

La cobertura deportiva y el principio deontológico de la justicia. Revisión de la literatura sobre las representaciones mediáticas de género, nacionalidad, raza y discapacidad en los Juegos Olímpicos

Xavier Ramon Vegas – Departamento de Comunicación – Universitat Pompeu Fabra – xavier.ramon@upf.edu

Resumen: Los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la transmisión de información y valores en las sociedades democráticas. Asimismo, tienen una incidencia decisiva en la construcción y la legitimación de las identidades de género, raza, nacionalidad y discapacidad. Por esta razón, la tarea periodística debe desarrollarse de forma íntegra, ética y responsable. El campo de la comunicación deportiva no debe ser una excepción.

Pese a todo, es necesario constatar una serie de problemas esenciales en el periodismo deportivo vinculados con el principio deontológico de la justicia. La representación mediática del género, la nacionalidad, la raza y la discapacidad ha sido tradicionalmente caracterizada por notables desigualdades a nivel cuantitativo y cualitativo, incluyendo el uso reiterado de construcciones estereotipadas y de estrategias de minimización y trivialización.

Esta comunicación ahonda en el concepto de justicia vinculado a la ética del periodismo deportivo, especificando las prescripciones sobre la materia establecidas en los códigos deontológicos y recomendaciones nacionales e internacionales sobre la profesión. A continuación, se revisa de forma exhaustiva el estado de la cuestión de la representación del género, la nacionalidad, la raza y la discapacidad en la cobertura de los Juegos Olímpicos, el evento deportivo con mayor transcendencia, visibilidad e impacto a nivel mundial. En cada uno de estos cuatro ejes de representación, se aporta un sólido bagaje bibliográfico que demuestra la vigencia de los mecanismos utilizados por los medios de comunicación para generar y reproducir mediáticamente la identidad de los deportistas. Finalmente, se apuntan las aplicaciones del conocimiento obtenido en los campos de investigación, docencia y práctica profesional, señalando retos futuros como la creación de un código específico de autorregulación.

Palabras clave: Medios de comunicación; deporte; Juegos Olímpicos; representación; deontología; justicia.

1. Introducción

Los Juegos Olímpicos son el evento deportivo más importante y prestigioso a nivel internacional (Billings, 2008; Eastman y Billings, 2000; Sugden, 2012). Como “puntos de referencia socioculturales” (Horne y Whannel, 2011: 40) y con un gran impacto y atracción global (Higgs *et al*, 2003; Markula, 2009; Moragas, 1992a; Moragas, 1992b; Vincent *et al*, 2002), en un corto período de tiempo los Juegos reciben una atención intensiva por parte de los medios de comunicación (Billings *et al*, 2012; Darnell y Sparks, 2005; Moragas, 2006; Rivenburgh, 2002).

En su cobertura de los Juegos, los medios de comunicación desarrollan funciones esenciales, como la selección, interpretación y provisión de la información textual y audiovisual necesaria para que los ciudadanos puedan comprender los eventos olímpicos (Girginov y Parry, 2005). Asimismo, los medios juegan un papel crucial en la difusión del ideario y los valores del Olimpismo¹ (Horne y Whannel, 2011). Estos valores² incluyen el respeto por la dignidad humana, la no discriminación, la igualdad, la excelencia moral, el entendimiento, la tolerancia, la amistad, la solidaridad, el multiculturalismo, la justicia, la paz y el juego limpio (Fernández Peña, 2010; Miah y García, 2012; Parry, 2006; Tavares, 2010).

Teniendo en cuenta la gran trascendencia y visibilidad pública, el alcance internacional y los valores asociados con los Juegos Olímpicos, es crucial que éstos sean reflejados mediáticamente de forma ética y responsable. Como actores esenciales en la configuración de la agenda pública, la socialización y la transmisión de información cultural y valores en las sociedades democráticas (Bernstein, 2002; Buysse y Embser-Herbert, 2004; Hardy, 2008; Higgs *et al*, 2003), los medios de comunicación deben llevar a cabo un tratamiento completo y responsable de todas las áreas informativas, incluyendo el deporte, al tratarse de “un aspecto central de la cultura popular contemporánea” (Boyle, 2006: 182).

Pese a lo expuesto hasta el momento, no se puede olvidar que el campo del periodismo deportivo se ha asociado tradicionalmente a problemas éticos de primera magnitud.

Los académicos especializados en el estudio de esta área³ han detectado errores en la práctica de la comunicación deportiva, como la disolución de las

¹ El Olimpismo es la filosofía creada por Pierre de Coubertin, que “enfatisa el rol del deporte en el desarrollo mundial, el entendimiento internacional, la coexistencia pacífica y la educación social y moral” (Girginov y Parry, 2005: 2). Una de las formas de difundir estos valores es “promocionar una forma de vida basada en los principios éticos fundamentales” (Horne y Whannel, 2011: 32). Como Parry (2006: 202) explica, “el Olimpismo ha sido la sistematización más coherente de los valores éticos y políticos que subyace la práctica del deporte que ha aparecido hasta el momento”.

² Los valores fundamentales del Olimpismo se recogen en la Carta Olímpica, un documento aparecido en 1908 y cuya última versión fue publicada en 2011. Se puede consultar este documento en: http://www.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf [Último acceso: 22-10-2012].

³ Antes de las décadas de los 80 y 90, “muchos académicos despreciaban el estudio del deporte al considerarlo trivial” (Billings *et al*, 2012: 7), sosteniendo que había “temas mucho

fronteras entre información, opinión y publicidad; la falta de rigor; el sensacionalismo; el mal criterio en la selección de las noticias; la incitación a la violencia; el uso de estereotipos o la baja calidad y variedad de las fuentes utilizadas (Oates y Pauly, 2007; Rojas Torrijos, 2011; Rowe, 2007; Wulfemeyer, 1985). La comunicación mediática de los Juegos Olímpicos no ha sido una excepción.

Esta comunicación se centrará específicamente en explicar los fundamentos y en establecer una revisión de la literatura sobre uno de los problemas más significativos de la cobertura mediática de los Juegos Olímpicos: la desigualdad cuantitativa y cualitativa en la representación de la nacionalidad, el género, la raza y la discapacidad. Estas cuestiones éticas se inscriben dentro del principio deontológico de la justicia.

2. El principio deontológico de la justicia

2.1. Conceptos básicos: ética y calidad informativa, deontología y justicia

Se conoce como ética “la rama de la filosofía encargada de establecer los principios y códigos de conducta moral” (Malcolm, 2008: 85), estudiando lo que es correcto e incorrecto (Franklin *et al*, 2008; Sanders, 2003). Más concretamente, la ética periodística es el conjunto de “principios morales, reflejados en las reglas, escritas o no escritas, que prescriben como los periodistas deben trabajar para evitar el mal o perjudicar a los otros, por ejemplo, cuando recogen información, cuando deciden que se publica y cuando responden a quejas sobre su trabajo” (Franklin *et al*, 2008: 74).

Los periodistas necesitan de una “brújula moral” (Kovach y Rosenstiel, 2001: 181), es decir, de una ética profesional para trabajar por el interés público y para proporcionar información de un modo verdadero, responsable, preciso y honesto (Alsius, 1998; Alsius, 1999; Christians *et al*, 1991; Deuze, 2005; Frost, 2011; Keeble, 2009; Pasquali, 1997; Sanders, 2003). Para generar contenidos de calidad y para “construir su propia reputación como fuentes creíbles de información” (Girginov y Parry, 2005: 79), los buenos periodistas deberían seguir las consideraciones establecidas en los principios deontológicos fundamentales: verdad, justicia, libertad y responsabilidad social (Alsius, 1996). Mediante la sumisión voluntaria a las normas de la profesión, esto es, la deontología (Pasquali, 1997; Sanders, 2003), los profesionales pueden acercarse a la excelencia y a la calidad informativa, términos equivalentes al concepto de ética.

Como se ha explicitado, la justicia es uno de los principios clave de la deontología periodística. Del mismo modo que la verdad, “la justicia es uno de los rasgos morales más universalmente asumidos” (Alsius, 1999: 171) y un “componente crucial de la consciencia periodística” (Spence y Quinn, 2008:

más importantes que el análisis del deporte y los procesos de comunicación que lo rodean” (Billings, 2010: 11). Pese a todo, la poca tradición de estudio del deporte y del periodismo deportivo (Boyle, 2006; Wanta, 2006) ha cambiado y hoy en día es ampliamente reconocido que el análisis del deporte en los medios es relevante (Boyle y Haynes, 2009).

275), tal como queda recogido en las descripciones de los elementos fundamentales del periodismo realizada por autores clave en la materia (Christians y Traber, 1997; Christians *et al*, 1991, Christians *et al*, 2009; Frost, 2011; Knowlton y Reader, 2009; Lambeth, 1992; Plaisance, 2009).

2.2. La justicia en los documentos fundamentales sobre ética periodística

Asimismo, la justicia es un concepto esencial dentro de los códigos deontológicos, libros de estilo, estatutos de redacción y recomendaciones nacionales e internacionales sobre ética periodística⁴, documentos clave en los sistemas de rendimiento de cuentas de los medios de comunicación (Bertrand, 2001).

