvanera B
P. Juventud	Calahorra	12.00	Juventud-Mareo
P. Viejo	Logroño	12.00	Valvanera A-La Estrella

Segunda Cadete

El Ferial	Haro	11.00	Nájera-Logroño
El Ferial	Haro	10.00	Haro-Tedeón

Segunda Cadete

La Ribera	Logroño	10.00	Villegas-Berceo
-----------	---------	-------	-----------------

Infantil 98

La Estrella	Logroño	10.00	La Estrella-Berceo
P. Viejo	Logroño	12.00	Tatú-Varea

Infantil 98

P. Viejo	Logroño	12.00	Rioja P-H Victoria
----------	---------	-------	--------------------

Infantil 99

La Ribera	Logroño	11.45	Villegas-Haro
-----------	---------	-------	---------------

Infantil 99

La Estrella	Logroño	12.00	La Estrella-S. Marcial
-------------	---------	-------	------------------------

Alevin 00

El Ferial	Haro	11.00	Coras-Logroño D.
-----------	------	-------	------------------

Alevin 00

La Ribera	Logroño	13.15	Calasancio-S. Marcial
-----------	---------	-------	-----------------------

Alevin 01

P. Juventud	Calahorra	11.00	Juventud C-Pradejón
-------------	-----------	-------	---------------------

Benjamín 02

P. Viejo	Logroño	12.00	Logroño C-Vianés
----------	---------	-------	------------------

Benjamín 03

P. Municipal	Arnedo	12.45	H Victoria-Tedeón
--------------	--------	-------	-------------------

Prebenjamín 04

P. Municipal	Arnedo	12.45	H Victoria-Tedeón
--------------	--------	-------	-------------------

P. Municipal	Arnedo	11.45	H Victoria-Villegas B
--------------	--------	-------	-----------------------

BALONCESTO

SABADO 12

Cadete masculino

Maristas	Logroño	12.30	D'Elhuyar 97-Alcoholera
Lobete	Logroño	9.30	Sagasta 96-Loyola LT
P. Europa	Calahorra	11.00	Calahorra-R. Pastor
Valdegastea	Logroño	9.30	Cerrobaza-96 Suarez
Bretón	Logroño	11.00	Riojacer-Alfaro

Cadete masculino

Anduva	Miranda	10.00	Cronos L-96 Herrero
Valle Oja	S. Domingo	10.45	Hermosilla-Loyola F
Corazonistas	Haro	9.45	Corazonistas-Cia Maria
Multusos	Nájera	11.00	Najerilla-Cronos ND

Cadete masculino

Murrieta	Logroño	11.00	D. Nájera-Arnedo
Maristas	Logroño	9.30	97 Arévalo-Sagasta 97
Jesuitas	Logroño	11.30	Loyola F-Teresianas B

Cadete femenino

IX Centenario	Logroño	9.30	Las Gaunas B-R. Pastor
Valdegastea	Logroño	12.30	Linetto-Najerilla
Lobete	Logroño	11.00	Arguiñano-Las Gaunas D

Cadete femenino

P. Espartero	Logroño	9.30	Las Gaunas-Caja España
P. Europa	Calahorra	9.30	Sagar-Clavijo
Poideportivo	Rincón	10.30	R. Soto-Las Gaunas C

Cadete femenino

Anduva	Miranda	11.30	Cronos ND-Alfaro
Lobete	Logroño	12.30	B. Rioja 97-Riojacer
Poideportivo	Pradejón	10.30	S. Antonio-Hermosilla
Calverte	Arnedo	11.00	Arnedo-Teresianas

Infantil masculino

Bretón	Logroño	9.30	D'Elhuyar 99-98 Gala
Murrieta	Logroño	9.30	Las Fuentes-Linetto
Calverte	Arnedo	9.30	Arnedo-Arnedo B
Bretón	Logroño	12.30	98 Mediano-Sagasta 98
Anduva	Miranda	10.00	Cronos ND-99 Witt

Infantil masculino

OE Moreno	Alfaro	11.00	Alfaro-Los Boscos
Maristas	Logroño	11.00	99 Lawal-Cronos ND 99
Esc. Daniel	Logroño	11.00	R. Pastor-Teresianas
Poideportivo	Ezcayar	11.00	Ezcayar-Riojacer
Valdegastea	Logroño	11.00	S. Ignacio-99 Alex

Infantil femenino

Murrieta	Logroño	12.30	Las Gaunas B-Barros
Lobete	Logroño	12.30	Champagnat-Gaunas D
Lobete	Logroño	11.00	Clavijo-Cronos

Infantil femenino

Espartero	Logroño	11.00	Las Gaunas A-Arévalo
Valdegastea	Logroño	9.30	Sagasta 98-Las Gaunas C
Valdegastea	Logroño	11.00	S. Ignacio-Teresianas

Infantil femenino

- **Unidades informativas:**
  - **UI\_2b:** Véase lo explicado en UI\_2a.
  - **UI\_3:** Constituye un ejemplo de *unidad informativa* ilustrada con más de una *fotografía*.
- **Fotografías:**
  - **FOT\_2:** Además de ser un objeto de análisis autónomo sería la *fotografía* principal de la *unidad informativa* UI\_3, pues es la de mayor tamaño dentro de esta.  
El texto “Dos jugadores de fútbol sala pugnan por un balón, en el encuentro inaugural de la temporada” es la leyenda de la *fotografía* y constituye un ejemplo del aspecto gráfico y tipográfico que presentan las leyendas de las *fotografías* en la población objeto de estudio.  
Nótese que el espacio asignado en maquetación a la leyenda, al encontrarse adyacente y horizontalmente alineada a la *fotografía* que acompaña, es tenido en consideración para el cálculo de la *superficie de la fotografía*.
  - **FOT\_3:** Este es un ejemplo de *fotografía* que no tiene forma rectangular. Para el cálculo de su superficie la imagen se inscribe en el menor rectángulo capaz de albergarla (nótese que la imagen del balón forma claramente parte de la misma *fotografía*, a la que se ha recortado el fondo y por tanto es agrupado junto a las jugadoras que lo persiguen), independientemente de que este rectángulo invada otros elementos de la publicación (en este caso el texto del cuerpo de la noticia).  
Obsérvese que en este caso la leyenda queda dentro de la superficie rectangular considerada para el cálculo de la *superficie de la fotografía*, lo que no afectará en nada a este (ni se añadirá ni se sustraerá la superficie que el texto de la leyenda ocupa).
- **Observaciones:**
  - **OBS\_6:** Este es un ejemplo de línea gráfica, elemento de la publicación utilizado para separar y mostrar la independencia de diferentes informaciones. Si bien estas líneas gráficas ayudan a discriminar diferentes *unidades informativas* en el seno de una misma página nótese que no son tenidas en consideración para el cálculo de sus respectivas superficies.

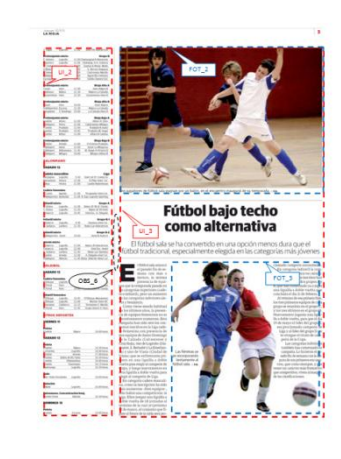


Figura 15. Página 3 de la publicación de ejemplo



Vague	Logroño	11.00	Siete Inf-Adoratrices
<b>Prebenjamín mixto</b>			
Univers.	Logroño	13.00	Champagnat B-Navarrete
Espartero	Logroño	12.00	Champagnat A-G. Gallarza
Centenario	Logroño	10.00	Gaunas A-Navar. Murillo
Blanc			G. Berceo-Duquesa
Univer.			Castrovieja-Murillo
Polidep			Agoncillo-Cenicero
Escolapios			Sotillo-Danone EyC
<b>Prebenjamín mixto</b>			
Cossio	Haro	11.00	Haro-Nájera B
Multisuos	Nájera	12.30	Nájera-La Calzada
Corazonistas	Haro	12.30	Corazonistas-Haro B
<b>Prebenjamín mixto</b>			
Cossio	Haro	10.00	Haro-Nájera
Polideportivo	Ezcarray	12.30	Nájera-La Calzada
Margubete	S. Domingo	10.00	La Calzada-Haro B
<b>Prebenjamín mixto</b>			
Frontón	Alfaro	12.00	Alfaro-R. Ebro
Polideport.	Filtero	12.00	Calatravines-Milagro
Frontón	Pradejón	12.00	Pradejón B-Autol
Frontón	Pradejón	10.45	Pradejón-M. Angel
Frontón	Alfaro	13.00	Alfaro B-Camino
<b>Prebenjamín mixto</b>			
Frontón	Arnedo	13.00	H Victoria-Pradejón
Polideport.	Autol	12.00	Autol-La Milagrosa
Polideport.	Aldeanueva	11.45	M. Angel-H Victoria B
Polideport.	Milagro	10.00	Milagro-Alfaro B

**BALONMANO**

**SABADO 12**

<b>Cadete masculino</b>			<b>Liga</b>
Escolapios	Logroño	9.30	Knet Cal 97-Comercio
Marianistas	Vitoria	12.00	El Pilar-Knet. Cal.
Alkua	Vitoria	11.00	Laudio-Naturhouse
<b>Cadete femenino</b>			
Cacho	Agedra	11.00	Toropasión-Knet Cal.
Polideportivo	Andosilla	11.00	R. Ega-Logroño Sporting

<b>Infantil mixto</b>			<b>Grupo A</b>
V. Ochoa	Logroño	11.00	Natur LR 98-B. Clavijo
V. Ochoa	Logroño	12.30	Natur LR 99-Knet
Comercio	Logroño	10.45	Knet Esc.-A. Delgado

<b>Infantil mixto</b>			<b>Grupo B-1</b>
Comercio	Logroño	9.30	Oyonesa-Knet Cal.
Gallarza	Lardero	11.30	Natur Lar-Adoratrices

<b>Infantil mixto</b>			<b>Grupo B-2</b>
Polideportivo	Autol	10.00	Autol B-Autol A

<b>Ulevín mixto</b>			
Comercio	Logroño	13.00	Natur LR-Adoratrices
Comercio	Logroño	12.00	Knet Esc.-Autol
Gallarza	Lardero	12.45	Natur Lar-Oyonesa
Frontón	Arnedo	12.00	Natur LR 99-Knet
Polideport.	Alberite	11.45	Natur. Alberite-Natur Lar

**VOLEIBOL**

**SABADO 12**

<b>Cadete femenino</b>			
D'Elhuyar	Logroño	12.00	Clavijo
El Ferial	Haro	12.00	Cas. Clavijo
El Ferial	Haro	12.45	Cas. Clavijo
<b>Infantil femenino</b>			
Elhuyar	Logroño	10.45	D'Elhuyar-Marianistas
D'Elhuyar	Logroño	12.00	Nuchar-Siete Inf.
Meresianas	Calahorra	12.15	Teresianas-V. Murillo
El Ferial	Haro	12.45	Grupo Amets-V. Haro

**OTROS DEPORTES**

**VIERNES 11**

<b>Pelota</b>			
Frontón	Nájera		18.00 horas

**SABADO 12**

<b>Pelota</b>			
Frontón	Nájera		16.30 horas
La Estrella	Logroño		16.00 horas
Frontón	Arnedo		17.00 horas
Frontón	Baños de Río Tobía		16.30 horas
Frontón	Villamediana		16.00 horas
Frontón	Fuenmayor		16.15 horas
Castroviejo	Logroño		16.30 horas

**Judo**

Sim. Pedro Fernández	Logroño		10.00 horas
----------------------	---------	--	-------------

**Natación**

Bobete	Logroño		10.00 horas
--------	---------	--	-------------

**Balónmano. Concentración benj.**

Recinto Ferial	Albelda		10.30 horas
----------------	---------	--	-------------

**DOMINGO 13**

<b>Pelota</b>			
Frontón	Ezcarray		10.00 horas



Los jugadores de fútbol sala pugnan por un balón, en el encuentro inaugural de su temporada. :: F.O.

# Fútbol bajo techo como alternativa

El fútbol sala se ha convertido en una opción menos dura que el fútbol tradicional, especialmente elegida en las categorías más jóvenes



Las féminas se van incorporando lentamente al fútbol sala. :: F.O.

