

### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

E Calvo Ortega, B Gutiérrez San Miguel (2016): “La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homólogo masculino”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.230 a 1.242

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1143/63es.html>

[DOI: 10.4185/RLCS-2016-1143](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1143)

## La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homólogo masculino

Female athletes and journalists in television sport news programmes, in comparison to their male counterparts

**Elena Calvo Ortega** [\[CV\]](#) Personal Investigador en Formación. Universidad de Salamanca (España)  
[elenacalvortega@usal.es](mailto:elenacalvortega@usal.es)

**Begoña Gutiérrez San Miguel** [\[CV\]](#) Profesora titular en Comunicación Audiovisual. Universidad de Salamanca (España) [bsgm@usal.es](mailto:bsgm@usal.es)

### Abstracts

**[ES] Introducción:** La presente investigación se centra en los informativos deportivos de televisión de las principales cadenas del territorio español, teniendo un doble objetivo: por un lado, analizar la representación y tratamiento informativo que recibe la mujer deportista en comparación con su homólogo masculino; y por otro, estudiar la muestra de hombres y mujeres como periodistas.

**Metodología:** Para llevarla a cabo, se utilizará una metodología cuantitativa utilizando la técnica de investigación de análisis de contenido. **Resultados y conclusiones:** Los resultados muestran una escasa presencia de la mujer deportista con respecto a su homólogo masculino, así como la presencia de ciertos mecanismos periodísticos que subordinan el deporte femenino al masculino. Del mismo modo, los hombres también prevalecen como profesionales de la información en todos sus roles. Por tanto, se deduce que los informativos deportivos refuerzan y perpetúan el deporte como un reducto masculino hecho por y para hombres.

**[EN] Introduction:** This research article examines the sport news programmes broadcast by the main television networks in Spain, in order to achieve two objectives: first, to analyse the representation and informative treatment of female athletes in comparison to their male counterparts and, second, to evaluate gender equality in sport journalism. **Method:** The study adopts a quantitative approach based on the content analysis technique. **Results and conclusions:** The results show a scarce presence of female athletes in comparison to their male counterparts, as well as the presence of certain journalistic mechanisms that subordinate women's sport to men's sport. Moreover, men also predominate in all roles involved in sport journalism. Therefore, the results suggest that television sport news programmes reinforce and perpetuate the idea of sport as a field made by and for men.

## Keywords

[ES] Desigualdad de género; Informativos deportivos; Periodistas; Deportistas; Cobertura.

[EN] Gender inequality; sport news programmes; journalists; female athletes; coverage.

## Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión e hipótesis. 3. Método. 3.1. Instrumento de recogida de información. 3.2. Muestra. 3.3. Procedimiento. 4. Resultados. 4.1. Tipo de noticia en función del sexo protagonista. 4.2. Tipo de noticia en función del sexo protagonista y cadena de televisión. 4.3. Duración de la noticia en función del sexo protagonista. 4.4. Modalidades deportivas de los informativos deportivos. 4.5. Agrupación de los deportes de los informativos deportivos. 4.6. Sexo de los profesionales de la información. 5. Discusión y conclusiones. 6. Notas. 7. Bibliografía.

[EN] 1. Introduction. 2. State of the art and hypotheses. 3. Methods. 3.1. Data collection instruments. 3.2. Sample. 3.3. Procedure. 4 Results. 4.1. Types of news by protagonist's sex. 4.2. Types of news by protagonist's sex and TV network. 4.3. Duration of news by protagonist's sex. 4.4. Diversity of sports in sport news programmes. 4.5. Sport categories in sport news programmes. 4.6. Gender equality in sport journalism. 5. Conclusions and discussion. 6. Notes. 7. References.

Traducción de **CA Martínez-Arcos**

(Doctor en Comunicación por la Universidad de Londres, Reino Unido)

## 1. Introducción

El propósito de la investigación que se presenta en estas líneas es comparar la representación y tratamiento informativo que reciben los deportistas en función del sexo, así como la aparición de hombres y mujeres como profesionales de la información en los informativos deportivos de televisión de las principales cadenas generalistas del territorio español.

A lo largo de la historia, el deporte ha sido considerado una práctica natural y “propia” del sexo masculino por tratarse de un espacio donde “simbólicamente, se expresan los rasgos que tradicionalmente se exigen al verdadero hombre” (Vega, 2012: p.2). Sin embargo, en el caso de la mujer ha ocurrido todo lo contrario debido a que la feminidad hegemónica dicta cualidades (fragilidad, dulzura etc.) y papeles muy distintos (obligaciones familiares y reproductoras, etc.) que son incompatibles con la naturaleza construida del deporte (Lallana, 2012). Por tanto, salvo excepción de algunas modalidades deportivas, las mujeres deportistas entran en contradicción con su condición biológica en pro de un mayor rendimiento deportivo.

En este sentido, los medios de comunicación refuerzan esta idea a través de distintos mecanismos que invisibilizan a la mujer deportista de estos espacios o, de representarla, lo hacen bajo ciertos condicionantes que implican la subordinación con respecto al deporte masculino (Altés, 2004). Por lo tanto, la importancia de la presente investigación tiene que ver con el papel privilegiado que tienen los medios como agentes de socialización y, de manera concreta, como potenciales generadores de un cambio ya que, no solo llegan a una gran audiencia, sino que también lo hacen de forma diaria.

## 2. Estado de la cuestión e hipótesis

Algunos autores han señalado la tendencia a investigar el deporte desde campos como la fisiología, economía, etc. sin embargo, a pesar de la popularidad del deporte, no existe un corpus teórico que estudie el deporte desde un enfoque periodístico (Manfredi, Rojas y Herranz, 2015). No obstante, se

han encontrado algunas investigaciones que fundamentan la presente investigación y que están amparados en corrientes y postulados teóricos como las que se indican.