La doctrina deontológica escrita hace referencia explícita a preservar la igualdad y a evitar la discriminación y el uso de estereotipos por razones de raza, género, procedencia o discapacidad.

En la siguiente tabla, se recoge una selección⁵ de las grandes prescripciones nacionales e internacionales de relevancia para nuestro propósito de estudio. Se han escogido como ejemplos significativos los grandes códigos internacionales y los documentos éticos de referencia en tres países (España, Reino Unido y Estados Unidos de América):

Código	Artículo	Descripción
Principios internacionales de ética profesional del periodismo de la UNESCO	Art. 9	“El periodista puede contribuir a eliminar la ignorancia y la incomprensión entre los pueblos, a hacer a los ciudadanos de un país sensibles a las necesidades y deseos de los otros, a asegurar el respeto de los derechos y de la dignidad de todas las nacionales, de todos los pueblos y de todos los individuos, sin distinción de raza, sexo, lengua, nacionalidad, religión o convicciones religiosas”.
Declaraciones de principios sobre la conducta de los periodistas de la Federación Internacional de Periodistas (FIP)	Art. 7	“El periodista se cuidará de los riesgos de una discriminación propagada por los medios de comunicación y hará lo posible para evitar que se facilite tal discriminación, fundamentada especialmente en la raza, el sexo, la moral sexual, la lengua, la religión, las opiniones políticas y demás, así como el origen nacional o social”.

⁴ Estos documentos son construidos teniendo en consideración “los ideales normativos amplios y la cultura del periodismo” (White, 1989: 44) y presentan elementos compartidos, como la guía profesional en la “recogida de información, la relación con los contactos y las fuentes, la publicación de información, la presentación de la información, garantizar su calidad y tratar con las quejas”. (Frost, 2011: 268). Pese a todo, cabe añadir que éstos “no pueden contemplar cada eventualidad” (Sanders, 2003: 31).

⁵ Para disponer de una lista extensa de códigos a nivel europeo, se puede consultar la colección compilada por los profesores Kaarle Nordenstreng y Ari Heinonen de la Universidad de Tampere (Finlandia): http://ethicnet.uta.fi/codes_by_country. En el ámbito internacional, la página web del Donald W. Reynolds Journalism Institute de la University of Missouri (Estados Unidos de América) recoge más de 400 códigos deontológicos generales y especializados del sector: <http://www.rjionline.org/MAS-Codes-of-Ethics> [Último acceso: 11-11-2012].

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

Resolución 1.003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa	Art. 33	“Los medios tienen la obligación moral de defender los valores democráticos: el respeto por la dignidad humana y la resolución de los problemas a través de medios pacíficos y tolerantes. En consecuencia, deben oponerse a la violencia y al lenguaje del odio y de la confrontación y rechazar toda discriminación por motivos de cultura, sexo o religión”.
Society of Professional Journalists (SPJ) Code of Ethics (Estados Unidos)	Art. 1	“Evitar la discriminación por motivos de raza, género, edad, religión, etnia, procedencia geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estatus social”.
Press Complaints Commission Code of Practice (Reino Unido)	Art. 12	“La prensa debe evitar prejuicios y referencias peyorativas al color, religión, género, orientación sexual o a cualquier enfermedad o discapacidad física o mental de los individuos” / “Los detalles de la raza, color, religión, orientación sexual, enfermedad o discapacidad física o mental de los individuos se deben evitar si no son genuinamente relevantes para las noticias”.
National Union of Journalists (NUJ) Code of Conduct (Reino Unido)	Art. 10	Un periodista “no produce material que pueda llevar al odio o la discriminación por la edad de una persona, el género, raza, color, creencia, estatus legal, discapacidad, estado civil, u orientación sexual”.
FAPE (Federación de Asociaciones de la Prensa de España)	Art. 7	“El periodista extremará su celo profesional en el respeto de los derechos de los más débiles y los discriminados” / “Debe, por ello, abstenerse de publicar, de modo despectivo o con prejuicios, la raza, color, religión, origen social o sexo de una persona, o cualquier enfermedad o minusvalía física o mental que padezca”.

Fuentes: Aznar (1999); Cooper *et al* (1989); Frost (2011); Pérez Fuentes (2004).

De forma concreta, en el caso español, el acceso de los grupos sociales en los medios y la no discriminación también se explicita en los documentos de cada uno de los medios y empresas de comunicación (Código deontológico del Sindicato de Periodistas de Madrid, Art. 15.2; Código deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña, Art. 12; Libro de Estilo de Vocento, Art. 1.2.4.g; Libro de Estilo de la CCMA, Art. 1; Libro de Estilo de *El País*, Art. 1.41; Libro de Estilo de *El Mundo*, Art. 8; Libro de Estilo de Berria, Art. 2; Estatuto de Redacción de *El Periódico de Cataluña*, Art. 5; Estatuto de Redacción de *La Vanguardia*, Art. 3.9; Estatuto de Redacción de la Agencia Efe, Art. 9 y Art. 15; Libro de Estilo de Canal Sur, Art. 9; entre otros documentos de autorregulación relevantes en la materia).

2.3. La amenaza a la justicia: la infrarrepresentación y los estereotipos

Pese a esta claridad normativa y la concienciación de los periodistas para evitar la discriminación en estas materias (Keeble, 2009), la realidad de la comunicación deportiva presenta dos problemas muy significativos.

En primer lugar, en el periodismo deportivo, determinados grupos sociales tradicionalmente desfavorecidos, como las deportistas, los atletas no blancos o los participantes discapacitados aún “experimentan más dificultad que otros para acceder a los medios” (Alsus, 2010: 113).

En segundo lugar, estos colectivos siguen sujetos a una “representación distorsionada en el escaparate social de los medios” (Alsus, 1999: 201), debida en gran parte a la generación y reproducción de estereotipos heredados (Jorge Alonso, 2004). Los estereotipos, como instrumentos cognitivos caracterizados por la representación reduccionista y simplificada de la realidad y por la resistencia al cambio (Alsus, 2010; Berganza y Del Hoyo, 2006; Mosquera González y Puig, 2002), impregnan el discurso, legitimando y perpetuando las divisiones hegemónicas entre los grupos sociales.

Pese a que la difusión de los estereotipos no es una responsabilidad exclusiva de los medios, no podemos olvidar que la reproducción de estos mecanismos contribuye a la “construcción social de las diferencias” (Alsus, 2010: 115) y a la generación de prejuicios y estigmas de nacionalidad, género, raza y discapacidad.

Esta situación es preocupante, teniendo en cuenta que el deporte mediático y, particularmente, los Juegos Olímpicos, son un espacio crucial en el cual las actitudes y las identidades individuales y colectivas son configuradas, amplificadas y transmitidas al público (Billings y Angelini, 2007; Billings *et al*, 2012; Boyle y Haynes, 2009; Horne y Whannel, 2011; Howe, 2008; Oates y Pauly, 2007).

3. Revisión de la literatura sobre la representación mediática de la nacionalidad, el género, la raza y la discapacidad en los Juegos Olímpicos

Desde una óptica académica, existen tres aspectos éticos del principio deontológico de justicia que gozan de una tradición consolidada de estudio empírico en el campo de la comunicación deportiva: el tratamiento mediático del género, la raza y la nacionalidad (Bernstein y Blain, 2003; Boyle y Haynes, 2009; Farrington *et al*, 2012), seguidos de la representación de la discapacidad en los medios. La prominencia de estos ejes de estudio es comprensible, dado que los Juegos Olímpicos son el más grande de los eventos deportivos y un foco clave para las representaciones mediáticas de estas formas de identidad (Billings y Eastman, 2003).

En el siguiente apartado de la comunicación, se revisará la literatura entorno a estos cuatro ejes de estudio, aportando el bagaje conceptual y bibliográfico necesario para documentar la cuestión.

3.1. Justicia en la representación mediática de las nacionalidades

El deporte juega un papel crucial en la construcción y la proyección de la identidad social, especialmente, la nacionalidad (Denham y Duke, 2010). En la actualidad, existen 205 *National Olympic Committees (NOGs)* o Comités

Olímpicos Internacionales (COIs). Por consiguiente, los Juegos Olímpicos proporcionan una oportunidad extraordinaria para que los países demuestren al mundo su existencia e incrementen su reconocimiento y exposición internacional⁶. Sin embargo, los medios de comunicación han tendido a ignorar a ciertas nacionalidades. Asimismo, han incurrido en favoritismos, en un excesivo patriotismo o en el uso de estereotipos para referirse a ciertas nacionalidades o áreas geográficas (Stead, 2008).

La investigación empírica ha constatado un sesgo recurrente respecto a la cobertura de los países y atletas olímpicos de los países donde los medios están establecidos. Por ejemplo, en su análisis longitudinal sobre las retransmisiones de la *network* NBC de los Juegos Olímpicos de Verano e Invierno entre 1996 y 2006, Billings (2008) demostró que los atletas norteamericanos fueron los más mencionados en cinco de las seis ediciones consideradas para el estudio, desde Atlanta'96 hasta Torino'2006, representando una proporción de tres cuartos entre todos los atletas. Estos resultados son consistentes con las investigaciones previas y posteriores en la materia (Billings y Angelini, 2007; Billings y Eastman, 2002; Billings *et al*, 2008; Eastman y Billings, 1999; Cho, 2009; Larson y Rivenburgh, 1991).