**E**l fútbol sala arrancó el pasado fin de semana con más o menos, la misma presencia de equipos que la temporada pasada en las categorías superiores (cadete e infantil), pero un aumento en las categorías inferiores alevín y benjamín. Como viene siendo habitual en los últimos años, la presencia de equipos femeninos no es excesivamente numerosa. Esta campaña han sido seis los conjuntos inscritos en la Liga cadete femenina con presencia de los equipos de Santo Domingo de la Calzada (Calceatense y Cruz Roja), tres de Logroño (Diamante, S. Bernabé y La Enseñanza) y uno de Viana (Ciudad de Viana) que se enfrentarán primero en una liguilla a doble vuelta para elegir al campeón de copa, y luego nuevamente en otra liguilla a doble vuelta para elegir al campeón de Liga. En categoría cadete masculina, como la inscripción ha sido más numerosa (diez equipos), sólo habrá una competición: la Liga. Ellos juegan una liguilla a doble vuelta de 18 jornadas al término de la cual (el próximo 2 de mayo), el conjunto que figure al frente de la tabla será pro-

clamado campeón autonómico. En categoría infantil la competición tendrá un carácter mixto. Los conjuntos inscritos serán los de los grupos A y B, que han comenzado ya a jugar una liguilla a doble vuelta que concluirá el día 11 de febrero. Al término de esa primera fase los tres primeros equipos de cada grupo se reunirán en el grupo C, y los tres últimos en el grupo D. Nuevamente jugarán una liguilla a doble vuelta, para que el día 19 de mayo el líder del grupo C sea proclamado campeón de Liga y al líder del grupo D, se le otorgue el título de campeón de la Copa. Las categorías inferiores también han comenzado su campaña. Lo hicieron el pasado fin de semana con la disputa de sus primeros encuentros, que como siempre, y por tener un carácter más formativo que competitivo, viven al margen de las clasificaciones.

UI\_2

FOT\_2

UI\_3

OBS\_6

FOT\_3

- **Unidades informativas:**
  - **UI\_4:** Esta unidad informativa es la primera en ser identificada, pues se encuentra en la parte superior de la página.
  - **UI\_5:** Esta es la segunda *unidad informativa* identificada en la página, pues está debajo de la UI\_4, y a la misma altura pero a la izquierda de la UI\_6.  
El texto “Inscripción a frontenis”, tipográficamente destacado, es un ejemplo de intertítulo o quiebra, elemento que se usa para dividir el cuerpo del texto en las noticias para facilitar su comprensión y que no debe ser confundido con otros como subtítulos o destacados. Los intertítulos, al efecto del análisis de las *unidades informativas* se consideran parte del cuerpo del texto.
  - **UI\_6:** Por su posición relativa en la página esta es la última *unidad informativa* en ser identificada. Constituye un ejemplo de *unidad informativa* no ilustrada por imagen alguna.
- **Fotografías:**
  - **FOT\_4:** Además de ser un objeto de análisis con entidad propia es la *fotografía* única y por lo tanto principal de la UI\_4.  
Es un ejemplo de *fotografía* sin texto dependiente (leyenda que lo acompañe).
  - **FOT\_5:** Además de ser un objeto de análisis con entidad propia es la *fotografía* única y por lo tanto principal de la UI\_5.  
Nótese cómo la leyenda que acompaña a esta *fotografía*, por su disposición en la maquetación, es tenida en consideración para el cálculo de la *superficie de la fotografía*.
- **Observaciones:**
  - **Observación 7:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presentan los elementos denominados destacados en la publicación objeto de estudio.
  - **Observación 8:** Este es otro detalle de líneas gráficas, en este caso combinadas con espacios en la maquetación para discriminar tres noticias diferentes, que constituirían las *unidades informativas* de la página objeto de análisis en esta investigación. Nótese que estos espacios divisorios no son asignados a ninguna de las *unidades informativas*.



Figura 16. Página 4 de la publicación de ejemplo

UI\_4

# Las primeras brazadas del curso

La piscina de Lobete recibirá a los escolares en su primera comparecencia del año deportivo

Los nadadores se suman este fin de semana a los escolares que ya están compitiendo en los Juegos Deportivos, y ampliando así la oferta entre los niños y niñas riojanos.

El próximo sábado, a partir de las 10.00 horas, la piscina de Lobete será el escenario de la primera de las jornadas de natación. La Federación Riojana ha diseñado un programa de 14 jornadas, y la primera se nadará en Lobete.

La principal novedad de la temporada que ahora comienza es que los escolares prácticamente centrarán su competición en la nueva piscina del Adarraga. Si hasta la actual campaña, las jornadas se distribuían por las piscinas de Logroño, Calahorra o Arnedo, principalmente, a partir de ahora la nueva piscina del Centro de Tecnificación del Adarraga será la sede principal de los Juegos Deportivos.

Los escolares que quieran participar en las pruebas de natación en Lobete son tres que van a tener lugar en la piscina de La Plana de Calahorra, todas las demás jornadas se van a celebrar en Logroño en la recién estrenada instalación.

Los escolares que quieran participar en las pruebas de natación en Lobete son tres que van a tener lugar en la piscina de La Plana de Calahorra, todas las demás jornadas se van a celebrar en Logroño en la recién estrenada instalación.



FOT\_4

OBS\_7

La nueva piscina del Adarraga será la sede principal de los Juegos Deportivos

El sábado nadarán infantiles, juveniles y los de la categoría absoluta-joven

berán solicitar la licencia de los Juegos Deportivos, al menos, quince días antes de su estreno en la competición, por lo que ya no están a tiempo de inscribirse para nadar el próximo sábado, pero si quedan hacerlo para partici-

par en la segunda jornada, que tendrá lugar el próximo 26 de noviembre en el Adarraga.

En la jornada que se celebra este próximo sábado tomarán parte los nadadores de la categoría absoluta-joven.

decir, infantil, juvenil y absoluto joven. No siempre forman parte en la misma jornada todas las categorías. Esta situación únicamente se da cuando la jornada es doble, es decir, cuando se va a suceder en cinco ocasiones este año.

OBS\_8

# Arranca el torneo de pelota a mano

Más de cien parejas se han inscrito en la competición que empieza el viernes

El inicio del Torneo de Pelota a mano por parejas es otra de las novedades que presenta la cartelera escolar de este fin de semana.

El viernes, a partir de las 18.00 horas, en Nájera comenzará la competición de pelota a mano por parejas. En esta modalidad se registra la presencia -por primera vez- de alumnos de las escuelas de Autol y Arnedo, en La Rioja Baja (además, de Calahorra, que ya había participado otros años) y Santurde, en La Rioja Alta.

Las categorías que comienzan llegan hasta benjamines, porque para los prebenjamines se han diseñado varias concentraciones a lo largo del año que comenzarán en fechas próximas. Ellos todavía no participarán en ninguna



FOT\_5

Un jugador golpea la pelota con su derecha.

competición, sino que se trata de que vayan adquiriendo la capacitación técnica.

### Inscripción a frontenis

La Federación Riojana de Pelota ha decidido prorrogar durante todo el mes de noviembre, el plazo de inscripción al torneo escolar de frontenis.

Esta competición está creciendo en las últimas campañas, y una vez que se cierre la inscripción, la Federación se pondrá a trabajar en el diseño de la campaña escolar de esta modalidad.

Las escuelas de Autol, Arnedo y Santurde se entrenan esta temporada

# La orientación reparte sus primeros puntos

Después de una primera jornada formativa, el pasado fin de semana tuvo lugar en el Parque de la Alfranca de Logroño la primera jornada de orientación.

En esta categoría tomaron parte en esta primera prueba por el parque y tuvieron la oportunidad de sumar los primeros puntos después de mostrar su destreza con el plano y la brújula.

En la categoría prebenjamín, los mejores fueron Valeria Delgado y Daniel Galindo. En la categoría benjamín los ganadores de las carreras fueron Lucía Bertruetta y Hugo Fernández.

Entre los alevines, los mejores fueron Lara Azulmendi y Álex Pérez. Los infantiles más rápidos fueron Lidia Ascacibar y Raúl Ortega.

En cadetes, la victoria correspondió a Neila Centeno y Leandro Teixeira, siendo los mejores en la categoría juvenil: Claudia Moldovan y Daniel Ascacibar.

La categoría alevín fue la que registró una mayor participación con 15 escolares de cada sexo. En total en la jornada participaron casi 80 deportistas que tuvieron la oportunidad de disfrutar de esta nueva jornada de orientación.

En el resto de las categorías la inscripción fue menor, aunque a lo largo de la campaña las cifras irán subiendo, porque apuntados estaban muchos más deportistas de todas las edades aunque no comparecieron en la primera de las pruebas puntuables para la clasificación final de la liga de orientación.

UI\_6

- **Unidades informativas:**
  - **UI\_7:** Este es un ejemplo de “fotonoticia” (denominada “póster” por el responsable de la publicación), es decir, de una *fotografía* que no es dependiente o complementaria de texto alguno y que constituye por sí sola una noticia completa (y por tanto en nuestro caso una *unidad informativa* independiente).  
El título de las *unidades informativas* que adoptan la forma de fotonoticia suele ser la leyenda que las acompaña (en este caso el texto “Participación en la primera jornada de orientación”).
- **Fotografías:**
  - **FOT\_6:** La fotonoticia de esta página, además de como *unidad informativa*, también es identificada para su análisis como objeto independiente.  
Nótese que las fotonoticias, según los criterios de análisis fijados en esta investigación, tendrán el mismo título y superficie tanto si se las considera *unidades informativas* como si se las considera *fotografías* independientes objeto de estudio.
- **Observaciones:**
  - **Observación 9:** Aquí se muestra un ejemplo de información de patrocinio (en este caso del propio diario), que no es considerada a la hora de analizar la publicación. En este caso se encuentra sobreimpresa sobre la *unidad informativa* UI\_7, lo que no afecta en modo alguno al cálculo de su superficie (este se realiza como si la información de patrocinio no estuviera presente).



Figura 17. Página 5 de la publicación de ejemplo



Participantes en la primera jornada de orientación :: F. DIAZ

UI\_7

FOT\_6

OBS\_9

LA RIOJA

DIA

- **Unidades informativas:**
  - **UI\_8:** Aquí se ve otro ejemplo de *unidad informativa* cuyo texto se encuentra en forma de tablas, que en este caso informan de resultados y clasificaciones de los Juegos Deportivos de diferentes especialidades deportivas. La disposición gráfica y la cohesión temática permiten agrupar todas las tablas y la *fotografía* de la página que las acompaña en una misma *unidad informativa*.
- **Fotografías:**
  - **FOT\_7:** Esta *fotografía* constituye parte de la UI\_8 (es su *fotografía* principal, al ser la única) y también es objeto de estudio independiente. La leyenda que acompaña a la *fotografía* en este caso se encuentra sobreimpresa a ella y forma parte de su superficie.



**Figura 18. Página 6 de la publicación de ejemplo**

ALONCESTO

**CADETE MASCULINO LIGA**

Resultados

- Alcoholera-Riojacer 37-61
- Alfaro-Cerrolaza 61-33
- San Suarez-Calahorra 101-2
- Pastor-Sagasta 46-53
- Nola L-T-D Elhuyar 47-56

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. 96 Suarez	2	1	1	0	101	2
2. Alfaro	0	0	0	1	61	23
3. Riojacer	0	0	0	1	61	37
4. D Elhuyar	0	0	0	1	56	47
5. Sagasta	0	0	0	1	53	46
6. R. Pys	1	1	0	1	46	53
7. Loyola	1	1	0	1	47	56
8. La Alcazar	1	1	0	1	37	61
9. Cerrolaza	1	1	0	1	33	61
10. Alcazar	1	1	0	1	2	101

**CADETE MASCULINO COPA A**

Resultados

- Herrero-Najerilla 53-30
- Cronos Nd-Coronistas 32-46
- Cla Maria-Hermosilla 33-65
- Faustino-Cronos E 31-59

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Hermosilla	2	1	1	0	65	33
2. Cronos E	2	1	1	0	59	31
3. 96 Herrero	2	1	1	0	53	30
4. Coronistas	2	1	1	0	46	32
5. Cronos Nd	1	1	0	1	32	46
6. Najerilla	1	1	0	1	30	53
7. L Faustino	1	1	0	1	31	59
8. Cla Maria	1	1	0	1	33	65

**CADETE MASCULINO COPA B**

Resultados

- Faustino-Desnaca 31-27
- Teresianas B-97 Arévalo 41-52
- Sagasta-97 Nájera 37-23

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Arnedo	2	1	1	0	37	23
2. D. Nájera	2	1	1	0	52	41
3. Teresianas B	2	1	1	0	31	27
4. 97 Arévalo	1	1	0	1	27	31
5. Sagasta 97	1	1	0	1	41	52
6. Teresianas	1	1	0	1	23	37
7. L Faustino	0	0	0	0	0	0

CADETE FEMENINO LIGA A1

Resultados

- Pastor-H Argañano 35-68
- Las Gaunas D-Linetto 17-64
- Najerilla-Las Gaunas B 20-48

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Linetto	2	1	1	0	64	17
2. H Argañano	2	1	1	0	68	35
3. Las Gaunas B	2	1	1	0	48	20
4. Najerilla	1	1	0	1	20	48
5. R. Pastor	1	1	0	1	35	68
6. Las Gaunas D	1	1	0	1	17	64

CADETE FEMENINO LIGA A2

Resultados

- Caja España-R. Soto 19-29
- Las Gaunas C-Sagasta 44-37
- Najerilla-Las Gaunas 54-37

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Clavijo	2	1	1	0	54	37
2. R. Soto	2	1	1	0	29	19
3. Las Gaunas C	2	1	1	0	44	37
4. Sagara	1	1	0	1	37	44
5. Caja España	1	1	0	1	19	29
6. Las Gaunas	1	1	0	1	37	54

CADETE FEMENINO COPA

Resultados

- Barro-Arnedo 18-52
- Heslanas-S. Antonio 8-51
- Hermosilla-B Rioja 97 31-54
- Riojacer-Cronos Nd 38-39

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. S. Antonio	2	1	1	0	51	8
2. Arnedo	2	1	1	0	52	18
3. B Rioja 97	2	1	1	0	54	31
4. Cronos Nd	2	1	1	0	39	38
5. Riojacer	1	1	0	1	38	39
6. Hermosilla	1	1	0	1	31	54
7. Alfaro	1	1	0	1	18	52
8. Teresianas	1	1	0	1	8	51

INFANTIL MASCULINO LIGA

Resultados

- Gata-Cronos N D 66-32
- 99 Witt-98 Mediano 56-26
- Sagasta 98-Arnedo 50-31
- Arnedo B-Las Fuentes 42-35
- Netto-D Elhuyar 42-19

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. 98 Gata	2	1	1	0	66	32
2. 99 Witt	2	1	1	0	56	26
3. Linetto	2	1	1	0	42	19
4. Sagasta 98	2	1	1	0	50	31
5. Arnedo B	1	1	0	1	42	35
6. Netto	1	1	0	1	42	19

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. 98 Gata	2	1	1	0	66	32
2. 99 Witt	2	1	1	0	56	26
3. Linetto	2	1	1	0	42	19
4. Sagasta 98	2	1	1	0	50	31
5. Arnedo B	1	1	0	1	42	35
6. Netto	1	1	0	1	42	19



Jugadores del Agoncillo de fútbol sala.