De esta forma, la corriente de estudios que enmarca la presente investigación son los *estudios de género y comunicación* que, a su vez, forman parte de los *Cultural Studies* de los que recibieron una gran influencia dotándolos de un fuerte sentido crítico (Mattelart, 1982). Del mismo modo, se apoya en los postulados de las teorías *agenda-setting* y *framing* al estudiar de forma específica los temas y encuadres otorgados a las noticias en la información deportiva. De manera concreta, la agenda temática es definida enfatizando sobre aquellos temas relativos al deporte masculino a través de un mayor número y tiempo de noticias o situándolas en el sumario o al comienzo del informativo (McCombs y Shaw, 1972). Este tipo de estrategias han sido identificadas por diversas investigaciones poniendo de relieve la infrarrepresentación de la mujer frente a la sobrerrepresentación del hombre deportista en los informativos deportivos de televisión (López, 2005; La-Torre *et al.*, 2007; Aztiker, 2011; Cooky y Messner, 2015), habiendo una ligera mejoría en la representación de la mujer cuando se trata de cadenas públicas y no privadas (Farré, Saperas y Navarro, 1998; Fernández, 2008).

Además, los periodistas confieren determinados encuadres a las noticias ofreciendo un punto de vista distinto a la información en función del sexo protagonista de la noticia (Igartua y Humanes, 2004). En este sentido, algunos autores han señalado como las noticias sobre deporte femenino aparecen de forma puntual cuando las deportistas representan a la nación (Bruce, Hovden y Markula, 2010), han obtenido algún triunfo o cuando se trata de enfatizar en algún aspecto relativo a la dimensión humana (ASPIC, 2014). Del mismo modo, cabe destacar como las posibilidades de recibir cobertura aumentan cuando se trata de representar a la deportista practicando alguna modalidad deportiva considerada más “adecuada” según su sexo (Coronado, 2013; Jones, 2011) o cuando aparece como objeto sexual (Herrero, *et al.*, 2010). Por otro lado, algunas de dichas investigaciones también han puesto de manifiesto la baja representación de la mujer como profesional de la información y, especialmente, cuando se trata de reporteros o enviados especiales (Farré, Saperas y Navarro, 1998; López, 2005; Fernández, 2008).

A partir de esta revisión bibliográfica, se formularon las siguientes hipótesis: H1. Existe una infrarrepresentación en el número de noticias protagonizadas por mujeres deportistas con respecto a aquellas otras que protagonizan hombres; H2. Las noticias sobre deporte femenino son consideradas de menor importancia en comparación con aquellas otras sobre deporte masculino. H3. La mayor parte de las noticias muestran a hombres y mujeres deportistas realizando prácticas deportivas consideradas “adecuadas” según su sexo. H4. Mientras que los hombres deportistas son motivo de noticia en cualquier circunstancia, las mujeres aparecen con mayor frecuencia cuando se trata de enfatizar algún aspecto extradeportivo de interés humano o bien cuando ganan un torneo de gran relevancia, y más aún, si se trata de una competición internacional donde representan a España. H5. Las mujeres tienen una menor representación que los hombres como periodistas en todos sus roles, pero su presencia es aún más baja cuando se trata de reporteros o enviados especiales. H6. La representación de las mujeres deportistas y periodistas es ligeramente más favorable en la cadena pública que en las privadas.

### **3. Método**

#### **3.1. Instrumento de recogida de información**

Para el desarrollo de la investigación se utilizó una metodología descriptiva utilizando como instrumento de recogida de información el análisis de contenido. Para ello, se elaboró un libro de

códigos en el que se especificó de forma precisa cada una de las variables y su forma de evaluación, así como la ficha de análisis donde se registraron valores a cada una de las variables. De manera concreta, dicha variables hacían referencia a: 1- Datos de identificación de la noticia (fecha, cadena, día de la semana, tipo de noticia en función del sexo); 2-Importancia y emplazamiento de la noticia (duración, aparición en sumario, orden, entrevistas, música, etc.); 3-Deporte de la noticia (tipo y agrupación del deporte); 4-Ámbito competitivo (nacional; internacional: España: internacional: otro país; popular) y motivo de noticia (interés humano o deportivo: gana, pierde, empata, informa).

### 3.2. Muestra

La unidad de análisis fue la noticia y el tipo de muestreo fue semi-probabilístico intencionado y sistemático seleccionando una semana completa mediante el método de las semanas construidas (Krippendorff, 1990) para evitar las distorsiones que pudieran causar la elección de un momento informativo tan reducido (Teramo, 2006). De manera concreta, se seleccionó la semana que abarca desde el 11 de abril hasta el 29 de mayo del año 2016, obteniendo así una muestra aleatoria de 145 noticias en total. Del mismo modo, se analizaron los informativos de una cadena pública, *TVE1*, y dos privadas, *Cuatro* y *La Sexta*, obteniendo así la representación de cada uno de los grandes grupos de televisión, y en el horario de noche al estar dentro o cerca de la franja horaria de Prime-Time en España.

### 3.3 Procedimiento

Para la codificación, cálculo de fiabilidad y análisis de datos se utilizó el programa estadístico *SPSS*. De manera concreta y con el objeto de asegurar la fiabilidad del proceso, se contó con tres codificadores que llevaron a cabo un análisis de manera independiente sobre el mismo material, que constituía el 15% de la muestra total [1]; el resto de la muestra fue analizado únicamente por un único investigador. En este sentido, para conocer el grado de acuerdo alcanzado se utilizó el coeficiente *Alfa (a) de Krippendorff* (Neuendorf, 2002) obteniendo un índice promedio de fiabilidad intercodificadores a partir de todas las variables alto, de 0,94.