Así pues, los medios han sido más propicios a favorecer y maximizar las informaciones sobre sus países y deportistas por encima del resto. Además, los profesionales han tendido a interpretar este evento global desde sus “marcos de referencia domésticos y nacionales” (Qing, 2010: 1894), enfatizando “el significado especial de las medallas para los países si los periodistas deportivos y los medallistas son del mismo país” (Yu, 2009: 301).

En cierta medida, esta actitud es lógica por dos razones. En primer lugar, no podemos olvidar que los Juegos Olímpicos “han sido históricamente un canal para la construcción y la muestra del nacionalismo” (Billings, 2008: 90). En segundo lugar, cabe considerar que “en cada país, la gente tiene un interés personal en su propio equipo olímpico” (Billings y Eastman, 2002: 351).

Sin embargo, cabe tener en cuenta algunas excepciones remarcables a esta tendencia. Por ejemplo, en la cobertura televisiva de los Juegos Olímpicos de Invierno de 2002, celebrados en Salt Lake City (Estados Unidos), “sorprendentemente, los atletas no norteamericanos fueron mencionados más frecuentemente que los atletas norteamericanos” (Billings y Eastman, 2003: 569).

En términos cualitativos, los investigadores han demostrado que la representación mediática de las nacionalidades ha sido tradicionalmente construida a partir de estereotipos y diferencias narrativas (Stead, 2008). La reciente investigación de Billings *et al* (2011), sobre las narraciones televisivas en Estados Unidos y China (NBC y CCTV) durante los Juegos Olímpicos de Pequín 2008, demuestra la perpetuación de las confrontaciones dicotómicas

⁶ También cabe tener en cuenta que la exposición internacional de un país también depende de factores cruciales como su tradición deportiva, su relevancia social y geopolítica, la situación deportiva y la extensión de la delegación que toma parte en los Juegos Olímpicos, entre otros elementos determinantes que cualquier estudio debería contemplar.

entre países en la construcción de los discursos mediáticos. El uso de expresiones como “Nosotros contra ellos” se une al extenso lenguaje militar utilizado en el periodismo deportivo (‘guerra’, ‘lucha’, ‘soldados’, ‘revancha’, ‘conquistar’, ‘masacrar’ o ‘aniquilar’), que también vulneran el principio deontológico de la responsabilidad social. En este contexto, los atletas han sido representados como sujetos patrióticos, inmersos en las confrontaciones entre sus respectivos países.

Si bien los Juegos Olímpicos son “ampliamente interpretados como competiciones entre naciones” (Billings *et al*, 2012: 126), donde el “conflicto deviene un elemento clave en la narración mediática (Girginov y Parry, 2005: 89), el uso del imaginario militar, la denigración y la estereotipación de las diferentes identidades nacionales debería quedar excluida de la cobertura mediática. De lo contrario, se potencia el riesgo de asociar el deporte con la guerra (Brown, 2004) y no se cumple con la “responsabilidad de reflejar los valores de paz y entendimiento internacional inherentes al movimiento Olímpico” (Moragas, 1996: 12).

3.2. Justicia en la representación mediática del género

El género⁷ es ampliamente reconocido como uno de los grandes temas de estudio del deporte mediático (Wenner, 2006). El deporte ha sido socialmente y simbólicamente construido como una institución sexista y patriarcal, caracterizada por una hegemonía masculina que privilegia, naturaliza y preserva el poder de los hombres mientras minimiza y perpetua la inferioridad femenina (Bernstein, 2002; Boyle y Haynes, 2009; Crolley y Teso, 2007; Kian *et al*, 2009; King, 2007; Lomas, 2003; Malcolm, 2008; Mosquera González y Puig, 2002). Esta situación ha tenido serias implicaciones para las mujeres, que han experimentado dificultades para participar⁸ en las competiciones deportivas, espacios de la esfera pública tradicionalmente destinados a los hombres.

En el terreno mediático, el deporte también ha sido construido como un territorio masculino⁹ (Boyle, 2006; Buysse y Embser-Herbert, 2004; Duncan,

⁷ Mientras el sexo se refiere a las diferencias biológicas entre los hombres y las mujeres, el término género es usualmente utilizado para hacer referencia a los conceptos socialmente construidos sobre la masculinidad y la feminidad (Billings, 2010).

⁸ En la antigua Grecia, no se permitió a las mujeres tomar parte y asistir a las competiciones Olímpicas. Con la reintroducción de los Juegos Olímpicos en 1896, “las mujeres lucharon por participar como iguales” (Teetzel, 2011: 386). No fue hasta Estocolmo 1912 cuando se permitió la participación femenina y hasta Amsterdam 1928 cuando las mujeres recibieron la aprobación del COI para tomar parte en los Juegos Olímpicos. No obstante, en la segunda mitad del siglo XX, las mujeres han dado pasos significativos en la práctica del deporte organizado y su estatus ha crecido substancialmente (Bernstein, 2002; Girginov y Parry, 2005; Hargreaves, 1994; Markula, 2009). En los Juegos de Pequin 2008, el porcentaje de deportistas llegó al 42% (Billings *et al*, 2012: 82) y, en Londres 2012, el porcentaje ascendió hasta el 46,1% (IOC, 2012).

⁹ El periodismo deportivo ha sido visto tradicionalmente como una área primariamente dominada por los hombres, caracterizada por el predominio de los propietarios, periodistas, reporteros y productores masculinos (Bernstein, 2002; Boyle y Haynes, 2009; Hardin y Shain,

2006; Keeble, 2009; Wensing y Bruce, 2003), donde las diferencias de género no sólo han sido reflejadas y legitimadas sino también acentuadas (Bruce, 2009; Lippe, 2002).

Pese a que la visibilidad de las mujeres en la información sobre los Juegos Olímpicos ha crecido de forma progresiva (Bernstein, 2002), los académicos continúan señalando que el deporte masculino sigue dominando en los medios y que la cobertura de este tipo de información se dirige principalmente a los hombres (Billings *et al*, 2012; Keeble, 2009; King, 2007). El discurso periodístico del deporte sigue estando, en gran medida, caracterizado por la desigualdad entre los géneros, en términos cuantitativos y cualitativos (Capranica *et al*, 2005; Kay y Jeanes, 2008; Mean, 2010; Stead, 2008).

Un extenso corpus investigador ha demostrado empíricamente los aspectos señalados anteriormente. Este conjunto de trabajos incluye las investigaciones llevadas a cabo para estudiar la cobertura mediática de los Juegos Olímpicos de verano entre los años 50 y 70 (Pfister, 1987); Los Angeles'84 y Seúl'88 (Lee, 1992); Barcelona'92 (Higgs y Weiler, 1994; Daddario, 1997); Atlanta'96 (Eastman y Billings, 1999; Higgs *et al*, 2003; Tuggle y Owen, 1999; Vincent *et al*, 2002); Sidney'2000 (Billings y Eastman, 2002; Capranica y Aversa, 2002; Capranica *et al*, 2005); Atenas'2004 (Billings, 2007; Billings y Angelini, 2007; Capranica *et al*, 2008; Crolley y Teso, 2007) y Pequín'2008 (Angelini y Billings, 2010a; Billings *et al*, 2010; Davis y Tuggle, 2012; Yu, 2009).

En esta línea, también es muy significativa la investigación conducida por King (2007), que llevó a cabo un análisis longitudinal de los Juegos Olímpicos en la prensa británica (*The Times* y *The Daily Mail*) entre 1948 y 2004; la monitorización de las atletas olímpicas asiáticas entre 2000 y 2008 en la prensa internacional hecha por Yu (2009) y el análisis del tratamiento de las deportistas en la prensa israelí en tres Juegos Olímpicos (1996, 2000 y 2004) desarrollado por Galily *et al* (2011).

En paralelo, las diferencias de género en la cobertura mediática también han sido constatadas en los Juegos Olímpicos de invierno desde Chamonix'24 a Albertville'92 (Urquhart y Crossman, 1999) y en las ediciones de Albertville'92 (Daddario, 1994); Lillehammer'94 y Nagano'98 (Eastman y Billings, 1999); Salt Lake City'2002 (Billings y Eastman, 2003), Torino'2006 (Billings *et al*, 2008) y Vancouver'2010 (Angelini *et al*, 2012).

Este conjunto de investigaciones ha ayudado a conseguir una comprensión exhaustiva de cómo las deportistas han sido tratadas en los medios, desde las perspectivas cuantitativa y cualitativa. A continuación, se realizará una revisión de ambos tipos de cobertura deportiva.

3.2.1. Presencia cuantitativa de los géneros en las piezas periodísticas

En términos cuantitativos, varias investigaciones conducidas durante los años 80, 90 y 2000 señalaron una minimización de la cobertura femenina (King,

2006; Schultz, 2005). Además, cabe tener en cuenta que el producto deportivo se dirige principalmente a la audiencia masculina (Bruce, 2009).