FOT\_7

UI\_8

6. Las Fuentes 1 1 0 1 35 42

7. Arnedo 1 1 0 1 31 50

8. D Elhuyar 1 1 0 1 19 42

9. 98 Mediano 1 1 0 1 26 56

10. Cronos N D 1 1 0 1 32 66

INFANTIL MASCULINO COPA

Resultados

- Los Boscos-S. Ignacio 25-47
- 99 Alex-Ezcaray 28-42
- Riojacer-R. Pastor 9-37
- Teresianas-92 Antón 40-44
- Cronos-Alfaro 13-50

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Alfaro	2	1	1	0	50	13
2. R. Pastor	2	1	1	0	37	9
3. S. Ignacio	2	1	1	0	47	25
4. Ezcaray	2	1	1	0	42	28
5. 92 Antón	2	1	1	0	44	40
6. Teresianas	1	1	0	1	40	44
7. 99 Alex	1	1	0	1	28	42
8. Los Boscos	1	1	0	1	25	47
9. Riojacer	1	1	0	1	9	37
10. Cronos	1	1	0	1	13	50

INFANTIL FEMENINO LIGA G A

Resultados

- Corazonistas-Clavijo 11-56
- Cronos-Champagnat 18-68
- Las Gaunas D-Las Gaunas B Rest. Barros Descana 36-42

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Champagnat	2	1	1	0	68	18
2. Clavijo	2	1	1	0	56	11
3. Las Gaunas B	2	1	1	0	42	36
4. Las Gaunas D	1	1	0	1	36	42
5. Corazonistas	1	1	0	1	11	56
6. Cronos	1	1	0	1	18	68
7. Rest. Barros	0	0	0	0	0	0

INFANTIL FEMENINO LIGA G B

Resultados

- S. Ignacio-Desnaca 28-29
- Sotillo 98-Cronos 14-36
- Arévalo-Sagar 44-42

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Las Gaunas	2	1	1	0	36	14
2. Arévalo	2	1	1	0	44	42
3. Sagasta 98	2	1	1	0	29	28
4. Teresianas	1	1	0	1	28	29
5. Sagar	1	1	0	1	42	44
6. Las Gaunas C	1	1	0	1	14	36
7. S. Ignacio	0	0	0	0	0	0

INFANTIL FEMENINO COPA G

Resultados

- Hermosilla-Corazts B 30-45
- Sotillo 98-Cronos 30-31

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Corazts B	2	1	1	0	45	30
2. Cronos	2	1	1	0	31	30
3. Sotillo 98	1	1	0	1	30	31
4. Hermosilla	1	1	0	1	30	45
5. Ezcaray	0	0	0	0	0	0

INFANTIL FEMENINO COPA H

Resultados

- Agustinas-Loyola L T 4-52
- Riojacer-Galarreta 41-32
- Cla Maria-R. Pastor 6-52

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Loyola L T	2	1	1	0	52	4
2. R. Pastor	2	1	1	0	52	6
3. Riojacer	2	1	1	0	41	32
4. Galarreta	1	1	0	1	32	41
5. Cla Maria	1	1	0	1	6	52
6. Agustinas	1	1	0	1	4	52

INFANTIL FEMENINO COPA I

Resultados

- R. Soto A-M. Angel 22-23
- S. Antonio-R. Soto B A-A 51-31

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Teresianas B	2	1	1	0	51	31
2. M. Angel	2	1	1	0	23	22
3. R. Soto A	1	1	0	1	32	23
4. Alfaro	1	1	0	1	31	51
5. R. Soto B	0	0	0	0	0	0
6. S. Antonio	0	0	0	0	0	0

FÚTBOL SALA

CADETE MASCULINO LIGA

Resultados

- Marianistas-Adcaees 96 0-3
- Villamediana-La Laboral 4-6
- Cerverano-Navarrete A-A 4-4
- Murillo-Gracuris 5-1
- Adcaees 97-Rioja Arnedo 2-2

Clasificación

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Murillo	3	1	1	0	5	1
2. Adcaees 96	3	1	1	0	3	0
3. La Laboral	3	1	1	0	6	4
4. Adcaees 97	1	1	0	1	2	2
5. Rioja Arnedo	1	1	0	1	2	2
6. Cerverano	0	0	0	0	0	0
7. Navarrete	0	0	0	0	0	0
8. Villamediana	0	1	0	1	4	6
9. Marianistas	0	1	0	1	3	3
10. Gracuris	0	1	0	1	1	5

CADETE FEMENINO COPA

Resultados

- Diamante-Calcaense 1-4
- Ciudad De Viana-S. Bernabé 4-6
- Cruz Roja-La Enseñanza A-A

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Calcaense	3	1	1	0	4	1
2. S. Bernabé	3	1	1	0	6	4
3. Cruz Roja	0	0	0	0	0	0
4. La Enseñanza	0	0	0	0	0	0
5. Ciudad De Viana	1	0	0	1	4	6
6. Diamante	0	1	0	1	1	4

INFANTIL MIXTO G A

Resultados

- Las Fuentes B-Fuenmayor 3-9
- Marianistas-Las Fuentes 2-5
- Naiða-Los Boscos 0-18

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Los Boscos	3	1	1	0	18	0
2. Fuenmayor	3	1	1	0	9	3
3. Las Fuentes B	3	1	1	0	5	2
4. Marianistas	0	1	0	1	2	5
5. Las Fuentes B	0	1	0	1	3	9
6. Naiða	0	1	0	1	0	18

INFANTIL MIXTO G B

Resultados

- Sagasta-Pericos 7-5
- Agoncillo-Gracuris 2-3
- Adcaees-Gracuris 1-5

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Gracuris	3	1	1	0	5	1
2. R. Pastor	3	1	1	0	7	5
3. Galilea	3	1	1	0	3	2
4. Agoncillo	0	1	0	1	2	3
5. Pericos	0	1	0	1	5	7
6. Adcaees	0	1	0	1	1	5

BALONMANO

CADETE MASCULINO

Resultados

- Comercio-Lasido A-A 38-26
- Naturhouse-El Pilar 46-19
- Knet Cal96-Knet Cal97

**Clasificación**

EQUIPO	PT	J	G	P	CF	CC
1. Knet Cal96	2	1	1	0	46	19
2. Naturhouse	2	1	1	0</		

- **Unidades informativas:**
  - **UI\_9:** Es otro ejemplo de *unidad informativa* con texto exclusivamente presentado en forma de tablas. De nuevo la cohesión en la presentación gráfica y temática, tanto de las tablas, que informan de resultados y clasificaciones en la especialidad deportiva de fútbol, como de la *fotografía* de la página que las ilustra, permiten considerar toda la información como una única *unidad informativa*.
- **Fotografías:**
  - **FOT\_8:** Forma parte de la UI\_9 y al ser la única es también su *fotografía* principal. También tiene entidad propia como objeto de análisis independiente.



Figura 19. Página 7 de la publicación de ejemplo



**Primera División CA Val B**

Resultados	
Leizola-La Calzada	4-3
Valvanera B-Alfaro	2-0
River-Juventud	0-0
Viñeos-Villegas	0-1
Olavilla-Berceo	0-4
Autol-Haro	0-5
H. Victoria-Valvanera A	1-3
Estrella-UD Logroñés	1-4

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Valvanera	12	4	4	0	0	15	3
2. H. Victoria	9	4	3	0	1	14	5
3. Berceo	6	4	2	0	2	12	6
4. La Calzada	3	4	1	0	3	5	12
5. Autol	0	4	0	0	4	1	16

**SEGUNDA CADETE G 1**

Resultados	
Nájera-P.Nájera	0-4
Edf Logroño-Haro A	8-0
Tedeón-Yagüe	5-1
Haro B-Balsamiso	1-7

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Nájera	16	6	5	1	0	17	4
2. Edf Logroño	12	6	4	0	2	25	7
3. Tedeón	12	6	4	0	2	25	12
4. Yagüe	12	6	4	1	1	14	4
5. Balsamiso	9	6	3	0	3	19	12
6. Haro A	7	6	2	1	3	14	23
7. Rioja P	1	6	0	1	5	6	22
8. Haro B	1	6	0	1	5	6	38

**SEGUNDA CADETE G 2**

Resultados	
Viñeos-Villegas	6-0
Berceo-S. Marcial	0-3
La Estrella-Calasancio	0-9
Autol A-Balsamiso B	3-0

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Calasancio	18	6	6	0	0	34	4
2. Tatú A	16	6	5	1	0	17	2
3. Viñeos	13	6	4	1	1	14	4
4. Balsamiso B	8	6	2	2	2	8	9
5. S. Marcial	7	6	2	1	3	11	17
6. Berceo	4	6	1	1	4	8	12
7. Villegas	3	6	1	0	5	8	32
8. La Estrella	0	6	0	0	6	2	22

**SEGUNDA CADETE G 3**

Resultados	
Varea Descanso	6-0
Victoria-Tatú B	6-2
Alfaro-Alfaro	A-A
Pradejón-Juventud	A-A

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Alfaro	13	5	4	1	0	19	7
2. Juventud	9	5	3	0	2	22	13
3. Alfaro	9	5	3	0	2	17	12
4. H. Victoria	9	5	3	0	2	11	7
5. Pradejón	6	4	2	0	2	12	10
6. Varea	4	5	1	1	3	11	9
7. Tatú B	0	5	0	0	5	6	40

**INFANTIL 98 G 1**

Resultados	
Nájera-Valvanera	1-6
Villegas-La Calzada	2-3
Haro Descanso	A-A

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Valvanera	12	4	4	0	0	18	3
2. Haro	6	4	2	0	2	12	11
3. La Calzada	4	4	1	1	2	11	15
4. Nájera	4	4	1	2	1	10	16
5. Villegas	3	4	1	0	3	7	13

**INFANTIL 98 G 2**

Resultados	
Haro-Haro B	1-1
Coras-Edf Logroño	0-3
Balsamiso Descanso	A-A

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Mareo	10	4	3	1	0	9	3
2. Edf Logroño	7	4	2	1	1	13	3
3. Coras	6	4	2	0	2	7	10
4. Haro B	5	4	1	2	1	7	15
5. Balsamiso	0	4	0	0	4	3	8

**INFANTIL 98 G 3**

Resultados	
Tatú-Edf Logroño B	2-1
La Estrella-Varea	3-2
Descanso Descanso	A-A



Jugadores del Valvanera C, que milita en la categoría alevín 2000. :: r.d.