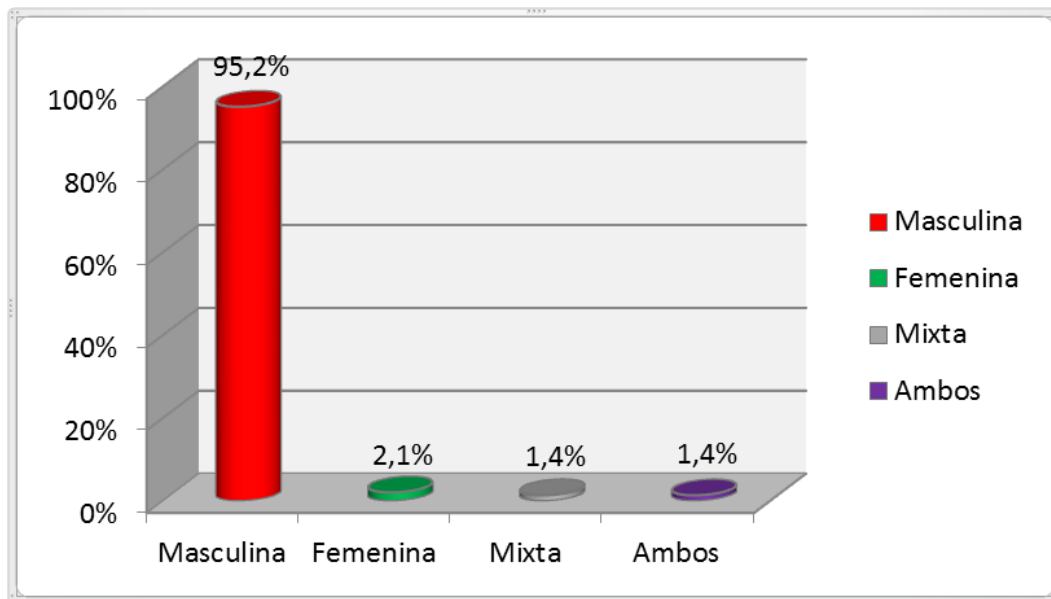
Para el análisis de los datos, se llevó a cabo un análisis descriptivo utilizando distribuciones de frecuencias y representaciones gráficas. No obstante, en algún caso, se efectuaron tablas de contingencia para comprobar posibles asociaciones significativas entre variables a través del estadístico Chi cuadrado ( $\chi^2$ ). Sin embargo, el hecho de que el análisis dependiera resultados tan desalentadores en cuanto a la representación de la mujer deportista limitó, como veremos, el hacer algunas comparaciones entre las noticias en función del sexo a través de pruebas estadísticas.

## 4. Resultados

### 4.1. Tipo de noticia en función del sexo protagonista

A través de la distribución de frecuencias, se obtuvo el porcentaje del tipo de noticias en función del sexo protagonista (Gráfico1), habiendo un total de 95,2% de noticias masculinas frente al 2,1% femeninas, 1,4% mixtas (ambos sexos en la misma competición deportiva) y 1,4% ambos (ambos sexos en distintas competiciones deportivas). Estos datos se traducen en un total de 138 noticias protagonizadas por hombres frente a 3 noticias por mujeres deportistas, 2 mixtas y 2 ambos (que por otra parte, fueron protagonizadas también por hombres)

Gráfico 1. Porcentaje de noticias en función del sexo

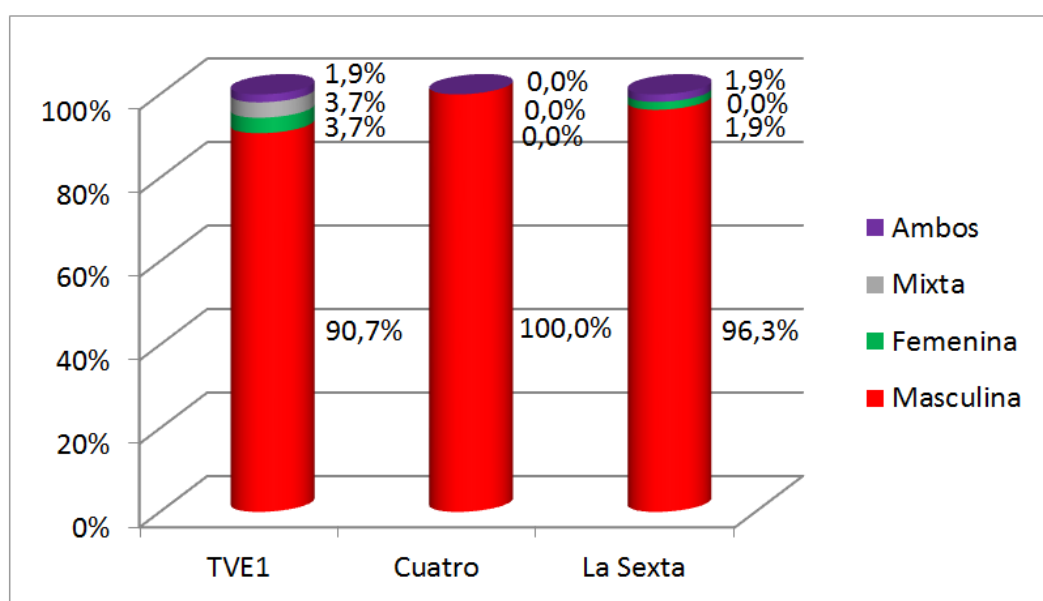


Fuente: Elaboración Propia

#### 4.2. Tipo de noticia en función del sexo protagonista y cadena de televisión

Del mismo modo, el porcentaje de noticias en función del sexo protagonista de la noticia y cadena televisiva (Gráfico 2), fueron los siguientes: En el caso de *TVE1*, el 90,7% corresponden a noticias masculinas frente al 3,7% a noticias femeninas, 3,7% a las mixtas y 1,9% a ambos. En *Cuatro* el 100% de las noticias fueron sobre deporte masculino. En *La Sexta*, el 96,3% de noticias fueron masculinas frente al 1,9% femeninas, 0 mixtas y 1,9% ambos.