2007). El espacio dedicado a la cobertura masculina ha sido mucho más extenso que el de las mujeres, por el número de piezas otorgadas, su amplitud y la localización privilegiada de las mismas. Esta asimetría ha marginalizado e infrarrepresentado a las deportistas (Crolley y Teso, 2007), contribuyendo a generar la falsa impresión que no existen o tienen poco valor (Bernstein, 2002; Wanta, 2006). Aunque las cifras varíen según los contextos sociales, económicos, culturales, históricos y deportivos de cada país, las mujeres siguen recibiendo menos del 10% de la cobertura deportiva en los periódicos y en la televisión (Markula, 2009).

Pese a todo, es imprescindible reconocer que estas cifras se han ido incrementado durante los últimos años, especialmente en el caso mega-eventos como los Juegos Olímpicos¹⁰.

Vincent *et al* (2002) demostraron en su análisis de la cobertura de Atlanta'96 en la prensa canadiense, norteamericana y británica que las deportistas recibieron una cobertura más equitativa en términos cuantitativos. Tomando la misma edición de los Juegos como objeto de estudio, Eastman y Billings (1999) certificaron que la NBC empezaba a dedicar un tiempo en pantalla más equitativo a ambos géneros. King (2007) descubrió que, después de décadas de infrarrepresentación de las atletas en la prensa británica, en Atenas'2004 las deportistas recibieron una mayor cobertura textual y fotográfica.

Como Bruce (2009) explica, las atletas pueden estar encontrando nuevos espacios por ellas mismas, una situación que podría conducir a un nuevo escenario diferente a la tradicional dominación masculina del deporte y de los medios deportivos.

3.2.2. Naturaleza cualitativa de la cobertura de los géneros

Como señalan Billings *et al* (2012: 97), “los hombres y mujeres atletas son descritos en una variedad de plataformas mediáticas de formas substancialmente diferentes”. Los medios de comunicación utilizan habitualmente ciertos mecanismos, como adjetivos calificativos, palabras, construcciones estereotipadas y clichés (Angelini y Billings, 2010a; Bernstein, 2002; Billings *et al*, 2010; Billings *et al*, 2012; Christians *et al*, 1991; Crolley y Teso, 2007; Daddario, 1994; Duncan, 2006; Fuller, 2008; Hernández Alonso, 2003; King, 2007; Vincent *et al*, 2002; Yu, 2009) para establecer una diferencia significativa entre los géneros.

Una lectura en profundidad de las contribuciones de estos autores permite descubrir los grandes recursos y estrategias que los medios utilizan a través del lenguaje para articular estas diferencias. No se puede olvidar que, como Gallego (2007: 49) explica, el lenguaje “no es un instrumento neutral que denomina la realidad sino quizá el producto más elaborado de la capacidad

¹⁰ Principalmente, este incremento en la atención mediática sobre las atletas femeninas en los Juegos Olímpicos se ha desarrollado en el caso de los deportes individuales, como la natación o el salto de trampolín (Duncan y Hasbrook, 2001; Pinnen, 2001).

humana para crearla” (Gallego, 2007: 49). A continuación se proporcionará una descripción detallada de estas estrategias:

3.2.2.1. Inclusión de las referencias a los atributos físicos de las deportistas

Como Duncan explica, centrarse en la belleza femenina de las deportistas “es una estrategia discursiva que trivializa los logros de las deportistas porque su apariencia no tiene nada que ver con su rendimiento atlético” (Duncan, 2006: 243). La cobertura de las deportistas se ha caracterizado tradicionalmente por el énfasis en los atributos físicos de su feminidad, como su aspecto corporal, atractivo y vestimenta (Bernstein, 2002), hecho que ha contribuido decisivamente a convertir a las deportistas en un objeto sexual (Keeble, 2009). Esta tendencia a la sexualización de la imagen de las atletas no es sorprendente, dado que la gran mayoría de periodistas deportivos son hombres y, presumiblemente, heterosexuales (Billings *et al*, 2012).

Si una mujer no responde al modelo estereotipadamente femenino o decide adoptar aspectos de la apariencia del género masculino, es etiquetada de forma diferente y sancionada de forma negativa por los medios (Gallego, 2007).

Por el contrario, en el caso de los hombres, las menciones físicas se tienden a asociar de forma positiva con su rendimiento deportivo y su poder físico. Sólo en caso de lesiones, sobrepeso y baja condición física, los atributos físicos de los deportistas son sancionados de forma negativa por parte de los medios de comunicación.

3.2.2.2. Presencia de expresiones y estereotipos que enfatizan las características psicológicas y la emocionalidad de las deportistas

Ciertas expresiones (por ejemplo, las atletas que ‘lloran o que muestran sus lágrimas’, o que son ‘adorables’, ‘dulces’, ‘débiles’, ‘frágiles’, ‘subyugadas’, ‘pasivas’, ‘apasionadas’ o ‘nerviosas’), son indicativas de una representación de género sesgada, que contribuye a caracterizar a las mujeres sólo como seres emocionales, débiles y dependientes¹¹.

Esta forma de describir a las mujeres se opone claramente a las características tradicionalmente atribuidas a los deportistas, que “son representados como exitosos porque no dejan que sus emociones sean más importantes que sus deseos atléticos” (Billings *et al*, 2012: 97). El lenguaje en el caso de los atletas contribuye a reforzar “la noción que los hombres son inherentemente superiores en términos de habilidad atlética” (Billings *et al*, 2012: 95). Algunos de los términos utilizados para construir la idea hegemónica de masculinidad

¹¹ Por supuesto, también hay excepciones en referencia a este patrón de descripción prototípico. Por ejemplo, la construcción de la atleta aborigen australiana Cathy Freeman en Sidney’2000 la mostró no sólo como “fuerte, poderosa y físicamente capaz” sino también como una deportista que podía “gestionar de forma exitosa la presión más grande que se ha ejercido nunca en una atleta australiana” (Wensing y Bruce, 2003: 391).

como forma de poder (Connell, 2003) son los siguientes: ‘agresivos’, ‘ambiciosos’, ‘grandes’, ‘valientes’, ‘competitivos’, ‘concentrados’, ‘confiados’, ‘conquistadores’, ‘decididos’, ‘dominadores’, ‘expertos’, ‘sin miedo’, ‘luchadores’, ‘heterosexuales’, ‘increíbles’, ‘independientes’, ‘inteligentes’, ‘intimidadores’, ‘duros’, ‘poderosos’, ‘rápidos’, ‘racionales’, ‘sacrificados’, ‘superiores’ o ‘guerreros’, entre otras expresiones.

La representación de los hombres como seres emocionales es poco común y sólo tiende a aparecer ante dos circunstancias: en la victoria y después de ser derrotados, situación en que los hombres también pueden ser presentados textualmente como ‘nerviosos’ o ‘frustrados’.

3.2.2.3. Información extradeportiva

De forma común, los medios han tendido a centrar su atención en aspectos privados¹², periféricos o no relacionados directamente con el deporte en el caso de las mujeres. Por ejemplo, han sido frecuentes las referencias a elementos como la edad de las deportistas, las circunstancias que son parte de sus vidas personales (como sus orígenes, vida familiar, hábitos, relaciones, actividades de ocio, rol familiar, maternidad, ocupación de la pareja, dieta, orientación sexual, creencias religiosas y otros temas) en lugar de hacer hincapié en sus habilidades atléticas, trayectoria, determinación, inteligencia o sus logros.

3.2.2.4. Infantilización

La infantilización de las deportistas ha sido llevada a cabo por los medios mediante el uso de diminutivos y expresiones que evocan una concepción infantil de las atletas, como ‘promesas’, ‘niñas’, ‘adolescentes’, ‘mujercitas’, ‘chicas de oro’, ‘jóvenes’ o ‘cariños’. En el caso de los hombres, las palabras ‘chicos’ o ‘pupilos’ no se usan normalmente con una connotación negativa. Además, la infantilización de las mujeres también se ha canalizado mediante el uso de expresiones que implican que las atletas femeninas siguen sus vidas siguiendo las indicaciones de sus compañeros, esposos o entrenadores.

3.2.2.5. Trivialización

En ciertas ocasiones, los medios han trivializado la participación y los logros conseguidos por las deportistas (Bernstein, 2002; Billings *et al*, 2012), desmereciendo sus contribuciones. Uno de los recursos más utilizados ha sido la atribución del éxito de las deportistas principalmente a la suerte o a la

¹² La privacidad se refiere a la “invasión del espacio físico y personal para recabar información”, a “la publicación de aspectos privados, por ejemplo, sobre relaciones, hábitos sexuales, finanzas, salud” y a “la publicación de especulaciones sobre los pensamientos o sentimientos privados de un individuo” (Franklin *et al*, 2008: 199-200). Los medios de calidad deberían establecer una línea entre las vidas públicas y privadas de los atletas, siguiendo la máxima que “generalmente y si no incurrn circunstancias excepcionales, el periodismo de calidad suele dar por buena la norma de omitir de las noticias los datos personales que no resulten relevantes para su comprensión” (Alsius, 1999: 384).

consonancia (la noción que simplemente todo sucede correctamente en el momento oportuno). Las mujeres son más proclives a recibir los comentarios sobre consonancia que los hombres (Billings *et al*, 2012), cuyos triunfos son principalmente debidos a la fuerza, poder físico, dominación y sacrificio.