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Tatú	10	4	3	1	0	14	2
2. Edf Logroño B	9	4	3	0	1	13	6
3. La Estrella	7	4	2	1	1	11	10
4. Varea	3	4	1	0	3	5	17
5. Berceo	0	4	0	0	4	8	16

**INFANTIL 98 G 4**

Resultados	
Pradejón-Aldeano	A-A
H. Victoria B-Calasancio	3-2
Comillas Descanso	A-A

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Comillas	12	4	4	0	0	20	3
2. Calasancio	6	4	2	0	2	13	12
3. H. Victoria B	6	4	2	0	2	8	11
4. Aldeano	3	4	1	0	3	4	9
5. Pradejón	0	4	0	0	4	4	14

**INFANTIL 98 G 5**

Resultados	
Rioja-Viñeos	9-2
Alfaro-H. Victoria	1-0
Juventud Descanso	A-A

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. H. Victoria	9	4	3	0	1	16	2
2. Juventud	9	4	3	0	1	17	4
3. Alfaro	9	4	3	0	1	16	9
4. Rioja	3	4	1	0	3	12	13
5. Viñeos	0	4	0	0	4	3	36

**INFANTIL 99 G 1**

Resultados	
La Calzada-Tedeón	1-13
Villegas-Edf Logroño B	5-0
Haro-Comillas B	3-3

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Tedeón	13	5	4	1	0	37	10
2. Villegas	13	5	4	1	0	26	5
3. Haro	7	5	2	1	2	19	18
4. Comillas B	5	5	1	2	2	11	16
5. Edf Logroño B	2	5	0	2	3	6	24
6. La Calzada	1	5	0	1	4	14	40

**INFANTIL 99 G 2**

Resultados	
Oyonosa-Edf Logroño C	5-3
Tatú-Mareo	1-0
Comillas-Nájera	10-0

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Comillas	13	5	4	1	0	26	2
2. Tatú	9	5	3	0	2	10	8
3. Mareo	7	5	2	1	2	12	8
4. Oyonosa	7	5	2	1	2	9	14
5. Edf Logroño C	6	5	2	0	3	12	17
6. Nájera	1	5	0	1	4	9	29

**INFANTIL 99 G 3**

Resultados	
Berceo-Valvanera	1-0
Balsamiso-Villamediana	4-1
S. Marcial-Edf Logroño A	1-3

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Valvanera	12	5	4	0	1	37	2
2. Berceo	12	5	4	0	1	21	4
3. Edf Logroño A	12	5	4	0	1	23	15
4. S. Marcial	6	5	2	0	3	8	17
5. La Calzada	3	5	1	0	4	8	24
6. Yagüe	0	5	0	0	5	3	38

**INFANTIL 99 G 4**

Resultados	
Autol-River	2-4
Juventud B-Aldea	3-4
H. Victoria A-Valvanera C	1-2

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. H. Victoria	15	5	5	0	0	32	2
2. Juventud A	12	5	4	0	1	23	4
3. River	9	5	3	0	2	16	11
4. Autol	4	5	1	1	3	9	17
5. Aldea	4	5	1	1	3	8	27
6. Juventud B	0	5	0	0	5	3	30

**ALEVÍN 00 G 1**

Resultados	
S. Lorenzo-Nájera	2-2
Tatú-La Estrella	2-2
Juventud C-Valvanera B	2-4

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. La Estrella	10	4	3	1	0	14	3
2. Tatú	7	3	2	1	0	8	6
3. S. Lorenzo	4	4	1	1	2	8	9
4. Tedeón	4	4	1	1	2	10	12
5. La Calzada	3	3	1	0	2	5	10
6. Nájera	2	4	0	2	2	7	12

**ALEVÍN 00 G 2**

Resultados	
Villegas-Coras	2-4
Edf Logroño D-Berceo B	0-4
Haro-Valvanera A	0-4

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Valvanera A	12	4	4	0	0	16	2
2. Coras	6	4	2	0	2	11	10
3. Berceo B	6	4	2	0	2	10	10
4. Villegas	6	4	2	0	2	10	11
5. Haro	6	4	2	0	2	7	11
6. Edf Logroño D	0	4	0	0	4	4	14

**ALEVÍN 00 G 3**

Resultados	
Berceo C-Alberite	2-2
Edf Logroño C-Calasancio	2-3
S. Marcial-Comillas	2-4

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Comillas	12	4	4	0	0	16	3
2. S. Marcial	7	4	2	1	1	13	8
3. Calasancio	6	4	2	0	2	11	10
4. Alberite	5	4	1	2	1	9	12
5. Edf Logroño C	3	4	1	0	3	6	12
6. Berceo C	1	4	0	1	3	4	14

**ALEVÍN 00 G 4**

Resultados	
Balsamiso-Villamediana	4-0
Edf Logroño B-Mareo	1-3
Viñeos-Comillas B	0-4

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G	E	P	CF	CC
1. Balsamiso	12	4	4	0	0	16	5
2. Comillas B	9	4	3	0	1	13	6
3. Mareo	9	4	3	0	1	13	6
4. Edf Logroño B	3	4	1	0	3	8	11
5. Viñeos	3	4	1	0	3	5	12
6. Villamediana	0	4	0	0	4	1	16

**ALEVÍN 00 G 5**

Resultados	
Yagüe-Villegas B	4-0
Edf Logroño-Juventud B	3-2
H. Victoria A-Valvanera C	3-2

**Clasificación**

EQUIPO	P	J	G
--------	---	---	---

- **Unidades informativas:**
  - **UI\_10:** Esta *unidad informativa* es la única presente en la contraportada o última página de la publicación.
- **Fotografías:**
  - **FOT\_9:** Es la *fotografía* única y por lo tanto principal de la UI\_10, pero también es objeto de análisis independiente.  
Como título de esta *fotografía*, en vez de la leyenda que lo acompaña, por su disposición gráfica (sobreimpreso en la *fotografía*) se toma el titular de la *unidad informativa* también como *título de la fotografía*.
- **Observaciones:**
  - **OBS\_10:** Esta información es un ejemplo de epígrafe, que es un tipo de información (en este caso reiterativa entre distintos números de la publicación) que no se tiene en consideración como objeto de análisis ni se incluye como parte de las *unidades informativas* a las que acompaña (de ahí que se encuentre fuera de la superficie de UI\_10).
  - **OBS\_11:** Vemos aquí un ejemplo de titular y subtítular que presenta ciertas variaciones sobre los habituales en la publicación objeto de estudio (cuando se sobreimprimen en las *fotografías*, aunque conservan el tamaño relativo y tipografía pierden las líneas gráficas que suelen acompañarlos superior e inferiormente). Por su disposición y según han sido definidas las variables, el titular, además de constituir el *título de la unidad informativa* UI\_10, en este caso también lo será de la *fotografía* FOT\_9.
  - **OBS\_12:** Se muestra aquí un ejemplo de información de patrocinio. Esta información no es considerada en el análisis de esta investigación ni constituye normalmente parte de los objetos de análisis (*unidades informativas* y *fotografías*).



Figura 20. Página 8 de la publicación de ejemplo

OBS\_10



UI\_10

La enseñanza y entrenamiento de la técnica dentro de la sesión de entrenamiento es una carga muy fuerte para el sistema nervioso central (S.N.C.), que debe percibir, descodificar, pensar, almacenar, mandar impulsos a la musculatura, referencias y otras ordenes.

Según las referencias científicas actuales, el S.N.C. acusa antes el cansancio que el resto del cuerpo. Hablaríamos entonces de un cansancio central previo a un cansancio periférico.

Debido a este orden temporal en la aparición del cansancio, los aprendizajes técnicos (el aprendizaje motor), deberían realizarse antes del acondicionamiento físico y otras actividades.

Si deseamos conseguir estados óptimos de aprendizaje es conveniente que el S.N.C. este descansado a la hora de comenzar el entrenamiento de la técnica. Por eso el orden lógico en cada sesión de entrenamiento sería: Calentamiento general, calentamiento específico, entrenamiento de la técnica

Si entrenamos diferentes elementos técnicos, se debe priorizar los de mayor dificultad para el comienzo de la sesión: Técnica y concentración, fuerza máxima y explosiva, resistencia anaeróbica/ de velocidad/ de fuerza y por último, resistencia aeróbica.

Durante el aprendizaje de la técnica deportiva es inevitable que se cometan fallos en los movimientos. Existen diferencias significativas entre fallos y técnica todavía no formada, correspondiendo a los primeros una ejecución defectuosa, y a la segunda, la falta de amplitud en el movimiento previo de volteo al



FOT\_9

OBS\_11

## La técnica en la sesión de entrenamiento

Hay que saber cuándo y cómo introducir el trabajo técnico dentro de un entrenamiento con jóvenes futbolistas

Jugadores alevines, durante un encuentro de la Liga. :: F.D.

balón, por ejemplo.

Es importante no darle posibilidad al jugador de llegar a aprender los fallos, y es condición eficaz analizar la cadena causal y determinar con exactitud 'el punto dañado'. Esto puede suceder al realizar una carrera previa insuficiente dando como resultado un golpeo inadecuado al balón

Causas de los fallos

1. Interpretación equivocada de las sensaciones motrices (se cree que el tronco está hiperextendido al elevarse a cabecear y no es así).

2. Se tiene una imagen inexacta y defectuosa del movimiento.

3. Cualidades motoras insuficientes (coordinación, fuerza, velocidad...).

4. Condiciones externas desfavorables (frío, viento, césped mojado).

5. Disminución de la concentración por el cansancio.

6. Fatiga motriz, motivacional, sensorial, musculoesquelética.

Aspectos a considerar a la hora de corregir los fallos

1. Que el jugador sepa qué ha hecho mal y por qué, conociendo cómo se realiza el movimiento correcto.

2. Simultáneamente con la corrección de los fallos mejora la imagen del movimiento y la formación de la percepción y visión motriz.

3. Los fallos se deben tratar uno a uno.

4. Priorizar la corrección de fallos principales a los secundarios, como también los graves a los leves.

5. Fallos debidos a condiciones motoras insuficientes deben mejorarse una vez que se hayan estructurado correctamente las capacidades coordinativas y/o condicionales correspondientes.

Patrocinadores:

LA RIOJA



Caja Vital  
de Vitoria y Álava

OBS\_12



El ángel



### 6.6 Jerarquías Textuales y Algoritmos para las Caracterizaciones Globales de Género en las Unidades Informativas

El diseño del análisis de contenido para abordar el estudio del *output* de esta investigación, en lo que respecta a las *unidades informativas*, se concibió para permitir procesos tanto de segmentación como de integración de los datos recogidos. Estos dos procesos facilitan, por una parte, dotar de mayor sensibilidad al instrumento utilizado, y por otra, poder comparar los resultados obtenidos con los de otras investigaciones que han utilizado unidades de análisis diferentes (artículos).

La caracterización global en función del género de los textos de las *unidades informativas* y de las *unidades informativas* en su conjunto depende de la caracterización en función del género de diferentes elementos de texto, considerados en una jerarquía, y de la caracterización en función del género de la fotografía principal. El modo en que se integran los datos de las diferentes variables se especifica en el *libro de codificación de las unidades informativas*. Sin embargo, dada la extensión de esta instrumento, su comprensión puede resultar difícil. Por ello parece pertinente incluir esta apéndice, en el que, gráficamente, se muestran tanto las jerarquías de los elementos textuales como los procesos de integración de datos (algoritmos) de variables que caracterizan las *unidades informativas* en función del género. En lo que respecta en particular al modo en que se han establecido las jerarquías textuales conviene ver el apartado 2.3.5.

6.6.1 Jerarquía en los elementos considerados en la *unidad informativa* para la codificación de la variable *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa*

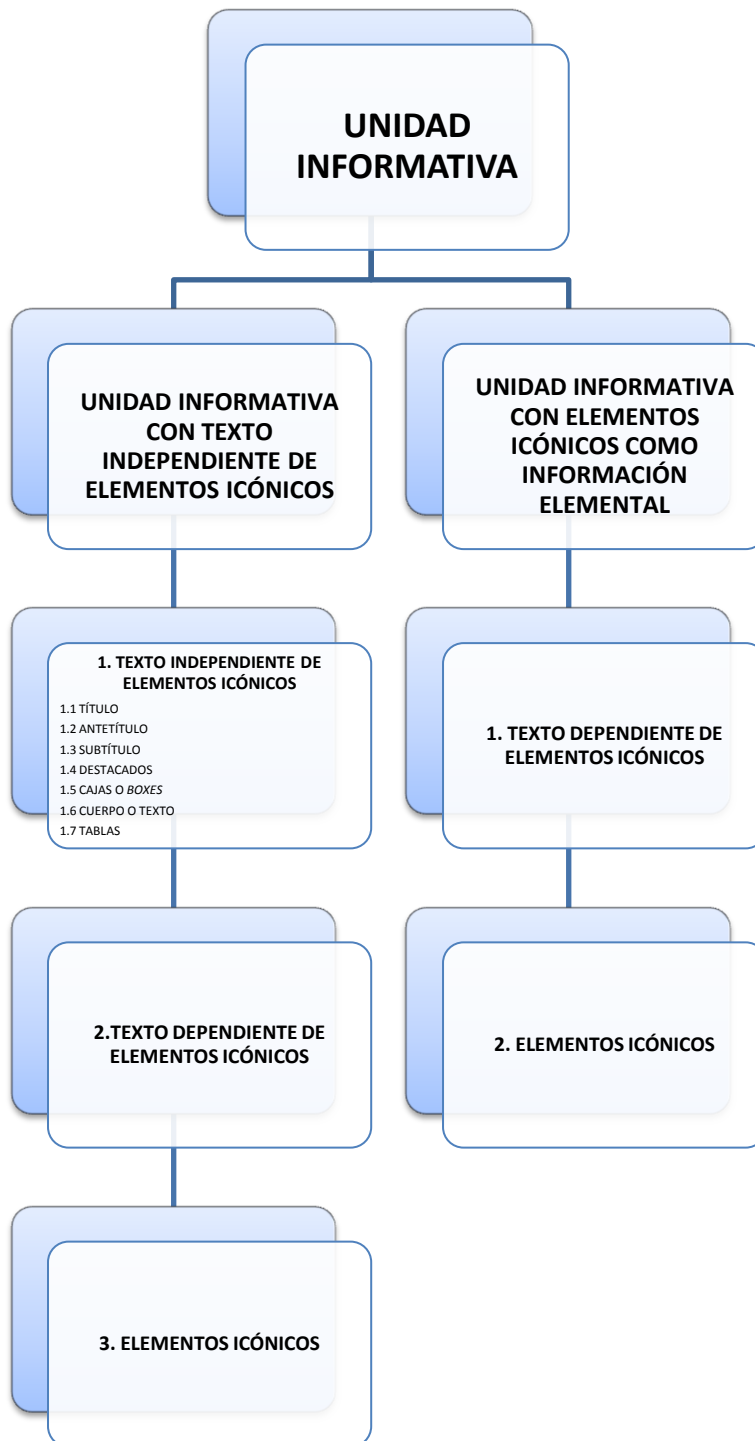


Figura 21. Jerarquía en los elementos considerados en la *unidad informativa* para la determinación del valor de la variable *especialidad deportiva más relevante en la unidad informativa*