Gráfico 2. Porcentaje de noticias en función del sexo y cadena



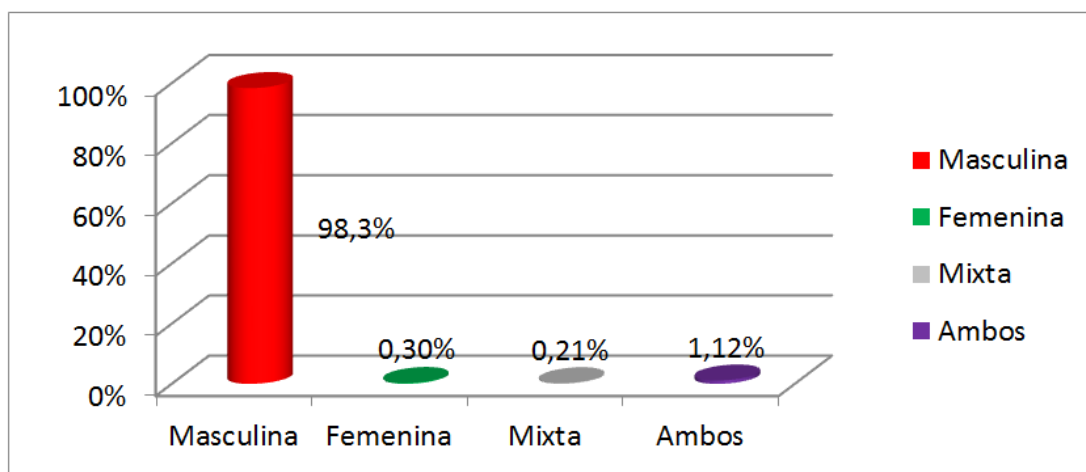
Fuente: Elaboración Propia

### 4.3. Duración de la noticia en función del sexo protagonista

En cuanto al porcentaje de duración de las noticias en función del sexo (Gráfico3), el 98,3% del tiempo de los informativos se dedicó al deporte masculino, el 0,30% al deporte femenino, el 0,21% al mixto y el 1,12% del tiempo a ambos.

Del mismo modo, el tiempo fue dividido en cuartiles correspondiendo el primer cuartil a una duración menor de 25 segundos, el segundo a una duración entre 25-28 segundos, el tercero entre 59-125,50 segundos y el cuarto a más de 125,51 segundos. Por tanto, la variable duración pasó de tener un nivel de medida numérico a ordinal a partir del cual se pudo medir la asociación entre variables a través de una tabla de contingencia, solicitando el estadístico de contraste Chi cuadrado ( $\chi^2$ ) para conocer el nivel de significación (p). De esta forma, según arroja la prueba  $\chi^2$ , si bien no existe una asociación significativa, si existe una asociación tendencial ya que el valor p es mayor que 0.05 y menor o igual que 0.10 [ $\chi^2$  (9, N=145) = 16.56, p=.056]. Este hecho es evidente cuando se comprueba que todas las noticias femeninas y mixtas estuvieron del primer cuartil, teniendo una duración menor de 25 segundos, mientras que las noticias masculinas aparecieron distribuidas de forma prácticamente uniforme a lo largo de todos los cuartiles, mientras que las de ambos se hallaron dentro del segundo y cuarto cuartil.

Gráfico 3. Porcentaje del tiempo de las noticias en función del sexo



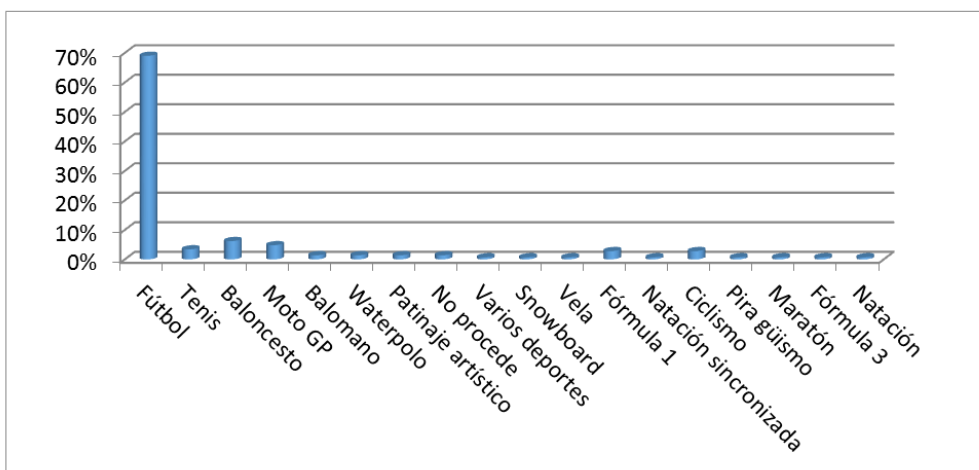
Fuente: Elaboración Propia

### 4.4. Modalidades deportivas de los informativos deportivos

En relación a los deportes que aparecieron de mayor a menor frecuencia en los informativos fueron (Gráfico 4): el fútbol con un 69% seguido, a mucha distancia, del baloncesto con un 6,2%, moto GP con un 4,8%, tenis con 3,4%, ciclismo y fórmula1 con 2,8%; el balonmano, waterpolo, patinaje artístico aparecieron todos en un 1,4% mientras que, en último lugar con un 0,7%, estuvieron los deportes de snowboard, vela, piragüismo, natación, fórmula 3 y maratón.