3.2.2.6 Marcadores de género

Otro recurso aplicado extensamente por los medios es el uso de marcadores de género sólo cuando las mujeres participan en un determinado deporte. Los medios tienden a utilizar un calificativo cuando el deporte involucra la presencia de mujeres (por ejemplo: 'balonmano femenino'), como si fuera una rama especial de este deporte. Por lo contrario, cuando no se utiliza el calificativo, los medios generalmente se refieren a los deportes masculinos ('balonmano').

3.2.2.7. Estereotipos en las fotografías

Las imágenes son muchas veces seleccionadas y compuestas para reforzar los estereotipos de género, presentándolos como naturales y biológicos (Crolley y Teso, 2007). Teniendo en cuenta que las fotografías "llevan significados que son significativos para la construcción social de la ideología" (Buysse y Embser-Herbert, 2004: 67), los medios de comunicación también han tendido a focalizar su atención icónica sobre los atributos físicos de las deportistas, su emocionalidad o en cuestiones no relacionadas con el deporte.

3.3. Justicia en la representación mediática de las razas y las etnias

Otra de las grandes áreas de estudio dentro del principio deontológico de la justicia es la representación de la raza y la etnicidad, cuestión considerada como otro de los grandes temas del deporte mediático (Wenner, 2006). No se puede olvidar que, lejos de ser inocentes, estas palabras llevan consigo "mucho peso ideológico" (Bernstein y Blain, 2003: 17).

En términos cuantitativos, varias investigaciones han apuntado la infrarrepresentación de los atletas afroamericanos en el deporte mediático (Grainger *et al*, 2006). Si bien es cierto que los logros de los atletas afroamericanos durante las últimas décadas "han adquirido significación global mediante su involucración en eventos deportivos que han sido mediados por los medios de comunicación"¹³ (Horne y Whannel, 2011: 168), la infrarrepresentación de los atletas no blancos permanece, en cierta medida, muy notable.

¹³ El atletismo es el ejemplo más remarcable entre estos deportes mediáticos, si bien es cierto que los atletas afroamericanos han conseguido obtener una presencia mediática significativa en otros deportes como el baloncesto o el fútbol. Sin embargo, según los académicos, la atención mediática también se puede obtener como consecuencia del bajo rendimiento. La repercusión mediática del nadador Eric Moussambani en Sydney 2000 es un ejemplo muy ilustrativo al respecto (Horne y Whannel, 2011).

En su estudio longitudinal de la cobertura olímpica de la NBC entre 1996 y 2006, Billings¹⁴ (2008) demostró que los atletas blancos fueron mencionados el 72,1% del tiempo (dos tercios en el caso de los Juegos Olímpicos de verano), seguidos de los afroamericanos (13,1%) y los asiáticos (9,5%). Por su parte, los hispánicos y los atletas procedentes de países de Oriente Medio recibieron menos del 1% de la cobertura total. Investigaciones parciales conducidas por los mismos investigadores (Billings y Angelini, 2007; Billings y Eastman, 2003; Billings *et al*, 2008) condujeron a resultados similares, revelando un claro etnocentrismo blanco en la narración mediática (Farrington *et al*, 2012).

Cualitativamente, como han señalado los académicos, “los atletas de diferentes etnias han sido tratados de formas marcadamente diferentes en las décadas pasadas” (Billings, 2008: 80).

Pese a que se “ha producido un declive en las formas abiertas de racismo en el deporte mediático (tradicionalmente exhibido en áreas como la infrarrepresentación, la sub-información y los comentarios sesgados), los medios apoyan los discursos y creencias racistas a través de representaciones estereotipadas” (Grainger *et al*, 2006: 461).

El deporte mediático aún tiende a utilizar estereotipos que reproducen y expanden la idea que existen “diferencias biológicas entre los atletas afroamericanos y blancos” (Sterkenburg *et al*, 2010: 827). Como explican Billings *et al* (2012), en los medios deportivos “hay un énfasis creciente en la noción del atleta afroamericano innatamente talentoso, el triunfador nato” (Billings *et al*, 2012: 117).

En contraste con esta “rapidez, fortaleza física, velocidad, habilidad de salto y fuerza” (McDonald, 2010: 160), los atletas blancos han sido asociados al intelecto, al liderazgo, al esfuerzo, a la determinación y al compromiso (Sterkenburg y Knoppers, 2004; Grainger *et al*, 2006; Billings *et al*, 2006; Billings, 2010).

Como investigación ilustrativa de esta tendencia¹⁵, el trabajo de Billings y Eastman (2002) sobre la cobertura de los Juegos Olímpicos de Sidney’2000

¹⁴ Para categorizar correctamente a los atletas y equipos incluidos en los medios, Billings (2008) utilizó un sistema de clasificación que diferenció entre seis categorías: asiáticos, afroamericanos, hispánicos, de oriente medio, blancos y otros. La razón para utilizar este sistema de clasificación es que “progresivamente, los deportes organizados quedaron integrados no sólo por atletas blancos y afroamericanos participando juntos sino también por una miríada de otras etnicidades representadas en el terreno atlético” (Billings *et al*, 2012: 108).

¹⁵ Sin embargo, se pueden encontrar excepciones a esta tendencia general en otras investigaciones. Por ejemplo, Angelini y Billings (2010b) estudiaron la retransmisión televisiva de la NBC en los Juegos Olímpicos de 2008 y descubrieron que “las divergencias dialógicas tradicionales (como que los atletas blancos son más trabajadores y los atletas afroamericanos son innatamente hábiles) no prevalecieron” (Angelini y Billings, 2010b: 1). Dejando a un lado los Juegos Olímpicos, es importante considerar los descubrimientos remarcados por Goss *et al* (2010) en su análisis del contenido de la representación de los jugadores blancos y afroamericanos de la NBA en las portadas de la revista *Sports Illustrated*. Esta investigación demostró que “los jugadores afroamericanos tenían casi la misma probabilidad que los jugadores blancos de ser representados por sus habilidades intelectuales” (Goss *et al*, 2010: 186), tales como “el liderazgo, la inteligencia, el trabajo, la ética y la habilidad mental” (Goss *et al*, 2010: 191).

descubrió que “era más probable que los atletas afroamericanos fueran más representados como exitosos gracias a sus habilidades atléticas superiores, mientras que era más probable que el éxito de los atletas blancos fuera gracias al compromiso extremo” (Billings y Angelini, 2007: 98). Además, cabe añadir que algunos estereotipos fomentan las diferencias entre atletas dependiendo del deporte que practiquen. Como Billings argumenta, los medios producen mensajes simplistas que mandan la idea que los afroamericanos “son jugadores superiores natos de baloncesto o que los blancos son líderes natos en los deportes de campo” (Billings, 2010: 36).

3.4. Justicia en la representación mediática de la discapacidad

Thomas (2008: 222) reconoce que “los discapacitados han sido excluidos tanto de la corriente dominante de la sociedad como del deporte”. En los medios, los discapacitados han recibido una menor atención o han sido invisibilizados (Hardin, 2006). Como Thomas y Smith (2009: 139) señalan, “el tratamiento mediático y la significación social de las actuaciones deportivas de los atletas discapacitados se mantiene considerablemente más bajo que el de los atletas no discapacitados”.

Además, cabe destacar que “las imágenes de la discapacidad han sido asociadas durante mucho tiempo a connotaciones negativas y estigmas” (Cherney y Lindemann, 2010: 196). Barnes (1992) identificó algunos de los estereotipos de la discapacidad más utilizados en los medios de comunicación: la pena y el patetismo; ser objeto de curiosidad, risa o violencia; el énfasis excesivo en su discapacidad física; su mala suerte; su no-sexualidad o su incapacidad para participar en la vida diaria. En otras palabras, los medios han tendido a “reforzar la imagen de una persona discapacitada o bien como una víctima trágica pero valiente de una situación de incapacidad o como un individuo patético y objeto de pena” (Horne y Whannel, 2011: 176).

Este tipo de representaciones ocasiona consecuencias negativas, porque no se puede olvidar que “sin una cobertura justa y exacta, se niega a los atletas las oportunidades financieras (mediante la exposición en los medios y el patrocinio) otorgadas a los atletas no discapacitados” (Hardin, 2006: 583). Socialmente, “la forma en que los medios representan a las personas con discapacidades y al deporte discapacitado tiene un gran impacto en como los otros grupos y individuos en la sociedad los ven” (Brittain, 2010: 72).

Hasta el momento, ha habido poca investigación dedicada a estudiar la representación mediática de los atletas discapacitados (Horne y Whannel, 2011).