6.6.2 Jerarquía para los elementos en el seno de las tablas

Tabla 191. Jerarquía para los elementos en el seno de las tablas

CASO "A"

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16

CASO "B"

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16

CASO "C"

13	14	15	16
9	10	11	12
5	6	7	8
1	2	3	4

CASO "D"

1	5	6	7
2	8	9	10
3	11	12	13
4	14	15	16

CASO "E"

7	6	5	1
10	9	8	2
13	12	11	3
16	15	14	4

CASO "F"

	1	2	3
4	7	8	9
5	10	11	12
6	13	14	15

CASO "G"

1	2	3	
7	8	9	4
10	11	12	5
13	14	15	6

CASO "H"

1	7	8	9
2	10	11	12
3	13	14	15
	4	5	6

**CASO "I"**

9	8	7	1
12	11	10	2
15	14	13	3
4	5	6	

**CASO "J"**

1		2	
3	4	5	6
7	8	9	10
11	12	13	14

**CASO "K"**

11	12	13	14
7	8	9	10
3	4	5	6
1		2	

**CASO "L"**

1	3	7	8
	4	9	10
2	5	11	12
	6	13	14

**CASO "M"**

8	7	3	1
10	9	4	
12	11	5	2
14	13	6	

**CASO "N"**

		1	
		2	3
4	5	7	8
	6	9	10

**CASO "Ñ"**

1			
2	3		
7	8	5	4
9	10	6	

**CASO "O"**

1	2	7	8
	3	9	10
		5	6
		4	

**CASO "P"**

8	7	2	1
10	9	3	
5	6		
4			



6.6.3 Esquema del algoritmo aplicado para la determinación del valor de la variable *género preferente en la información en forma de texto*

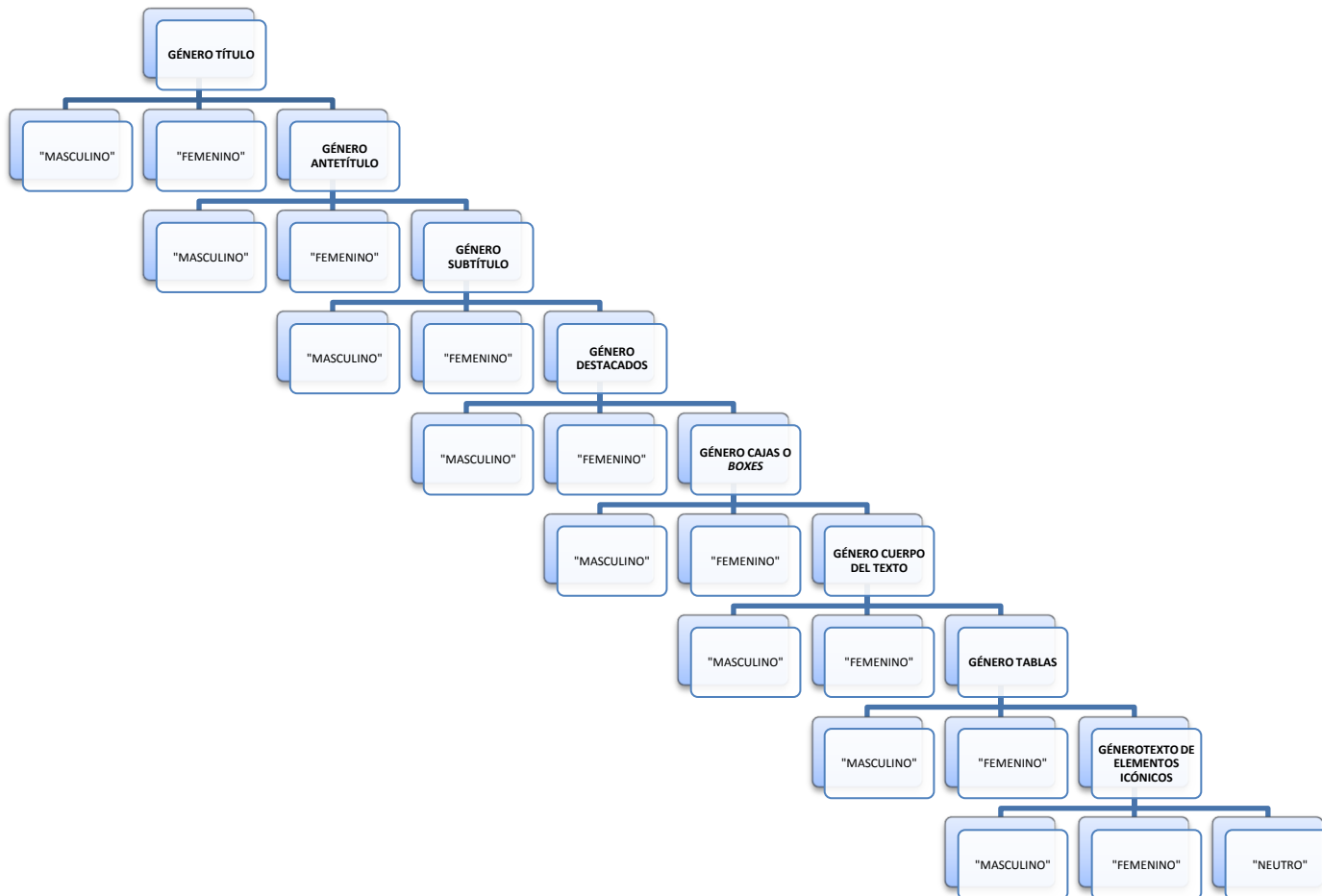


Figura 22. Esquema del algoritmo aplicado para la determinación del valor de la variable *género preferente en la información en forma de texto*

6.6.4 Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable *géneros citados en la información en forma de texto*

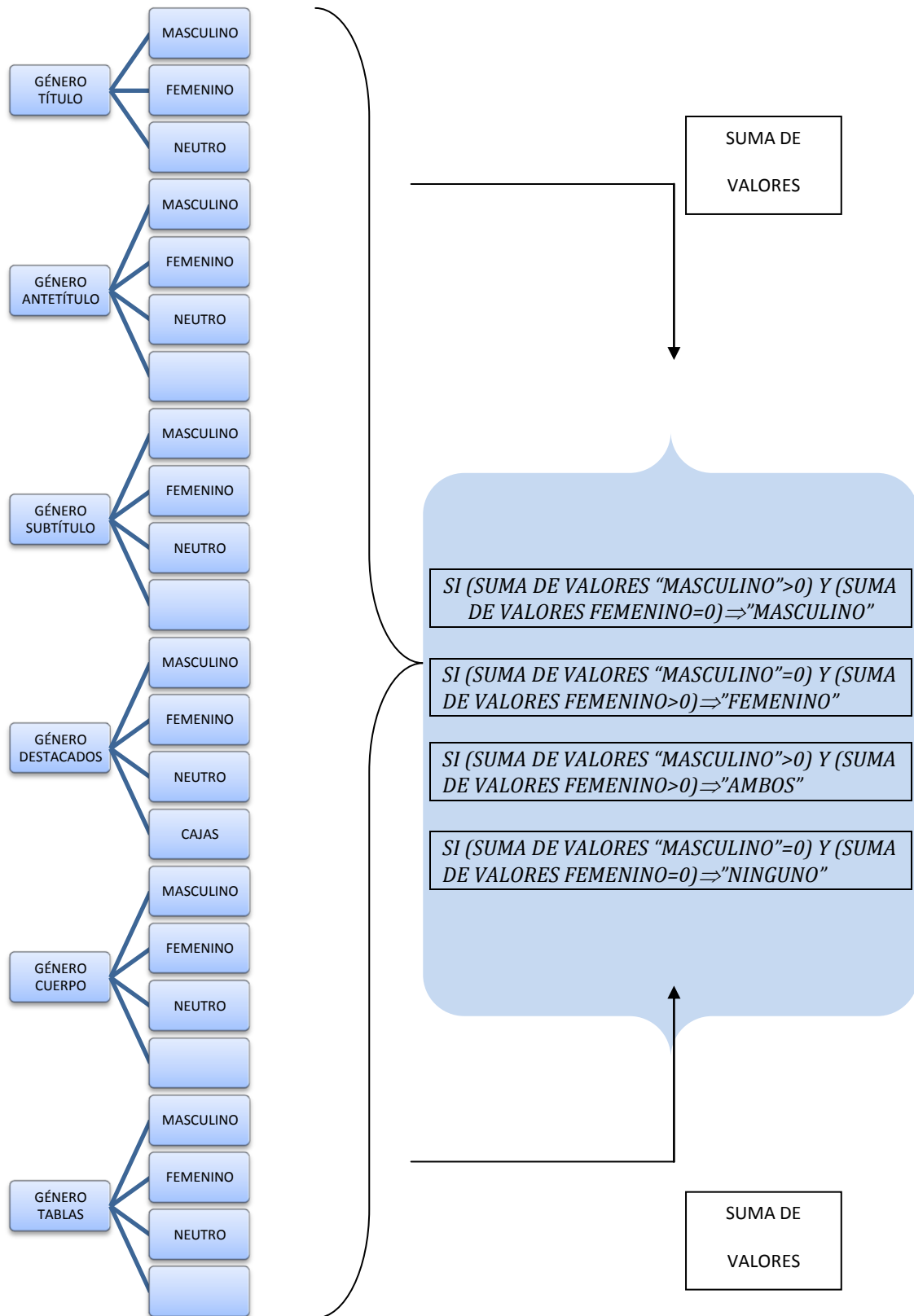


Figura 23. Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable *géneros citados en la información en forma de texto*

6.6.5 Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable *género de la información en forma de texto*

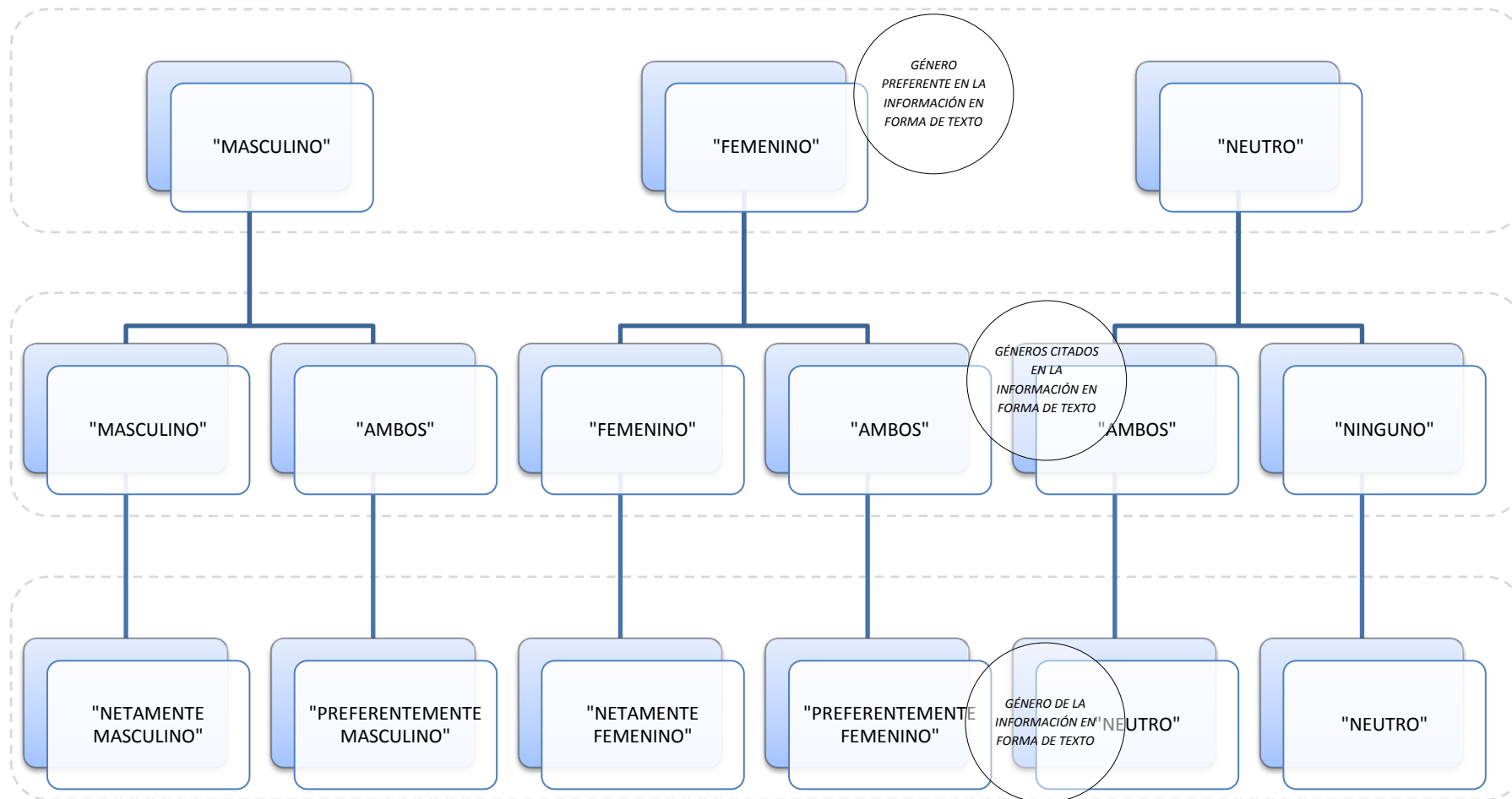


Figura 24. Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable *género de la información en forma de texto*