Del mismo modo, se realizó una tabla de contingencia viendo que sí había diferencias significativas entre el tipo de deporte y el sexo de la noticia por el valor que arrojaba el estadístico  $\chi^2$  [ $\chi^2$  (51, N=145) = 373.53, p=.000]

Gráfico 4. Porcentaje del tipo de deporte



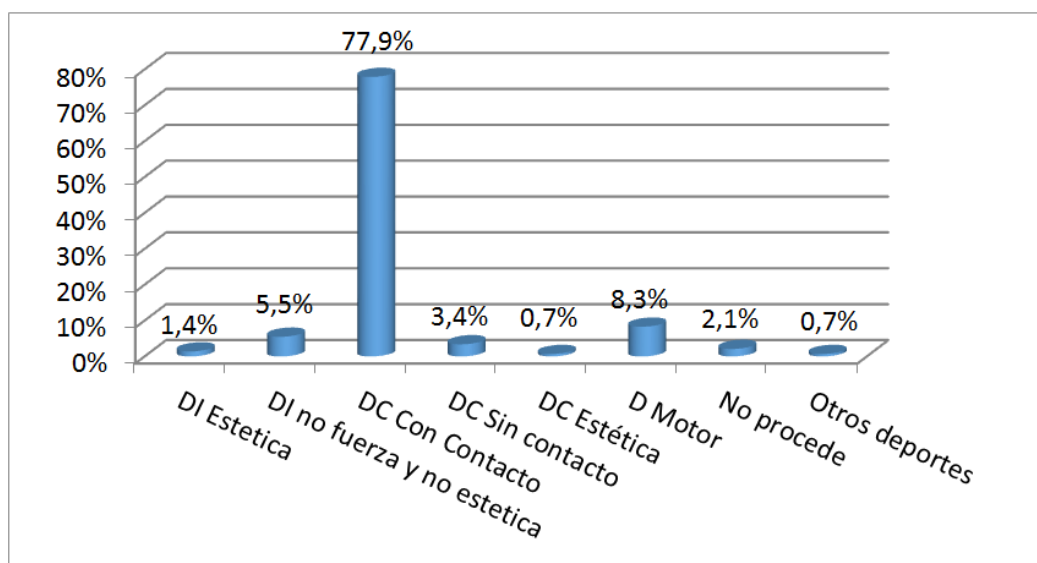
Fuente: Elaboración Propia

#### 4.5. Agrupación de los deportes de los informativos deportivos

En cuanto a la agrupación de los deportes (Gráfico 5), el 77,9% estuvo dedicado a los deportes colectivos con contacto (DC contacto) seguido, a bastante distancia, de los deportes de motor (DMotor) con un 8,3%, deportes individuales que no exigen altos índices de fuerza ni son juzgados por su estética (DI no fuerza-estética) con un 5,5%, deportes colectivos sin contacto (DC no contacto) con un 3,4%, no procede (no se hace alusión de forma concreta a ningún deporte) con 2,1%, deportes individuales juzgados por su estética (DI estética) con 1,4% y, por último, deportes colectivos juzgados por su estética (DC estética) y otros deportes con 0,7%.

Asimismo, se realizó una tabla de contingencia viendo que sí había diferencias significativas entre el grupo de deporte y el sexo de los deportistas [ $\chi^2$  (21, N=145) = 199.11, p=.000]

Gráfico 5. Porcentaje de agrupación de las modalidades deportivas



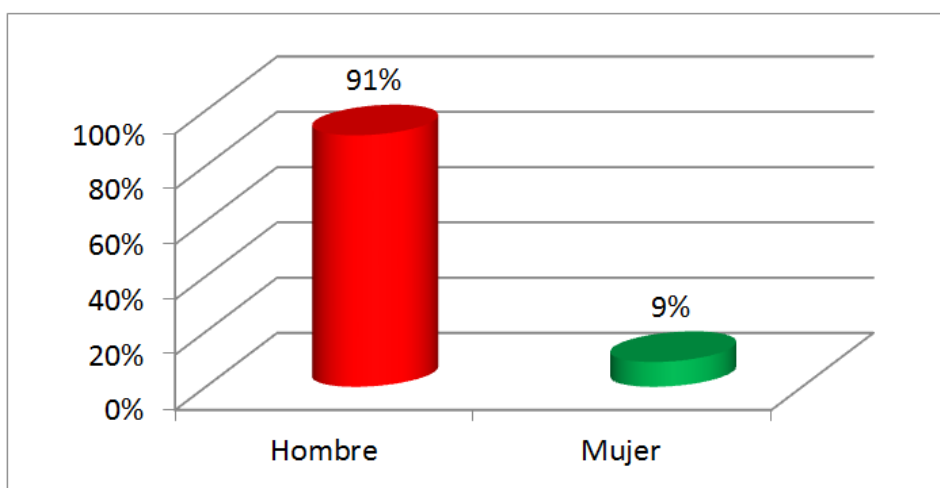
Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6. Sexo de los profesionales de la información

En cuanto a los presentadores de las noticias, el 91% fueron hombres frente al 9% de mujeres (Gráfico6); mientras que los reporteros, desechando el porcentaje “no procede” (cuando no existe la figura de reportero), el 53,4% fueron hombres frente al 33% de mujeres y el 13,6% que aparecieron ambos (Gráfico7); por último, la voz en off masculina apareció en un 79,95%, la femenina en un 13,28% y la de ambos en un 6,76% (Gráfico8).