Schantz y Gilbert (2001) llevaron a cabo un análisis de la cobertura mediática de los Juegos Paralímpicos¹⁶ de Atlanta'96 en los periódicos franceses y

¹⁶ “Los Juegos Paralímpicos son la competición deportiva “para los atletas de élite con una discapacidad física, mental o impedimento visual” (Girginov y Parry, 2005: 69). Los primeros Juegos Paralímpicos de verano se celebraron en Roma (1960) y los primeros Juegos Paralímpicos de invierno se disputaron en Ornsköldsvik (Suecia, 1976). Desde Seúl 1988, los Juegos Paralímpicos se celebran en la misma ciudad que los Juegos Olímpicos.

alemanes, mientras que Schell y Duncan (1996) realizaron un análisis del contenido de la cobertura de la CBS durante los mismos Juegos. Más tarde, Thomas y Smith (2003) examinaron la cobertura textual e icónica de los Juegos Paralímpicos de Sidney'2000 en la prensa impresa británica, detectando que "casi un cuarto de los artículos en la prensa nacional representó a los atletas como 'víctimas o personas corajosas que sufren tragedias personales'" (Girginov y Parry, 2005: 75-76).

4. Conclusiones y retos futuros

Tal como se ha podido detectar, pese que los atletas de determinadas nacionalidades y razas, así como las mujeres deportistas y los atletas discapacitados ya no son invisibles en los medios de comunicación, éstos últimos deben recorrer aún un largo camino para acercarse a la justicia, tanto por lo que respeta al número de artículos dedicados a estos grupos sociales como por la naturaleza de su tratamiento.

En el escenario actual, caracterizado por la creciente preocupación entre la ciudadanía por la exigencia ética de los medios y la fundamentación moral de los periodistas (Aznar, 2005; Knowlton y Reader, 2009; Plaisance, 2009), los periodistas deportivos necesitan ganar consciencia de su rendimiento de cuentas (Wulfemeyer, 1985), comunicar de forma responsable (Billings, 2010) y reconocer que no deben estar exentos del escrutinio profesional del periodismo (Rowe, 2007).

Sin lugar a dudas, es posible emprender cambios desde una perspectiva comunicativa (empezando por las rutinas de producción y los valores de los periodistas) que contribuyan a que los medios puedan reflejar la actividad de estos grupos de forma más realista, justa e igualitaria. No se debe olvidar que la hegemonía es una relación históricamente móvil y que las estructuras de los grupos sociales así como los significados dominantes en la sociedad occidental contemporánea pueden ser transformados a lo largo del tiempo (Connell, 2003; Nicholson, 2003).

Teniendo en cuenta los aspectos descritos en esta revisión de la literatura, una propuesta muy pertinente podría ser la elaboración y el fomento entre los profesionales de un código deontológico centrado de forma exclusiva a marcar las pautas de actuación en el tratamiento mediático de la raza, la nacionalidad, el género y la discapacidad en el deporte.

Por ahora, pese a que varios códigos de autorregulación nacionales e internacionales (como los presentados en el apartado 2.2.) hacen referencia a la no discriminación por razones de nacionalidad, género, raza y discapacidad, es necesario dar un paso más en este ámbito para mejorar la calidad de la comunicación deportiva. Este instrumento debería poner un énfasis especial en la eliminación de estereotipos negativos, para evitar que se continúen repitiendo, amplificando y posicionando dentro del imaginario social.

La autorregulación es el camino que los medios deberían emprender para promulgar el compromiso en el tratamiento de estos colectivos. La justicia debe

constituirse como un principio rector en la comunicación social, para trabajar para eliminar la repetición de clichés y estereotipos negativos y luchar contra la poca visibilidad de ciertas nacionalidades y razas, de las mujeres deportistas y de los atletas discapacitados. Del éxito en esta tarea dependerá, en gran medida, un cambio social sobre la importancia de estos colectivos en el ámbito deportivo.

Paralelamente a la creación de este código de autorregulación profesional, continuar monitorizando desde una óptica académica como los medios de comunicación construyen y reproducen las identidades de nacionalidad, género, raza y discapacidad en el deporte (Gantz, 2011) se presenta como una tarea de gran interés para constatar si las transformaciones y modificaciones de los roles sociales de estos colectivos encuentran su correspondencia en los productos mediáticos.

En este sentido, uno de los puntos clave que abordará la tesis doctoral del autor de esta ponencia, titulada *Sports and journalism ethics: the coverage of 2012 London Olympics in the British, North-American and Spanish Press*, será analizar en profundidad como los medios de comunicación de referencia de Reino Unido, Estados Unidos de América y España han trabajado la cuestión de la justicia en la representación de la nacionalidad, el género, la raza y la discapacidad en la cobertura de los Juegos Olímpicos de Londres 2012. Los resultados que arroje este nuevo estudio aportarán un conocimiento más rico y actual sobre la materia y permitirán profundizar y ampliar las cuestiones tratadas durante esta revisión de la literatura.

Además de lo expuesto hasta el momento, la obtención de este conocimiento también tiene aplicaciones a nivel pedagógico. Este estado de la cuestión permite incentivar la reflexión y el análisis por parte de los alumnos de grado y de posgrado sobre la ética periodística y sobre la justicia en la representación de los colectivos tradicionalmente desfavorecidos. De este conocimiento se pueden generar debates, discusiones y tareas enfocadas a analizar empíricamente desde esta perspectiva la cobertura de los Juegos Olímpicos o de otras competiciones deportivas a nivel nacional e internacional.

Referencias bibliográficas

Alsius, S. (1996): *Ètica i televisió informativa: anàlisi comparativa dels codis deontològics de nou cadenes d'interès mundial*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.

---- (1998): *Ètica i periodisme*. Barcelona: Pòrtic.

---- (1999): *Codis ètics del periodisme televisiu*. Barcelona: Pòrtic.

---- (2010): *The Ethical Values of Journalists. Field research among media professionals in Catalonia*. Universitat Pompeu Fabra – Grup de Recerca en Periodisme. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

- Angelini, J. R. y Billings, A. C. (2010a): "An agenda that sets the frames: Gender, language, and NBC's Americanized Olympic telecast". *Journal of Language and Social Psychology*, 29(3), pp. 363-385.
- Angelini, J. R. y Billings, A.C. (2010b): "Accounting for Athletic Performance: Race and Sportscaster Dialogue in NBC's 2008 Summer Olympic Telecast". *Communication Research Reports*, 27(1), pp. 1-10.
- Angelini, J.R.; MacArthur, P.J.; Billings, A.C. (2012): "What's the gendered story? Vancouver's primetime Olympic glory on NBC". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(2), pp. 261-279.
- Aznar, H. (1999): *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autoregulación*. Barcelona: Paidós.
- Aznar, H. (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Paidós.
- Barnes, C. (1992): *Disabling Imaginary and the Media*. Halifax: Ryburn Publishing.
- Berganza, M.R. y Del Hoyo, M. (2006): "La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos". *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 21, pp. 161-175.
- Bernstein, A. (2002): "Is It Time for a Victory Lap?". *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), pp. 415-428.
- Bernstein, A. y Blain, N. (2003): "Sport and the Media: The Emergence of a Major Research Field", en VV AA, (Eds. A. Bernstein y N. Blain). *Sport, Media, Culture: Global and Local Dimensions*. Londres: Frank Cass Publishers, pp. 1-30.
- Bertrand, C. (2001). *M*A*S Transaction*. Cresskill, Nueva Jersey: Hampton Press.
- Billings, A. C. (2007): "From diving boards to pole vaults: gendered athlete portrayals in the big four sports at the 2004 Athens Summer Olympics". *Southern Communication Journal*, 72(4), pp. 329-344.
- (2008): *Olympic Media: Inside the Biggest Show on Television*. Londres: Routledge.
- (2010): *La Comunicación en el Deporte*. Barcelona: Aresta –UOC.
- Billings, A.C. y Angelini, J.R. (2007): "Packaging the games for viewer consumption: Nationality, gender, and ethnicity in NBC's coverage of the 2004 Summer Olympics". *Communication Quarterly*, 55(1), pp. 95-111.
- Billings, A.C.; Angelini, J. R. y Duke, A. H. (2010): "Gendered profiles of Olympic history: Sportscaster dialogue in the 2008 Beijing Olympics". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(1), pp. 9-23.
- Billings, A.C.; Angelini, J.R. y Wu, D. (2011): "Nationalistic Notions of the Superpowers: Comparative Analyses of the American and Chinese Telecasts in

the 2008 Beijing Olympiad”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(2), pp. 251-266.

Billings, A.C.; Brown, C.L.; Crout III, J.H.; McKenna, K.E.; Rice, B.A.; Timanus, M.E. y Ziegler, J. (2008): “The Games Through the NBC lens: Gender, Ethnic, and National Equity in the 2006 Torino Winter Olympics”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(2), 215-230.

Billings, A.C.; Butterworth, M.L. y Turman, P.D. (2012): *Communication and Sport. Surveying the Field*. Thousand Oaks, California: Sage.

Billings, A.C. y Eastman, S.T. (2002): “Selective representation of Gender, Ethnicity, and Nationality in American television coverage of the 2000 Summer Olympics”. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), pp. 351-370.

---- (2003): “Framing identities: Gender, ethnic, and national parity in network announcing of the 2002 Winter Olympics”. *Journal of Communication*, 53(4), pp. 369-386.

Boyle, R. (2006): *Sports Journalism: Context and Issues*. Londres: Sage.

Boyle, R. y Haynes, R. (2009): *Power Play. Sport, the Media and Popular Culture*. Edimburgo: Edinburgh University Press. 2ª edición.