### 6.6.6 Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable *género global de la unidad informativa*

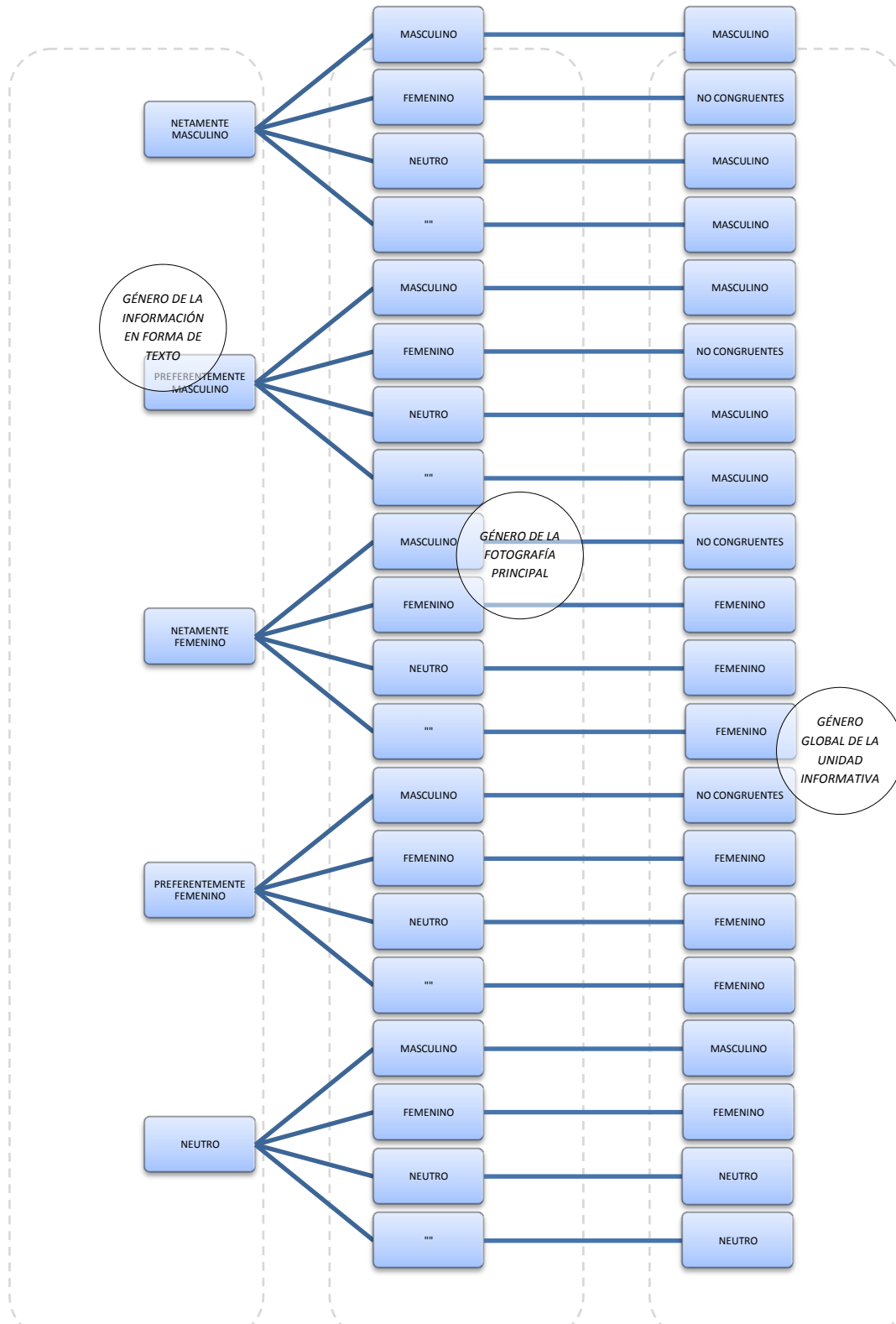


Figura 25. Esquema del algoritmo para la determinación del valor de la variable *género global de la unidad informativa*

### 6.7 Cuestionario para la Determinación de la Jerarquía de los Elementos de Texto

Observe la reproducción de un periódico adjunta a esta encuesta: en ella hay identificados distintos textos mediante letras.

Ahora, en la tabla siguiente, asigne un número sin repetir del 1 al 7 a cada uno de los textos, siendo el 1 el texto que le parece más importante y el 7 el texto que le parece menos importante.

No es necesario que lea los textos ni que pase mucho tiempo reflexionando para completar la tabla. Interesa la primera impresión que producen los textos, no los textos en sí mismos ni su contenido.

TEXTO	IMPORTANCIA
A	
B	
C	
D	
E	
F	
G	

Ahora por favor siga las siguientes instrucciones:

Especifique el máximo nivel de estudios ha superado: \_\_\_\_\_

Especifique su edad: \_\_\_\_\_

Indique su sexo:

Hombre.

Mujer.

Si considera cierta la siguiente afirmación márquela:

Soy una persona que lee habitualmente prensa impresa.

Muchas gracias por su colaboración.





**B**

Un grupo de jugadores de baloncesto intentan hacerse con el control del balón.

# Los escolares comienzan a jugar

Los Juegos Deportivos se inauguran oficialmente este próximo fin de semana

**A**

**F**

Los Juegos Deportivos de La Rioja se celebran con carácter anual en la comunidad autónoma. Este año se celebran en la localidad de Logroño. El acto de inauguración para este año se celebrará el día 14 de octubre en el pabellón de deportes de la ciudad de Logroño. El acto contará con la presencia de autoridades locales y regionales. El acto de inauguración para este año se celebrará el día 14 de octubre en el pabellón de deportes de la ciudad de Logroño. El acto contará con la presencia de autoridades locales y regionales.

Más del 62% de los escolares participa en los Juegos Deportivos

La oferta escolar contempla más de treinta disciplinas



**E**

deportes de equipo. Según explicó Marcos Moreno, La Rioja puede presumir en estos momentos de ser la comunidad autónoma con un mayor índice de participación en los Juegos Deportivos puesto que «el 62 por ciento de los niños y niñas escolarizados, que en La Rioja son todos, toman parte en esta competición», aunque también señaló que las cifras son prácticamente las del año pasado, lo que no les resta mérito añadiendo también que «trabajamos para alcanzar el 100 por 100».

Por categorías, Moreno subrayó la buena participación de alevines e infantiles: «Los benjamines se incorporan poco a poco y las cifras porcentuales bajan en edades porque, entre otras cosas, hay ya escolares que están repitiendo curso, y aunque es



**D**

**LUIS ALEGRE** CONSEJERO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

## VUELVEN LOS JUEGOS



**B**ienvenidos Juegos Deportivos, los que van a participar os saludan:

Es inimaginable un inicio de curso sin Juegos Deportivos. Tras unos meses intensos en actividades veraniegas, comienza el curso escolar, y con él, nuestros Juegos.

Es momento de compaginar la actividad escolar con la extracurricular. Estuches, libros, carters, conviven con mochilas, chandales, capillas... en plena armonía. Busquemos una educación integral en la que nuestros chicos y chicas tengan la oportunidad de desarrollarse en todas las facetas posibles. Tenemos las he-

rramientas, utilizémoslas. Los Juegos Deportivos han llegado a su mayoría de edad. Son más de 18.000 los escolares riojanos que practican deporte a lo largo y ancho de nuestra geografía. Podemos estar orgullosos de ella. Padres, madres, entrenadores, delegados, directores, todos con vuestro tiempo contribuis a que nuestros jóvenes crezcan de manera plena. Gracias.

Sin embargo debemos seguir en el empeño de que sean más. Superar el 60% de nuestros chicos y chicas practicando deporte nos sitúan a la cabeza del país, pero hay que seguir trabajando. En estos tiempos que corren en los que el sedentarismo se apodera de nuestra sociedad, debemos conseguir que los hábitos deportivos formen parte de la rutina del 100% de nuestros jóvenes. Entendamos contribuyendo a tener una sociedad más sana y por lo tanto más feliz.

Así que, cada uno busque el deporte que más se adapte a sus necesidades, gustos o posibilidades y que lo practique saludablemente.

¡Bienvenidos Juegos, los que van a participar os saludan!

Un partido de minibasket femenino y abep, un ejercicio de gimnasia por conjuntos.

FERNANDO DÍAZ

porque se han pasado de edad». Además, la categoría prebenjamín prácticamente está integrada en su totalidad en los Juegos Deportivos, mientras que la juvenil todavía no lo está del todo.

**Cifras similares**  
En el capítulo estrictamente deportivo, aunque las cifras del año pasado son muy similares a las de la temporada 2008/09, hay dos deportes que ofrecen un crecimiento notable: atletismo y pelota. En ambos casos, ese crecimiento se debe a la creación de escuelas, frecuentemente tuteladas por la propia federación, que ha hecho que el atletismo pase de las 493 participaciones en 2008 a las 986 del año pasado y en pelota la variación, aunque algo menor, ha servido para pasar de 539 a las 852 de la pasada campaña (en la que el frontenis experimentó un gran avance).

Entre los deportes de equipo no hay grandes variaciones. En general todos han sufrido ligerísimos descensos compensados por el crecimiento, también tímido, del fútbol sala y el voleibol. El año pasado se celebraron

jornadas polideportivas interCías (para alumnos de centros rurales agrupados que tienen más difícil el acceso a la práctica deportiva) y también 6 jornadas de Deporte de Integración en las que se ha tratado de que alumnos procedentes de otras naciones se integren en la sociedad riojana a través del deporte.

**Optimizar recursos**  
Marcos Moreno subrayó que lo más destacado de este año es que no existen tales novedades, y que a pesar de la si-



**C**

### LA OFERTA

- » Deportes colectivos. Baloncesto, balonmano, fútbol, fútbol sala y voleibol
- » Deportes individuales. Ajedrez, atletismo, badminton, gimnasia, hipica, judo, karate, kick-boxing, natación, orientación, párnaje, pelota, taekwondo, tenis, tenis de mesa y ciclismo
- » Deportes de promoción. Actividades en la naturaleza, casa, deporte para discapacitados, esquí, multideporte, pesca, piragüismo, tiro olímpico, gohalbí y rugby

vos se seguirán celebrando como hasta ahora y con la misma estructura. Esas cifras de más del 60 por ciento de participación nos obliga a ellos.

Pese a ello, Moreno sí que anunció que había una nueva normativa en materia de transporte «que únicamente supone un cambio en el funcionamiento administrativo y que tiene por objetivo optimizar los recursos y que a todos los equipos hagan un uso correcto del transporte». Hasta ahora, había algunas formaciones que pese a solicitar el transporte (gratuito para los deportistas) y sufragado íntegramente con cargo a los presupuestos de

los Juegos Deportivos) no hacían uso de él «especialmente en los viajes de vuelta» obligando al autobús a un desplazamiento innecesario y consecuentemente también un gasto. Por ello, esta campaña todos los equipos están obligados a especificar, en su hoja de inscripción, si quieren autobuses y si lo demandan para todos los viajes o sólo para los desplazamientos de ida. Si no cumplen con ese compromiso se adquirirá por escrito, según objeto de sanción.

Figura 26. Fotografía apoyo encuesta





## **6.8 Dossier de apoyo para los observadores colaboradores en el proceso de validación del procedimiento de recogida de datos**

A lo largo de las páginas siguientes se reproduce el *dossier* de apoyo que, para la validación del procedimiento de recogida de datos (análisis de contenido para abordar el estudio del *output*), fue entregado a los observadores colaboradores. El documento reproducido en este apéndice presenta algunas modificaciones respecto al original: se han suprimido índice y referencias bibliográficas, para evitar posibles confusiones con los del documento principal de esta tesis; solo se ha incluido la primera página del *libro de codificación de las unidades informativas* y del *libro de codificación de las fotografías*, para indicar dónde iban ubicados en el *dossier*, pues ya se recogen íntegramente en los apéndices 6.3 y 6.4, respectivamente; y solo se han incluido las primeras páginas del apoyo gráfico para el análisis de contenido, para indicar dónde se ubicaba en el *dossier*, ya que se recoge íntegramente en el apéndice 6.5.