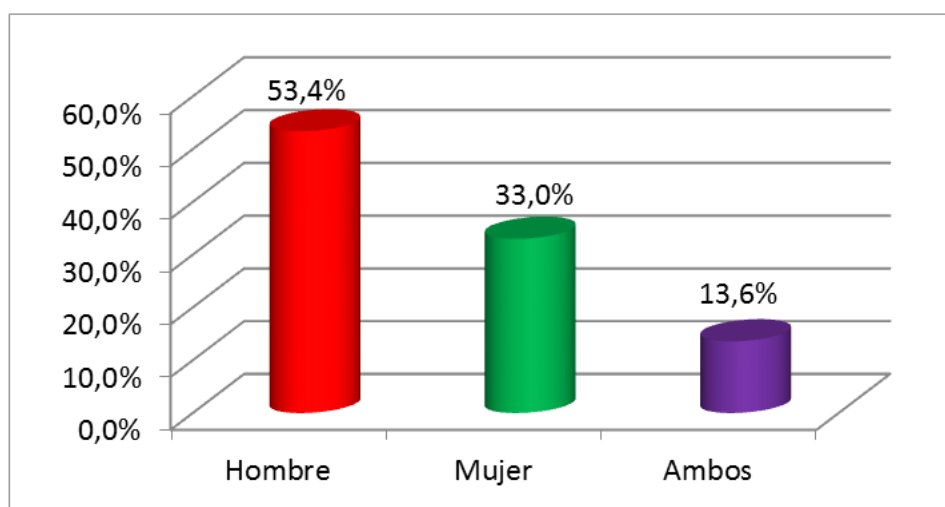
Del mismo modo, teniendo en cuenta las cadenas de televisión, existen diferencias tendenciales en el caso de los presentadores en función del sexo [ $\chi^2$  (2, N=145) = 5.006, p=.082]. De manera concreta, en *TVE1*, el 88,9% de presentadores fueron hombres frente al 11,1 de mujeres; en *Cuatro* el 100% de los presentadores han sido hombres sin haber ninguna mujer presentadora; en *La Sexta* el 87% de presentadores fueron hombres frente al 13% que fueron mujeres.

Gráfico 6. Porcentaje del sexo del presentador



Fuente: Elaboración Propia

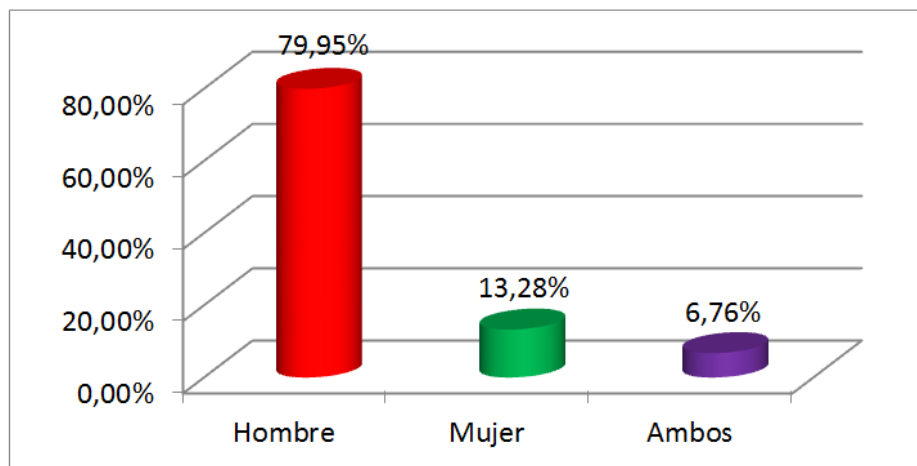
Gráfico 7. Porcentaje del sexo del reportero



Fuente: Elaboración Propia



Gráfico 8. Porcentaje del sexo de la voz en off



Fuente: Elaboración Propia

## 5. Discusión y conclusiones

Siguiendo la teoría de la *agenda-setting* y tomando como referencia los porcentajes del 95,5% de noticias masculinas frente a 2,1% de femeninas en una semana completa de análisis, se puede confirmar la H1 apoyando así investigaciones anteriores en relación a la práctica invisibilidad de la mujer en la información deportiva. De manera concreta, Bach, *et al.* (2000) denominan a la información deportiva como “el farolillo rojo” por ser el espacio donde menor cobertura mediática recibe la mujer deportista en cualquiera de sus soportes (prensa, televisión, etc.). Por tanto, dichos porcentajes reflejan una ausencia sistemática del deporte femenino en contraste con una sobreoferta del masculino, lo que transmite el mensaje de que el deportista varón es el “único merecedor de convertirse en noticia en los medios informativos” (Ibáñez, 2001: p. 111). De esta forma, la información deportiva establece la agenda temática determinando qué es relevante y, por tanto, sobre qué temas se ha de opinar, esto es: el deporte masculino (Sábada, 2008).

Del mismo modo, la duración es una señal evidente que indica la menor importancia otorgada al deporte femenino en comparación con el masculino ya que el 98,3% del tiempo de los informativos está dedicado a las noticias sobre deporte masculino frente a un escaso 0,30% sobre el femenino. Además, existen otros aspectos que señalan la prioridad de un tipo de noticias sobre otras pero que, debido a la escasez de muestra obtenida sobre noticias femeninas en una semana, no ha sido posible realizar comparaciones estadísticas en todos ellos con respecto a sus homólogos masculinos. No obstante, si es de interés el comentar como se ponen de manifiesto dichos elementos en las únicas tres noticias protagonizadas por mujeres ya que podrían dar indicios sobre las tendencias de los informativos. De esta forma, se observa como las tres noticias sobre deporte femenino se sitúan en el último cuarto del informativo y ninguna de ellas aparece en el sumario, tiene conexión en directo y tampoco ofrece música ni tiempo de voz a las deportistas. Además, cabe destacar como dos de las tres noticias que pertenecen al mismo informativo (*TVEI*) son presentadas en un mismo bloque dando la impresión de que fueran una sola noticia. Ante estos resultados cabe señalar que el deporte femenino está subordinado al del masculino en el espacio deportivo del informativo, es decir, únicamente se habla de las deportistas si sobra tiempo o espacio aun cuando los resultados obtenidos sean iguales o mejores a los de los deportistas (Ibáñez, 2001) por lo que, siendo precavidos por la limitación que supone la escasez de muestra femenina, se podría confirmar a priori la H2.