Brittain, I. (2010): *The Paralympic Games Explained*. Abingdon, Oxon: Routledge.

Brown, R.S. (2004): “Sport and healing America”. *Society*, 42, pp. 37-41.

Bruce, T. (2009): “Winning Space in Sport: The Olympics in the New Zealand Sports Media”, en VV AA, *Olympic Women and the Media: International Perspectives* (Ed. P. Markula). Londres: Palgrave Macmillan.

Buysse, J.A. y Embser-Herbert, M.S. (2004): “Construction of Gender in Sport: An Analysis of Intercollegiate Media Guide Cover Photographs”. *Gender & Society*, 18(1), pp. 66-81.

Byerly, C.M. y Ross, K. (2006): *Women & Media. A Critical Introduction*. Malden, Reino Unido: Blackwell Publishing.

Capranica, L. y Aversa, F. (2002): “Italian Television Sport Coverage during the 2000 Sydney Olympic Games: A Gender Perspective”. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), pp. 337-349.

Capranica, L.; Minganti, C.; Billat, V.; Hanghoj, S.; Piacentini, M.F.; Cumps, E. y Meeusen, R. (2005): “Newspaper Coverage of Women’s Sport During the 2000 Sydney Olympic Games: Belgium, Denmark, France, and Italy”. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 76(2), pp. 212-223.

Capranica, L.; Tessitore, A.; D’Artibale, E.; Cortis, C.; Casella, R.; Camilleri, E. y Pesce, C. (2008): “Italian Women’s Television Coverage and Audience During the 2004 Athens Olympic Games”. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 79(1), pp. 101-115.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

- Cherney, J.L. y Lindemann, K. (2010): "Sporting Images of Disability. Murderball and the Rehabilitation of Masculine Identity", en VV AA, *Examining Identity in Sports Media* (Eds., H.L. Hundley y A.C. Billings). Thousand Oaks, California: Sage.
- Cho, Y. (2009): "Unfolding sporting nationalism in South Korean media representations of the 1968, 1984 and 2000 Olympics". *Media, Culture & Society*, 31(3), pp. 347-364.
- Christians, C.; Glasser, T.; McQuail, D.; Norderstreng, K. y White, R. (2009): *Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies*. Urbana: University of Illinois Press.
- Christians, C.; Rotzoll, K. y Fackler, M. (1991): *Media Ethics. Cases & Moral Reasoning*. White Plains, Nueva York: Longman.
- Christians, C. y Traber, M. (1997): *Communication Ethics and Universal Values*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Connell, R.W. (2003): "La organización social de la masculinidad", en VV AA, *¿Todos los hombres son iguales? Identidades masculinas y cambios sociales* (Comp., C. Lomas). Barcelona: Paidós.
- Cooper, T.W.; Christians, C.G.; Plude, F.F. y White, R.A. (1989): *Communication ethics and global change*. White Plains, Nueva York: Longman.
- Crolley, L. y 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), pp. 149-166.
- Daddario, G. (1994): "Chilly scenes of the 1992 Winter Games: The mass media and the marginalization of female athletes". *Sociology of Sport Journal*, 11, pp. 275-288.
- (1997): "Gendered sports programming: 1992 Summer Olympic coverage and the feminine narrative form". *Sociology of Sport Journal*, 14, pp. 103-120.
- Darnell, S.C. y Sparks, R. (2005): "Inside the Promotional Vortex: Canadian Media Construction of Sydney Olympic Triathlete Simon Whitfield". *International Review for the Sociology of Sport*, 40(3), pp. 357-376.
- Davis, K.K. y Tuggle, C.A. (2012): "A Gender Analysis of NBC's coverage of the 2008 Summer Olympics". *Electronic News*, 6(2), pp. 51-66.
- Denham, B.E. y Duke, A. (2010): "Hegemonic Masculinity and the Rogue Warrior. Lance Armstrong as (Symbolic) American", en VV AA, *Examining Identity in Sports Media* (Eds., H.L. Hundley y A.C. Billings). Thousand Oaks, California: Sage.
- Deuze, M. (2005): "What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered". *Journalism*, 6(4), pp. 442-464.
- Duncan, M.C. (2006): "Gender Warriors in Sport: Women and the Media", en VV AA, *Handbook of sport and media* (Eds. A.A. Raney y J. Bryant). Mahwah, Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

Duncan, M.C. y Hasbrook, C.A. (2001): "Denial of Power in Televised Women's Sports", en VV AA, *Gender and Sport: A Reader* (Eds. S. Scranton y A. Flintoff). Nueva York: Routledge.

Eastman, S.T. y Billings, A.C. (1999): "Gender Parity in the Olympics: Hying Women Athletes, Favouring Men Athletes". *Journal of Sport and Social Issues*, 23(1), pp. 140-170.

---- (2000): "Sportscasting and Sports reporting". *Journal of Sport & Social Issues*, 24(2), pp. 192-213.

Farrington, N.; Kilvington, D.; Price, J. y Saeed, A. (2012): *Race, Racism and Sports Journalism*. Abingdon, Oxon: Routledge.

Fernández Peña, E. (2010): "Beijing Olympic Games: Mass media and the role of the Internet" en Centre d'Estudis Olímpics – UAB:
http://olympicstudies.uab.es/2010/docs/wp118_eng.pdf [Consulta: 22/10/2012]

Franklin, B.; Hamer, M.; Hanna, M.; Kinsey, M. y Richardson, J.E. (2008): *Key Concepts in Journalism*. Londres: Sage.

Frost, C. (2011): *Journalism Ethics and Regulation*. Londres: Longman. 3ª edición.

Fuller, L.K. (2008): *Sportscasters / Sportscasting. Principles and practices*. Nueva York: Routledge.

Galily, Y.; Cohen, N. y 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), pp. 57-78.

Gallego, J. (2007): "Lenguaje periodístico y discriminación de género", en VV AA, *Género y comunicación* (Eds. J.F. Plaza y C. Delgado). Madrid: Fundamentos.

Gantz, W. (2011): "Keeping score. Reflections and suggestions for scholarship in sports and media", en VV AA, *Sports Media. Transformation, Integration, Consumption* (Ed., A.C. Billings). Nueva York: Routledge.

Girginov, V. y Parry, J. (2005): *The Olympic Games Explained. A Student Guide to the Evolution of the Modern Olympic Games*. Abingdon, Oxon: Routledge.

Goss, B.D.; Tyler, A.L. y Billings, A.C. (2010): "A Content Analysis of Racial Representations of NBA Athletes on *Sports Illustrated* Magazine Covers, 1970-2003", en VV AA, *Examining Identity in Sports Media* (Eds. H.L. Hundley y A.C. Billings). Thousand Oaks, California: Sage.

Grainger, A.; Newman, J.I. y Andrews, D.L. (2006): "Sport, the Media, and the Construction of Race", en VV AA, *Handbook of sport and media* (Eds. A.A. Raney y J. Bryant). Mahwah, Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Hardin, M. (2006): "Disability and Sport: (Non)Coverage of an Athletic Paradox", en VV AA, *Handbook of sport and media* (Eds. A.A. Raney y J. Bryant). Mahwah, Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

- Hardin, M. y Shain, S. (2006): "Feeling Much Smaller than You Know You Are: The Fragmented Professional Identity of Female Sports Journalists". *Critical Studies in Media Communication*, 23(4), pp. 322-338.
- Hardy, J. (2008): *Western Media Systems*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Hargreaves, J.A. (1994): *Sporting females: Critical issues in the history and sociology of women's sports*. Londres: Routledge.
- Hernández Alonso, N. (2003): *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid: Cátedra.
- Higgs, C.; Weiler, K. H. y Martin, S. (2003): "Gender Bias in the 1996 Olympic Games: A Comparative Analysis". *Journal of Sport and Social Issues*, 27(1), pp. 52-64.
- Higgs, D.T. y Weiler, K.H. (1994): "Gender bias and the 1992 Summer Olympic Games: An analysis of television coverage". *Journal of Sport and Social Issues*, 18, pp. 234-246.
- Horne, J. y Whannel, G. (2011): *Understanding the Olympics*. Londres: Routledge.
- Howe, P.D. (2008): "From Inside the Newsroom. Paralympic Media and the 'Production' of Elite Disability". *International Review for the Sociology of Sport*, 43(2): 135-150.
- IOC (2012): "Women in the Olympic Movement" en Olympic Studies Centre: http://www.olympic.org/Documents/Reference_documents/Factsheets/Women_in_Olympic_Movement.pdf [Consulta: 11/11/2012].
- Jorge Alonso, A. (2004): *Mujeres en los medios, mujeres de los medios*. Barcelona: Icaria.
- Kay, T. y Jeanes, R. (2008): "Women, Sport and Gender Inequity", en VV AA, *Sport and Society. A Student Introduction* (Ed. B. Houlihan). Londres: Sage.
- Keeble, R. (2009): *Ethics for Journalists*. Nueva York: Routledge. 2ª edición.
- Kian, E.M.; Mondello, M. y Vincent, J. (2009): "ESPN – The Women's Sports Network? A Content Analysis of Internet Coverage of March Madness". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(3), pp. 477-495.
- 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), pp. 187-199.
- Knowlton, S. y Reader, B. (2009): *Moral Reasoning for Journalists*. Westport, Connecticut: Praeger. 2ª edición.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2001): *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Nueva York: Three Rivers Press.
- Lambeth, E. (1992): *Committed Journalism. An Ethic for the Profession*. Bloomington: Indiana University Press.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

Larson, J.F. y Rivenburgh, N.K. (1991): "A comparative analysis of Australian, U.S. and British telecasts of the Seoul Olympic opening ceremony". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 35(1), pp. 75-94.