**UNIVERSIDAD  
DE LA RIOJA**



**Programa de Doctorado:**

**Bases Psicológicas y  
Actividad Físico-  
Deportiva. Acción y  
Desarrollo**

**VALIDACIÓN DE PROCEDIMIENTO DE RECOGIDA DE  
DATOS EN INVESTIGACIÓN PARA TESIS DOCTORAL:**

**COBERTURA DIFERENCIAL EN FUNCIÓN DEL GÉNERO EN  
LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN PRENSA**

**UN CASO PARTICULAR DE ESTUDIO: EL SUPLEMENTO “JUEGOS  
DEPORTIVOS” DEL DIARIO “LA RIOJA” SOBRE LOS JUEGOS  
DEPORTIVOS DE LA RIOJA EN LA TEMPORADA 2010-2011**

**Autor:**

**Juan José Herмосilla  
Calvo**

**Directoras:**

**Ana Ponce de León  
Elizondo  
Eva Sanz Arazuri**

**Línea de investigación:**

**Ocio, Desarrollo  
Humano y Actividad  
Físico-Deportiva**



## **71 OBJETIVO DE SU COLABORACIÓN: VALIDACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE RECOGIDA DE DATOS UTILIZADO EN LA INVESTIGACIÓN DE UNA TESIS DOCTORAL**

Una de las características fundamentales que debe cumplir cualquier investigación científica es que sea replicable, es decir, que, bajo las mismas condiciones, cualquier investigador sea capaz de repetirla obteniendo los mismos resultados.

De todas las fases de una investigación científica, una de las que más problemas plantea en términos de replicabilidad es el proceso de recogida de datos. Al “hecho de que un procedimiento de recogida de datos nos lleve siempre a la obtención de la misma información, dentro de una situación dada, independientemente de quién recoja los datos o del momento en que se recojan” se denomina fiabilidad (León & Montero, 1997).

Hemos solicitado su colaboración para validar la fiabilidad de un proceso de recogida de datos. En concreto queremos validar el procedimiento de recogida de datos diseñado para la investigación objeto de la tesis doctoral “Cobertura Diferencial en Función del Género en la Información Deportiva en Prensa. Un Caso Particular de Estudio: el Suplemento *Juegos deportivos* del diario *La Rioja* sobre los Juegos Deportivos de la Rioja en la Temporada 2010-2011” (en adelante investigación).

Esta tesis, dirigida por la Dra. Ana Ponce de León Elizondo y la Dra. Eva Sanz Arazuri, está siendo desarrollada por el doctorando Juan José Herмосilla Calvo y estudia la representación de los deportistas en función de su sexo, en términos cuantitativos, en el suplemento *Juegos Deportivos* del diario *La Rioja*.

La validación requiere, en primer lugar, que usted y otros homólogos reciban formación respecto al procedimiento de recogida de datos cuya fiabilidad pretende evaluarse. Una vez concluida esta formación, sobre ejemplares reales de la publicación objeto de estudio, procederán a realizar una recogida de datos tal y como lo haría el investigador que ha diseñado el procedimiento. Finalmente, los datos recogidos por todos los colaboradores serán sometidos a pruebas de correlación estadística. Si el grado de correlación es suficiente la fiabilidad del procedimiento quedará validada y los datos que se recojan por lo tanto con él se supondrán a su vez confiables.

Consideramos que, por su accesibilidad, familiaridad con el objeto de estudio, formación, desempeño laboral y competencias profesionales, es usted una persona adecuada para participar en esta validación. Agradecemos de antemano su colaboración y le rogamos la máxima atención y diligencia a la hora de desarrollarla, pues de ello pueden depender muchas horas de trabajo de las personas implicadas en la investigación y, sobre todo, el grado de precisión científica que esta alcance.

---

<sup>71</sup> En el *dossier* entregado a los colaboradores, tras la portada, había un índice que en este apéndice se ha obviado para evitar confusiones con los índices del cuerpo del informe de investigación.

## EL ANÁLISIS DE CONTENIDO

El proceso de recogida de datos de la investigación adopta la técnica de *análisis de contenido*. Igartua y Humanes (2004) definen el análisis de contenido como “cualquier procedimiento sistemático ideado para examinar el contenido de una información archivada”. De forma aún más específica, al hablar del análisis de contenido, Igartua y Humanes (2004; p. 76) enuncian:

“Riffe, Lacy; & Fico (1998) han definido el análisis de contenido como un procedimiento que permite asignar de manera sistemática los contenidos de la comunicación a categorías siguiendo reglas explicitadas e implica, también, el análisis de la relación entre dichas categorías utilizando para ello métodos estadísticos. En este sentido, el análisis de contenido no solo sirve para describir las características de los mensajes de forma univariada, sino también para identificar las relaciones entre las distintas características de los mismos”.

En los análisis de contenido se definen ciertas unidades de análisis (p. ej. noticias, fotografías, frases...). Para cada una de estas unidades a su vez se definen distintas variables, así como los valores o categorías que estas pueden adoptar. La forma precisa en que la información analizada es categorizada en las distintas variables se explicita en conjuntos de directrices e instrucciones de carácter exhaustivo que son recogidas en los denominados *libros de codificación*. La aplicación de estas directrices e instrucciones sobre la información objeto de análisis permite recabar datos de forma sistemática y estructurada. Estos datos son consignados en *instrumentos de recogida de datos*.

La comprobación de la fiabilidad del proceso de recogida de datos para el que se pide su colaboración abarca tanto la interpretación y aplicación del *libro de codificación* como la utilización del *instrumento de recogida de datos* diseñados para la investigación.

### ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL LIBRO DE CODIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Habíamos dicho que el *libro de codificación* recoge las instrucciones que indican cómo debe ser categorizada la información analizada. Por las características propias de la técnica de análisis de contenido esta categorización debe ser exhaustiva (toda la información objeto de análisis debe adoptar un valor o categoría para cada una de las variables definidas). Por lo tanto, el *libro de codificación* debe recoger instrucciones que permitan tratar todos los casos particulares susceptibles de presentarse en el análisis. Esto hace que, en ocasiones, codificaciones de la información conceptualmente sencillas, requieran sin embargo de conjuntos de instrucciones muy detalladas.

Para la validación del procedimiento de recogida de datos, ni pretendemos ni consideramos necesario que conozca en profundidad el *libro de codificación* desarrollado para la investigación. De hecho, entrar en excesivas precisiones, dado el escaso tiempo del que disponemos, podría resultar incluso contraproducente. Lo que sí haremos, sin embargo, a lo largo de las siguientes páginas, será exponer los aspectos fundamentales de este *libro*, para

que finalmente pueda desarrollar de forma autónoma una recogida de datos para la validación.

### **Unidades de análisis: *unidades informativas y fotografías***

Las unidades de análisis son los conjuntos de información unitarios considerados para ser categorizados. El análisis de cada una de estas unidades nos proporcionará un caso o registro de datos. Este caso o registro, para cada una de las variables consideradas en la unidad de análisis, adoptará un valor o categoría definida.

Por ejemplo, en un texto podríamos considerar como unidad de análisis las frases, párrafos, etc. Si la unidad de análisis fuera la frase, para cada una de ellas podríamos estudiar como variables el número de vocales presente, si aparecen o no adjetivos especificativos, etc. Cada frase analizada adoptaría un valor concreto en cada una de estas variables (p. ej. “15” vocales, “no” tiene adjetivos especificativos, etc.).

En la investigación que nos ocupa las unidades de análisis consideradas son las *unidades informativas* y las *fotografías*.

Las *unidades informativas* son los conjuntos de información de carácter unitario y no publicitario que aparecen en la publicación analizada. Las *unidades informativas* pueden contener información de diferente naturaleza (por ejemplo textos y fotografías) y adoptar diferentes géneros periodísticos: noticia, entrevista, artículo, fotonoticia...

Las *fotografías*, aunque estén incluidas dentro de las *unidades informativas*, constituyen además por sí solas unidades de análisis. Son analizadas también por tanto de manera independiente.

### **Variables de las *unidades informativas* y su codificación**

Las variables consideradas para las *unidades informativas* que deberá utilizar en el proceso de codificación autónomo se recogen en la tabla que inicia en la página siguiente. Además de la definición de las variables, la tabla recoge los valores o categorías que puede adoptar cada una de ellas (con sus respectivos códigos de registro), así como criterios para asignarlos.

Para las variables cuyo propósito es identificar las *unidades informativas* (*número de unidad, fecha, título, descripción, y página de inicio*) no se proporcionan criterios de codificación. Esto es así porque para la recogida autónoma de datos que deberá desarrollar se le proporcionarán las *unidades informativas* ya previamente identificadas. El sentido de esto es facilitar el proceso de validación, asegurándonos de que usted y sus homólogos realizan la codificación autónoma de *unidades informativas* en el mismo orden, facilitando así posteriormente la comparación de los resultados obtenidos. No nos interesa el orden en que las *unidades informativas* son codificadas, sino la congruencia entre los datos recogidos para cada una de ellas por los distintos colaboradores en la validación.

UNIDADES INFORMATIVAS			
NOMBRE DE LA VARIABLE (CÓDIGO)	DEFINICIÓN	VALORES/CATEGORÍAS QUE PUEDE ADOPTAR (CÓDIGO)	CRITERIOS PARA LA CODIFICACIÓN DE LA VARIABLE
[NÚMERO DE UNIDAD INFORMATIVA ANALIZADA] ("N <sup>2</sup> UNIDAD")	Número que se asignará a cada unidad informativa analizada y que mostrará el orden en que esta unidad se ha analizado en relación a otras unidades informativas analizadas.	Código compuesto por la cadena de texto "UI_" seguida de números naturales consecutivos partiendo del "1" ("UI_1", "UI_2", "UI_3"...).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este valor le será proporcionado.</li> </ul>
[FECHA DE PUBLICACIÓN] ("FECHA")	Fecha del número de publicación en el seno de la cual una unidad informativa aparece publicada.	Fecha con el formato "dd/mm/aaaa".	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este valor le será proporcionado.</li> </ul>
[TÍTULO DE LA UNIDAD INFORMATIVA] ("TÍTULO")	<p>Información sobresaliente en el seno de una unidad informativa encaminada a captar la atención del lector y darle una primera impresión de conjunto de la información que lo acompaña.</p> <p>En nuestro caso y en conjunción con la <i>fecha de publicación</i> y <i>número de unidad informativa analizada</i> nos servirá para identificar las unidades informativas.</p>	Texto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este valor le será proporcionado.</li> </ul>

<sup>72</sup> En el *dossier* entregado a los observadores colaboradores en el proceso de validación se proporcionó una versión simplificada del *libro de codificación de las unidades informativas*. En este apéndice solo se reproduce la primera página de esta versión. La versión completa se encuentra en el apéndice 6.3.



### **Variables de las *fotografías* y su codificación**

Las fotografías, además de ser consideradas como parte integrante de las *unidades informativas* (variables *número de fotografías*, *género de la fotografía principal* y *superficie de la fotografía principal*), también constituyen unidades de análisis independientes dentro del análisis de contenido de la investigación.

Las variables consideradas para las *fotografías* como unidades de análisis independiente que deberá utilizar en el proceso de codificación autónomo se recogen en la tabla que inicia en la página siguiente. Además de la definición de las variables, la tabla recoge los valores o categorías que puede adoptar cada una de ellas (con sus respectivos códigos de registro), así como criterios para asignarlos.

Aquí tampoco se proporcionan criterios para orientar la codificación de variables cuyo propósito es identificar las *fotografías*, pues también se le proporcionarán estas ya previamente identificadas.

FOTOGRAFÍAS			
NOMBRE DE LA VARIABLE (CÓDIGO)	DEFINICIÓN	VALORES QUE PUEDE ADOPTAR (CÓDIGO)	CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE VALORES
[NÚMERO DE FOTOGRAFÍA ANALIZADA] ("Nº FOTO")	Número que se asignará a cada fotografía analizada y que mostrará el orden en que esta fotografía se ha analizado en relación a otras fotografías analizadas.	Código compuesto por la cadena de texto "FOT_" seguida de números naturales consecutivos partiendo del "1" ("FOT_1", "FOT_2", "FOT_3"...)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este valor le será proporcionado.</li> </ul>
[FECHA DE PUBLICACIÓN] ("FECHA")	Fecha del número de publicación en el seno de la cual la fotografía aparece publicada.	Fecha con el formato "dd/mm/aaaa"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este valor le será proporcionado.</li> </ul>
[NÚMERO DE UNIDAD INFORMATIVA RELACIONADA] ("UNIDAD INFORMATIVA RELACIONADA")	Número de la unidad informativa con la que se relaciona (de la que es elemento principal o complementario).	Código compuesto por la cadena de texto "UI_" seguida de números naturales consecutivos partiendo del "1" ("UI_1", "UI_2", "UI_3"...)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este valor le será proporcionado.</li> </ul>
TÍTULO DE LA FOTOGRAFÍA ("TÍTULO")	Texto dependiente de la fotografía tipográficamente más destacado que se utiliza para identificar a la fotografía.	Texto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este valor le será proporcionado.</li> </ul>





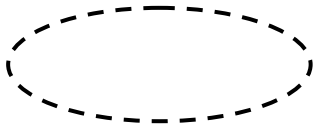
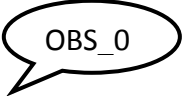
<sup>73</sup> En el *dossier* entregado a los observadores colaboradores en el proceso de validación se proporcionó una versión simplificada del *libro de codificación de las fotografías*. En este apéndice solo se reproduce la primera página de esta versión. La versión completa se encuentra en el apéndice 6.4.