Por otro lado, los resultados ponen de manifiesto una serie de estrategias utilizadas por el periodismo para dar un determinado enfoque a las noticias en función del sexo (Sábada, 2008). En este sentido, cabe destacar como es el fútbol masculino la disciplina deportiva que acapara la mayor parte de la atención con un 69% por lo que “el fútbol ocupa y se come gran parte del tiempo o espacio dedicado al resto de deportes (Angulo, 2007: p.3). Esta situación perjudica a otros deportes minoritarios masculinos que aparecen en último lugar, pero, más aún, al deporte femenino que es doblemente discriminado ya que pareciera que el protagonismo del hombre en el fútbol llevara a considerar que, por inercia, la mujer también está ausente en otro tipo de modalidades deportivas (Angulo, 2007). De esta forma la mujer no es mostrada en ninguno de los deportes que aparecen con mayor frecuencia en los informativos, pero sí lo hace en aquellos que tienen una muestra mínima (natación, snowboard, waterpolo). En esta misma línea, teniendo en cuenta algunas clasificaciones de los deportes según el sexo (Coronado, 2013; Jones, 2011), el hecho de que el fútbol masculino sea el deporte más mostrado lleva a que también exista una mayor muestra de los hombres deportistas en los DC contacto que son considerados como más “adecuados” para el hombre y los que más acaparan como grupo en un 77,9%. Por su parte, la mujer deportista aparece en dos noticias en DI no fuerza-estética (natación y snowboard), y en una DC contacto (waterpolo), por lo que, a excepción de esta última, la mujer aparece con mayor frecuencia en deportes considerados del universo femenino. Por tanto, la H3 se podría confirmar, aunque, en el caso de la mujer, haría falta una muestra más amplia para poder arrojar resultados que fueran concluyentes.

Del mismo modo, la baja muestra de noticias protagonizadas por mujeres, tampoco ha permitido el hacer comparaciones estadísticas con sus homólogos masculinos en lo que respecta al ámbito de competición y motivo de noticia al que hace referencia la H4. No obstante, es importante señalar qué ocurre con las tres únicas noticias femeninas ya que precisamente todas ellas responden a motivos muy puntuales que tienen que ver con el éxito, el nacionalismo y el énfasis en la dimensión humana, llegando por tanto a ser requisitos para la cobertura en esta investigación. De manera concreta, dos de las tres noticias sobre deporte femenino responden a la victoria en un torneo de gran relevancia nacional (victoria liga española de waterpolo) y a éxitos en una competición internacional (medallas en Campeonato Europeo de natación). En cambio, en el caso del deporte masculino ni la victoria ni el nacionalismo son requisitos para la cobertura ya que aparecen aun cuando han sido derrotados y su importancia tiene un alcance mundial (Bruce, Hovden y Markula, 2010). En esta misma línea, cabe destacar como la tercera noticia protagonizada por una mujer responde al fallecimiento de la propia deportista que se trata de Estelle Balet, la dos veces campeona del mundo de Snowboard; este hecho pone de relieve que las noticias sobre deporte femenino deben ofrecer “algo más” de lo estrictamente deportivo para tener un espacio informativo (ASPIC, 2014). A la vista de estos resultados, se podría decir que existe una tendencia a confirmar la H4 ya que las noticias sobre deporte femenino han de cumplir una serie de requisitos para recibir cobertura informativa, algo que no sucede en el caso del hombre.

En cuanto a los profesionales de la información en función del sexo, los resultados muestran como los hombres prevalecen en todos los roles de la profesión (presentador, reportero, voz en off). Sin embargo, esta situación mejora cuando se trata de reporteros o enviados especiales y empeora si se habla de presentadores, aspectos que contrastan con lo encontrado en investigaciones anteriores (López, 2005 y Fernández, 2008). Por tanto, la H5 se confirma parcialmente ya que, si bien la mujer tiene una menor participación como profesional de la información en todos sus roles, dicha situación es ligeramente más favorable cuando se trata de reporteros.

Por último, en lo que respecta a las tres cadenas de televisión, cabe decir que se confirma la H6 puesto que es en *TVE1* donde existe una ligera mayor representación de mujeres deportistas y

periodistas, seguido de *La Sexta* y, en último lugar *Cuatro* que no muestra ninguna mujer deportista ni periodista.

Como conclusión a la investigación presentada en estas líneas, puede decirse que las deportistas prácticamente son invisibles para los informativos deportivos de televisión, apareciendo de forma puntual cuando obtienen un éxito de reconocido prestigio ya sea a nivel nacional pero sobre todo internacional ya que, cuando se trata de llevar los símbolos nacionales, parece ser que el sexo no es tan relevante; o bien, cuando se trata de resaltar algún aspecto de interés humano más que deportivo poniendo de relieve que “los méritos de las deportistas parecen no tener entidad suficiente para ser publicados por los medios de comunicación” (ASPIC, 2014: p.37). Por tanto, a diferencia del deporte masculino que sigue una planificación periodística que informa de manera constante sobre el deporte o equipo, casi siempre del fútbol, el deporte femenino no tiene continuidad en el tiempo. Este hecho lleva a considerar que las deportistas no existen, además de impedir su seguimiento mediático provocando que, cualquier persona con interés por las noticias deportivas femeninas, le resulte difícil mantenerlo debido a la falta de continuidad en la cobertura. Además, a las escasas tres noticias protagonizadas por mujeres deportistas se suma el encuadre efectuado sobre las mismas que transmite la idea de que la capacidad deportiva de las deportistas es de menor valía con respecto a la del hombre (Bruce, Hovden y Markula, 2010),

Del mismo modo, el hecho de que el hombre también prevalezca como profesional de la información en todos sus roles pone de manifiesto como las diferencias sexuales son justificadas no solo para la práctica, sino también para cualquier esfera del deporte, esto es, “en el nivel que se analice, es por demás evidente que el dominio del ámbito deportivo es masculino; genéricamente, el deporte es *cosa de hombres*” (Pedraza, 2012, p.49).