Lee, J. (1992): "Media portrayals of male and female Olympic athletes: An analysis of newspaper accounts of the 1984 and 1988 Summer Games". *International Review for the Sociology of Sport*, 27(3), pp. 197-222.

Lippe, G. Von der (2002): "Media Image: Sport, Gender and National Identities in Five European Countries". *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), pp. 371-395.

Lomas, C. (2003): "Masculino, femenino y plural", en VV AA, *¿Todos los hombres son iguales? Identidades masculinas y cambios sociales* (Comp., C. Lomas). Barcelona: Paidós.

Malcolm, D. (2008): *The SAGE Dictionary of Sports Studies*. Londres: Sage.

Markula, P. (2009): *Olympic Women and the Media: International Perspectives*. Londres: Palgrave Macmillan.

McDonald, M.G. (2010): "The Whiteness of Sport Media/ Scholarship", en VV AA, *Examining Identity in Sports Media* (Eds. H.L. Hundley y A.C. Billings). Thousand Oaks, California: Sage.

Mean, L.J. (2010): "Making Masculinity and Framing Femininity. FIFA, Soccer, and World Cup Web Sites", en VV AA, *Examining Identity in Sports Media* (Eds. H.L. Hundley y A.C. Billings). Thousand Oaks, California: Sage.

Miah, A. y García, B. (2012): *The Olympics: The Basics*. Abingdon, Oxon: Routledge.

Moragas, M. de (1992a). *Los Juegos de la comunicación: las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos*. Madrid: Fundesco.

---- (1992b): *Cultura, símbols i Jocs Olímpics: la mediació de la comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació.

---- (1996): "The new role of the mass media in the construction of sport and Olympic values", en Centre d'Estudis Olímpics-UAB: http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp051_eng.pdf [Consulta: 22/10/2012].

---- (2006): "Academic institutions and the Olympic Movement", en Centre d'Estudis Olímpics-UAB: http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp106_eng.pdf [Consulta: 22/10/2012].

Mosquera González, M.J. y Puig (2002). "Género y edad en el deporte", en VV AA. *Sociología del deporte* (Comp., M. García Ferrando; N. Puig Barata y F. Lagardera Otero). Madrid: Alianza. 2ª edición.

Oates, T.P.; Pauly, J. (2007): "Sports Journalism as Moral and Ethical Discourse". *Journal of Mass Media Ethics*, 22 (4), pp. 332-347.

Pasquali, A. (1997): "The Moral Dimension of Communicating", en VV AA, *Communication Ethics and Universal Values* (Eds., C. Christians y M. Traber). Thousand Oaks, California: Sage.

Pérez Fuentes, J.C. (2004): *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.

Pfister, G. (1987): "Women in the Olympics (1952-1982): An Analysis of German Newspapers (Beauty Awarded vs Gold Medals)", en VV AA, *The Olympic Movement and the Mass Media* (Eds. R.C. Jackson y T.L. McPhail). Canadá: Hurford Enterprises.

Pinnen, R. (2001): "Catching Up with Men? Finnish Newspaper Coverage of Women's Entry into Traditionally Male Sports", en VV AA, *Gender and Sport: A Reader* (Eds. S. Scranton; A. Flintoff). Nueva York: Routledge.

Plaisance, P.L. (2009): *Media Ethics. Key Principles for Responsible Practice*. Thousand Oaks, California: Sage.

Qing, L. (2010): "Encoding the Olympics - visual hegemony? Discussion and interpretation on intercultural communication in the Beijing Olympic Games". *International Journal of the History of Sport*, 27(9-10), pp. 1824-1872.

Rivenburgh, N.K. (2002): "The Olympic Games: Twenty-First Century challenges as a global Media Event". *Culture, Sport and Society*, 5(3), pp. 32-50.

---- (2010): "The Olympic Games, media and the challenges of global image making: university lecture on the Olympics", en Centre d'Estudis Olímpics-UAB: http://olympicstudies.uab.es/2010/docs/rivenburgh_eng.pdf [Consulta: 22/10/2012].

Rojas Torrijos, J.L. (2011): *Periodismo deportivo de calidad: propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos*. Madrid: Fragua.

Rowe, D. (2007): "Sports journalism: Still the 'toy department' of the news media?" *Journalism*, 8(4), pp. 385-405.

Sanders, K. (2003): *Ethics and Journalism*. Londres: Sage.

Schantz, O. y Gilbert, K. (2001): "An ideal misconstrued newspaper coverage of the Atlanta Paralympic Games in France and Germany". *Sociology of Sport Journal*, 18(1), pp. 69-94.

Schell, L.A. y Duncan, M.C. (1999): "A content analysis of CBS's coverage of the 1996 Paralympic Games". *Adapted Physical Activity Quarterly*, 16(1), pp. 27-47.

Schultz, B. (2005): *Sports Media: Planning, Production, and Reporting*. Boston: Elsevier Focal Press.

Spence, E.H. y Quinn, A. (2008): "Information Ethics as a Guide for New Media". *Journal of Mass Media Ethics*, 23(4), pp. 264-279.

Stead, D. (2008): "Sport and the Media", en VV AA, *Sport and Society. A Student Introduction* (Ed., B. Houlihan). Londres: Sage.

- Sterkenburg, J. y Knoppers, A. (2004): "Dominant discourses about race/ethnicity and gender in sport practice and performance". *International Review for the Sociology of Sport*, 39(3), pp. 301-321.
- Sterkenburg, J.; Knoppers, A. y De Leeuw, S. (2010): "Race, ethnicity, and content analysis of the sports media: a critical reflection". *Media, Culture & Society*, 32(5), pp. 819-839.
- Sugden, J. (2012): "Watched by the Games. Surveillance and security at the Olympics", en VV AA, *Watching the Olympics. Politics, power and representation* (Eds., J. Sugden y A. Tomlinson). Abingdon, Oxon: Routledge.
- Tavares, O. (2010): "Olympic Values in the 21 Century: between continuity and change. University lecture on the Olympics", en Centre d'Estudis Olímpics-UAB: http://olympicstudies.uab.es/2010/docs/tavares_eng.pdf [Consulta: 22/10/2012]
- Teetzel, S. (2011): "Rules and reform: eligibility, gender differences, and the Olympic Games". *Sport in Society*, 14(3), pp. 386-398.
- Thomas, N. (2008): "Sport and Disability", en VV AA, *Sport and Society. A Student Introduction* (Ed., B. Houlihan). Londres: Sage.
- Thomas, N. y Smith, A. (2003): "Preoccupied with able-bodiedness? An analysis of the British media coverage of the 2000 Paralympic Games". *Adapted Physical Activity Quarterly*, 20(2), pp. 166-181.
- Tuggle, C.A. y Owen, A. (1999): "A Descriptive Analysis of NBC's coverage of the Centennial Olympics: The Games of the Women?". *Journal of Sport and Social Issues*, 23(2), pp. 171-182.
- Urquhart, J. y Crossman, J. (1999): "The Globe and Mail Coverage of the Winter Olympic Games". *Journal of Sport and Social Issues*, 23(2), pp. 193-203.
- Vincent, J.; Imwold, C.; Masemann, V. y Johnson, J.T. (2002): "A Comparison of Selected 'Serious' and 'Popular' British, Canadian, and United States Newspaper Coverage of Female and Male Athletes Competing in the Centennial Olympic Games: Did Female Athletes Receive Equitable Coverage in the 'Games of the Women'?" *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), pp. 319-335.
- Wanta, W. (2006): "The Coverage of Sports in Print Media", en VV AA, *Handbook of sport and media* (Eds., A.A. Raney y J. Bryant). Mahwah, Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wenner, L.A. (2006): "Sports and the media through the super glass mirror: Placing blame, breast-beating, and a gaze to the future", en VV AA, *Handbook of sport and media* (Eds., A.A. Raney y J. Bryant). Mahwah, Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wensing, E.H. y Bruce, T. (2003): "Bending the Rules. Media Representations of Gender during an International Sporting Event". *International Review for the Sociology of Sport*, 38(4), pp. 387-396.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación
Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

White, R.A. (1989): "Social and Political Factors in the Development of Communication Ethics", en VV AA, *Communication ethics and global change* (Ed. T.W. Cooper). Nueva York: Longman.

Wulfemeyer, K.T. (1985): "Ethics in Sports Journalism: Tightening Up the Code". *Journal of Mass Media Ethics*, 1(1), pp. 57-67.

Yu, C. (2009): "A content analysis of news coverage of Asian female Olympic athletes". *International Review for the Sociology of Sport*, 44(2-3), pp. 283-305.