## 74 IDENTIFICACIÓN DE ELEMENTOS EN LA PUBLICACIÓN Y EJEMPLOS DE SUPERFICIES A CALCULAR EN UNIDADES INFORMATIVAS Y FOTOGRAFÍAS

A lo largo de las páginas precedentes hemos hecho referencia a muchos conceptos y elementos de la publicación objeto de investigación. Aunque muchos de ellos son fácilmente reconocibles para cualquier persona habituada a la lectura de prensa, hay otros que quizá no lo sean tanto. Para poder realizar la recogida de datos autónoma requerida para la validación, es necesario que sepa distinguir sin dudar todos los elementos y conceptos que se relacionan con las variables a caracterizar para cada una de las unidades de análisis.

En las siguientes páginas, sobre la reproducción de un número de la publicación objeto de estudio, se identificarán estos elementos y se introducirán comentarios que le facilitarán la comprensión de la codificación de variables en el proceso de recogida de datos.

En la siguiente tabla se especifican los signos con que apoyaremos esa identificación y comentarios. Estos se situarán en las páginas impares y harán referencia a las reproducciones del suplemento que ocuparán las páginas pares de este documento.

ASPECTOS RESEÑADOS SOBRE LA PUBLICACIÓN DE EJEMPLO	SIGNOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS RESEÑADOS	ETIQUETAS IDENTIFICATIVAS DE LOS ASPECTOS RESEÑADOS
UNIDADES INFORMATIVAS	 Este signo delimita además la <i>superficie de la unidad informativa</i> .	
FOTOGRAFÍAS	 Este signo delimita además la <i>superficie de la fotografía</i> .	
OBSERVACIONES		

<sup>74</sup>En el apéndice 6.5 se incluye un apoyo gráfico para la identificación de unidades de análisis (*unidades informativas y fotografías*), de sus límites de superficie y de otros elementos sobre una publicación de ejemplo. Este apéndice se reproducía completo en el *dossier* entregado a los colaboradores, pero aquí solo se incluyen las dos primeras páginas.

- **Unidades informativas:**
  - **UI\_1:** Es la única presente en la primera página o portada, tal como es habitual en la publicación objeto de estudio. Como puede observarse la unidad informativa engloba el texto y la fotografía que lo ilustra. La superficie se adapta lateral e inferiormente a los límites de la mancha y en la parte superior al límite de la fotografía (sobre este límite ver lo dispuesto más abajo para la fotografía 1).
- **Fotografías:**
  - **FOT\_1:** Es interesante observar cuál es la superficie considerada para el cálculo de la variable *superficie de la fotografía* en esta en concreto. En este caso es el rectángulo menor que permite inscribir todos los elementos de la imagen (cabeza, mano y pelota del jugador de balonmano que está lanzando y ha sido silueteado), aunque este rectángulo invada otros elementos de la publicación (cabecera).  
Esta fotografía, además de tener entidad propia como objeto de estudio constituiría la fotografía principal (pues es la única) de la unidad informativa 1.
- **Observaciones:**
  - **OBS\_1:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presenta la cabecera de la publicación (aunque en la población estudiada el texto que aparece en la cabecera es "JUEGOS DEPORTIVOS"). Este elemento no forma parte de las unidades de análisis, pues no forma parte ni de *unidades informativas* ni de *fotografías*.
  - **OBS\_2:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presentan los titulares en la población objeto de estudio, que normalmente constituyen el *título* de las unidades informativas. En este caso el titular "Tras la estela del Naturhouse" sería el *título de la unidad informativa 1*.
  - **OBS\_3:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presentan los subtítulos o subtítulos en la población objeto de estudio.
  - **OBS\_4:** Este es el aspecto gráfico y tipográfico que presenta el cuerpo del texto en la población objeto de estudio.

# DEPORTE BASE

OBS 1



FOT\_1

## Tras la estela del Naturhouse

OBS 2

REDACCIÓN

UI\_1

Equipos de balonmano comenzaron a jugar las ligas de los Juegos Deportivos de La Rioja el pasado fin de semana, y lo hicieron con la referencia de un equipo en la máxima categoría nacional, algo de lo que no pueden prescindir la mayoría de los deportistas en nuestra Comunidad Autónoma.

Lo que en su día se denominó 'Efecto Dario', por la capacidad de movilización que tuvo el Ciudad de Logroño

Las ligas de balonmano empezaron el pasado fin de semana con el equipo de Asobal como referencia, mientras que los más pequeños ya trabajan en sus concentraciones

ño (patrocinado inicialmente por Bodegas Dario), se mantiene pese a que se ha perdido el entusiasmo inicial de Naturhouse.

Los niños para ver los entrenamientos con sus padres y en muchas ocasiones, esos escolares optan por la práctica del balonmano. En otros casos, es al revés. Los niños

que juegan al balonmano en las ligas de los Juegos Deportivos de La Rioja (patrocinado por el propio Naturhouse) son los que luego acuden cada quince días al Palacio de los Deportes. En cualquier caso, el número de escolares que se decide por este deporte va en aumento, y consecuentemente, el número de equipos participantes en las ligas, también. No se trata de un crecimiento es-

pectacular, pero primero se logró frenar la recesión de este deporte en La Rioja y ahora se ha pasado a elevar las cifras.

A ello contribuye el trabajo constante de la Federación Riojana de Balonmano que programa concentraciones para los más pequeños prácticamente todos los fines de semana, con el fin de que progresen y también de man-

tenerlos 'enganchados' al deporte que han elegido practicar.

El pasado fin de semana se celebró la primera de ellas en el pabellón del recinto ferial de Albelda de Iregua y este próximo sábado, los benjamines vuelven a estar citados en el mismo escenario. Allí han confirmado su presencia dos equipos de Logroño (Kinet Ca-

lasancio y Kinet Escolapios), uno de Lardero (Naturhouse Lardero), otro de Amedo (Antonio Delgado) y otros dos de Autol (Autol A y B). Comentarán aproximadamente a las 18 horas y concluirán el día con un mini torneo entre ellos para que los escolares pongan en práctica lo que aprenden con los entrenamientos semanales. De esta forma, los jóvenes jugadores se van familiarizando con el balón, con las reglas de juego, con la técnica básica y también con algunos aspectos técnicos muy básicos.

OBS 3

OBS 4

## EL INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS

Ya hemos visto que el *libro de codificación*, dentro del proceso de recogida de datos, es el que nos indica cómo deben codificarse las diferentes variables consideradas para cada una de las *unidades de análisis*, es decir, las *unidades informativas* y las *fotografías*.

Ahora bien, los datos resultantes de esta codificación deben ser registrados. Para el registro de los datos se ha elegido una hoja de cálculo Excel. Esta hoja de cálculo ha sido diseñada con el doble propósito de facilitar la tarea de introducir los datos al investigador/observador y evitar a su vez la introducción de valores erróneos a la hora de grabar los datos. La hoja concreta que utilizará usted ha sufrido algunas modificaciones respecto a la original para facilitar el proceso de validación.

	A	B	C	D	E	F	G	L	M	N	O	P	Q	R	
	CONTROL	Nº UNIDAD	FECHA	TÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA DE INICIO	PÁGINA DE FIN	PORTADA COMPLETA	CONTRAPORTADA COMPLETA	PÁGINA COMPLETA	DOBLE PÁGINA	DOBLE PÁGINA COMPLETA	CUADRANTE DE INICIO	SUPERFICIE UNIDAD INFORMATIVA	ESPE
1															
2	DATOS	UI_261	05/05/2011	LAS CHICAS SE LA JUEGAN	NOTICIA	1									
3	DATOS	UI_262	05/05/2011	FÚTBOL	TABLA INFORMATIVA	2									
4	DATOS	UI_263	05/05/2011	SÓLO QUEDARÁN LOS MEJORES	NOTICIA	3									
5	DATOS	UI_264	05/05/2011	LA RIOJA MANTIENE SU NIVEL	NOTICIA	4									
6	DATOS	UI_265	05/05/2011	EL ATLETISMO SIGUE REPARTIENDO MEDALLAS Y TÍTULOS	NOTICIA	4									
7	DATOS	UI_266	05/05/2011	JUGADORES CADETE DEL ALBERITE	FOTONOTICIA	5									
8	DATOS	UI_267	05/05/2011	BALONCESTO	TABLA RESULTADOS-CLASIFICACIÓN	6									
9	DATOS	UI_268	05/05/2011	PRIMERA CADETE	TABLA RESULTADOS-CLASIFICACIÓN	7									
10	DATOS	UI_269	05/05/2011	ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS (II)	ARTÍCULO	8									
				EL PUMSE CIERRA LA	NOTICIA	1									

Su hoja de cálculo consta de tres pestañas: “UNIDADES INFORMATIVAS”, “FOTOGRAFÍAS” Y “VALORES”. Las dos primeras se corresponden respectivamente con el lugar para la grabación de los datos relativos a las unidades de análisis homónimas: *unidades informativas* y *fotografías*. La pestaña “VALORES” contiene datos constantes necesarios para el funcionamiento de la hoja de cálculo. Todas las celdas que no deben ser modificadas durante el proceso de grabación de datos se encuentran protegidas.

En las pestañas en que grabaremos los datos correspondientes, la primera fila está ocupada por un encabezado. En cada celda de ese encabezado se relacionan las variables consideradas.

Cada fila sucesiva constituirá un caso o registro de datos relativo a una unidad de análisis (bien una *unidad informativa* o bien una *fotografía*). La hoja solo permite introducir en cada celda valores válidos para cada variable según las directrices del *libro de codificación*. La introducción de datos puede llevarse a cabo mediante el teclado siempre. En las variables de tipo categórico también pueden introducirse con el ratón, pulsando sobre un menú desplegable que muestra todos los valores posibles que puede adoptar cada una de las variables.

Los valores de las variables de identificación de las unidades de análisis presentes en las publicaciones sobre las que trabajaremos ya están introducidos y protegidos. De este modo todos los participantes en la validación del proceso de recogida de datos codificaremos las unidades de análisis en el mismo orden.

La primera columna de las pestañas para introducir datos es especial. Es un mecanismo de control que nos permite asegurarnos de que la codificación de una unidad de análisis concreta ha sido completada. Mientras queden variables sin codificar la celda del caso/registro correspondiente indicará “DATOS” en color rojo; cuando todas las variables hayan sido codificadas la celda cambiará a mostrar la palabra “CORRECTO” en color verde.

## LA RECOGIDA DE DATOS

Una vez conocidos los criterios de codificación y el instrumento de registro deberá realizar una recolección de datos de manera autónoma.

Para poder realizarla se le ha proporcionado junto a este documento una carpeta que contiene todos los materiales necesarios para ello, y que son aquellos con los que contará el investigador en el proceso de recogida de datos real.

En la carpeta dispondrá de los siguientes materiales:

- Una reproducción de dos números de la publicación objeto de estudio, que han sido elegidos al azar entre la población considerada en la investigación.
- Una memoria USB. En ella encontrará la hoja de cálculo para el registro de los datos, así como los archivos digitales de este documento y de las reproducciones de los números de los suplementos en papel (de este modo podrá verlos en color).
- Un lapicero, una goma y un sacapuntas.
- Una regla y un cartabón.
- Una calculadora.

Para poder utilizar la hoja de cálculo se le proporcionará un ordenador durante la sesión explicativa. Si después no tuviera acceso a un ordenador que tenga instalado el programa Excel 2007 o superior hágaselo saber por favor al doctorando para que le proporcione uno.

Para la recogida de datos procederá del siguiente modo:

- 1) Identifique en la reproducción del suplemento la primera *unidad informativa* relacionada en la hoja de cálculo.
- 2) Delimite, ayudándose de la regla y el lápiz, la superficie de la *unidad informativa* y de las *fotografías* en ella contenidas, si las hubiera.
- 3) Dé un vistazo general a la unidad informativa, observando su disposición impresa e identificando los diferentes elementos objeto de análisis (título, antetítulo, subtítulo, etc.).

- 4) Lea detenidamente todos los textos presentes en la *unidad informativa* y observe con atención las fotografías que esta incluya, si las hubiera.
- 5) Proceda a codificar e inmediatamente registrar cada una de las variables de la *unidad informativa*. Codifique y grabe los datos de cada variable una a una y sucesivamente.
- 6) Cambie en la hoja de cálculo a la pestaña “FOTOGRAFÍAS”. Proceda a codificar e inmediatamente registrar cada una de las variables de las *fotografías* de la *unidad informativa* que ha codificado previamente. Codifique y grabe los datos de cada variable una a una y sucesivamente.
- 7) Proceda del mismo modo con todas las *unidades informativas* y *fotografías* sucesivas hasta haber codificado y grabado los datos de las variables de todas ellas.

### **INFORMACIÓN DE RESULTADOS**

Una vez haya terminado de recoger los datos hágalos llegar por favor al doctorando lo antes posible. Puede utilizar la siguiente dirección de correo electrónico:

[juan-jose.hermosilla@alum.unirioja.es](mailto:juan-jose.hermosilla@alum.unirioja.es)

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> En el *dossier* entregado a los colaboradores, tras el agradecimiento, se incluían referencias bibliográficas. En este apéndice estas referencias se han obviado para evitar confusiones con la bibliografía del documento principal.