Ante esta situación, se hace emergente la creación de modelos saludables a través de referentes deportivos femeninos consolidados en los que la mujer pueda sentirse identificada; solo de esta forma los medios estarán contribuyendo a dar pasos hacia la igualdad, de manera contraria, seguirán formando parte de ese entramado que refuerza la idea naturalizada de la superioridad del hombre sobre la mujer dentro del ámbito deportivo, en este caso...

\*Investigación financiada. Este artículo es producto de una investigación financiada al Grupo de Investigación Reconocido titulado “Narrativas audiovisuales y Estudios Socioculturales” por el “[Programa XIII](#): Programa para la financiación de Grupos de Investigación Reconocidos”, de la Universidad de Salamanca,

## 6. Nota

[1] Para el chequeo de fiabilidad lo habitual es analizar entre un 10% y un 20% del total de las unidades de análisis (Igartua, 2006)

## 7. Bibliografía

Altés, E., Gallego, J. (2004): “Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación”. En: López, Pilar (ed.). *Manual de Información en género*. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer, pp. 39-68.

Angulo, M. (2007): *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*. MEC y CSD. Recuperado de:

[http://www.mujerydeporte.org/documentos/docs/articulo\\_imagen\\_mujer\\_deportista\\_en\\_medios.pdf](http://www.mujerydeporte.org/documentos/docs/articulo_imagen_mujer_deportista_en_medios.pdf)

ASPIC-Comunicación (2014): *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva*. Dirección de Juventud y Deportes del Gobierno Vasco.

AtresPlayer (2016): *La Sexta Noticias 20:00*. Recuperado de: <http://www.atresplayer.com/television/noticias/lasexta-noticias/noticias-2/2016/>

Aztiker (2011): *¿Cumple el grupo público de comunicación EITB su labor informativa como sector público? Estudio sobre el protagonismo y representación de las mujeres y hombres en los informativos de EITB*. Ipar Hegoa y LAB.

Bach, M., Altés, E., Gallego, J., Plujà, M., Puig, M. (2000): *El sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. Barcelona: Icaria Editorial.

Bruce, T., Hovden, J., Markula, P. (2010): *Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage*. Rotterdam: Sense Publishers.

Altés, E., Gallego, J. (2004): “Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación”. En: López, Pilar (ed.). *Manual de Información en género*. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer, pp. 39-68.

Cooky, C., Messner, M., Musto, M. (2015): “It’s Dude Time: a quarter century of excluding women’s sports in televised and highlight shows”. *Communication & Sport*, 3(3), 261-287.

Coronado, C. (2013): “Mussolini las quiere deportistas: Mujer y deporte en los noticiarios cinematográficos Luce (1928-1943)”. *Feminismo/s*, (21), 183-203.

Farré J., Saperas, E., Navarro, V. (1999): “Telediarario y género: la presencia de la mujer en los telediararios”. *Formats: Revista de comunicación audiovisual*, (2), 1-8.

Fernández, C. (2008): *Estudio sobre Género y Deporte en televisión*. Consejo Audiovisual de Andalucía.

Hayes, Andrew (2016): *Kalpha*. Recuperado de: <http://afh Hayes.com/index.html>

Herrero, F.J., Gutiérrez, B., Sánchez, F. (2010): “Los lectores de marca.com y sus preferencias: más allá del interés meramente deportivo”. *Libro de actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Tenerife: Universidad de La Laguna.

Ibáñez, E. (2001): “Información sobre deporte femenino: El gran olvido”. *Apunts: Educación Física y Deportes*, 3(65), 111-113.

Igartua, J.-J., Humanes, M.-L. (2004): *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Jones, A. (2011): “Visual and verbal gender cues in the televised coverage of the 2010 winter olympics”. *International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 6(2), 199-216.

Krippendorff, K. (1990): *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

Lallana, I. (2012): “La influencia de los medios de comunicación en el rendimiento deportivo femenino. El refuerzo de los estereotipos sociales”. En: *IV Jornadas sobre mujeres y medios de comunicación*, pp.99-108.

Latorre, P-A., *et al.* (2007): “Mujer, deporte y medios de comunicación”. *Revista digital de Buenos Aires*, 11(106).

López, P. (2005): *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer.

Mafrendi, J-L., Rojas, J-L., Herranz, J-M (2015): “Innovación en el periodismo emprendedor deportivo. Modelo de negocio y narrativas”. *El profesional de la información*, 24(3), 265-273.

Mattelart, Michèle (1982): *Mujeres e industrias culturales*. Barcelona: Anagrama.

McCombs, M., Shaw, D. (1972): “The agenda-setting function of mass media”. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

Mediaset (2016): *Mitele. Deportes Cuatro*. Recuperado de: <http://www.mitele.es/deportes/deportes-cuatro/>

Neuendorf, K. (2002): *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Pedraza, C-I. (2012): “Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes”. *Revista Derecho a Comunicar*, (4), 46-69.

RTVE (2016): *A la carta televisión y radio*. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/telediario>

Sábada, T. (2008): *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.

Teramo, M-T. (2006): “Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros”. *Palabra-Clave*, (1), 57-84.

Vega, R. (2012): “Mujer deporte y comunicación: la periodista deportiva y su acceso al ejercicio profesional de la actividad”. *Revista Andaluza de Documentación sobre el Deporte*, (4), 1-10.

---

### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

E Calvo Ortega, B Gutiérrez San Miguel (2016): “La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homólogo masculino”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.230 a 1.242

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1143/63es.html>

[DOI: 10.4185/RLCS-2016-1143](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1143)

- En el interior de un texto:

... E Calvo Ortega, B Gutiérrez San Miguel (2016: 1.230 a 1.242)...

o

... E Calvo Ortega *et al*, 2016 (1.230 a 1.242)...

Artículo recibido el 24 de agosto de 2016. Aceptado el 19 de noviembre.  
Publicado el 24 de noviembre