



Universidad
Carlos III de Madrid

TESIS DOCTORAL

Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)

Autora:

Clara Sainz de Baranda Andújar

Directora:

María del Pilar Diezhandino Nieto

Codirector:

Ángel Bahamonde Magro

DEPARTAMENTO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Getafe, febrero 2013

TESIS DOCTORAL

**MUJERES Y DEPORTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTUDIO DE
LA PRENSA DEPORTIVA ESPAÑOLA (1979-2010)**

Autora: Clara Sainz de Baranda Andújar

Directora: María del Pilar Diezhandino Nieto

Codirector: Ángel Bahamonde Magro

Firma del Tribunal Calificador:

Firma

Presidente:

Vocal:

Secretario:

Calificación:

Getafe, de de

A Victoria

AGRADECIMIENTOS

Mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización del presente trabajo, en especial a M^a Pilar Diezhandino Nieto y a Ángel Bahamonde Magro, directora y codirector de esta investigación, por la orientación, el seguimiento y la supervisión continua de la misma, pero sobre todo por la motivación y el apoyo recibido a lo largo de estos años. Gracias por confiar en mí.

Especial reconocimiento merece el interés mostrado por mi trabajo y las sugerencias recibidas del profesor Enrique Ortega Toro, con el que me encuentro en deuda por su paciencia a la hora de introducirme en el ánimo del análisis estadístico y la confianza en mí depositada.

También me gustaría agradecer la ayuda recibida de la familia Segarra, gracias por facilitarme todo el material bibliográfico y abrirme las puertas de tu biblioteca.

Quisiera hacer extensiva mi gratitud a mis compañeros del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual y al equipo del grupo de investigación PASEET, especialmente por su amistad y apoyo a: Pilar Carrera, Teresa Sandoval, Juan Carlos Sánchez Illán, Fernando García-Romanillos, y Miguel Vázquez. También a todos los miembros de la Universidad Carlos III de Madrid que desde que llegué a esta casa, como alumna, han creído en mí: Marcelo Frías, Elisa Povedano, Carmen González, Carlos Manuel y tantos otros que han completado mi formación también como persona.

Mi agradecimiento a todos los bibliotecarios y archiveros de modo general, por las facilidades que han puesto a mi servicio. Y a los periodistas que, a través de las redes sociales, me han facilitado documentación, y, singularmente, a Joaquín Adorna León, Antonio Filloy y Miguel Vidal.

Un agradecimiento muy especial merece la comprensión, paciencia y el ánimo recibidos de mi familia.

A mi hija Victoria por existir. Porque con ella cada día tiene sentido, es testigo silencioso de mi luchas cotidianas en busca de un mejor futuro. Con sus cinco años de vida es mi fuerza y templanza, me ha comprendido y me ha llenado de amor.

A mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo, por ser un excelente ejemplo de vida.

A mis hermanos porque siempre están ahí. A Pilar y Quique por ser un ejemplo de desarrollo profesional y humano, a Carmela por ser dulce y comprensiva, y por enseñarme que creyendo se puede, a Perico por ser mi hermano mellizo.

A David por ser mi compañero, por haber tenido paciencia infinita y por motivarme para seguir adelante en los momentos de desesperación. Le doy las gracias por todos los esfuerzos que ha hecho, por haberme hecho creer cada día que podía hacerlo, por toda su ayuda y, principalmente, por hacerme feliz.

A "la tita" y a Víctor por adoptarme y llenar mi nevera con comidas llenas de amor y comprensión.

A mi tía Juanamary por ser mi madrina y junto, al tío Paco, mi inspiración.

A mis abuelos, a los que nunca conocí, por crear un ámbito familiar de apoyo y comprensión mutua. A mi abuela Carmen, que no se encuentra entre nosotros, por su alegría. A mi abuela Pilar por ayudar en mi educación y por seguir entre nosotros y compartir conmigo este momento tan especial.

A mis amigos por confiar y creer en mí: Mi Pandilla, familia de Paterna, Antonio y Bea, Conchi, Blanca, Mercedes, Elena y Javi.

A Gema por su inestimable ayuda.

A todos ellos, muchas gracias.

ÍNDICE

I. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS.....	7
1. Estudio sobre el contenido deportivo en los medios de comunicación especializados y el análisis desde la perspectiva de género.....	9
2. Objetivos del estudio.....	13
2.1. Preguntas de la investigación.....	13
2.2. Formulación de hipótesis.....	14
2.3. Objetivos específicos.....	14
II. MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DEPORTE Y MUJER.....	17
3. Prensa deportiva.....	19
3.1. Historia de la prensa deportiva en España.....	21
3.1.1. Surgimiento del deporte moderno y su reflejo en los medios. Los primeros diarios deportivos.....	21
3.1.2. Los inicios del periodismo deportivo en España (siglo XIX).....	23
3.1.3. Inicios del siglo XX: hacia una prensa diaria deportiva.....	28
3.1.4. <i>Mundo Deportivo</i>	35
3.1.5. <i>Marca</i>	41
3.1.6. <i>As</i>	51
3.1.7. <i>Sport</i>	55
3.1.8. Prensa deportiva regional del siglo XXI.....	58
3.2. La prensa deportiva en la actualidad. Datos de audiencia, difusión y tirada.....	63
3.2.1. Nuevos tiempos, nuevas audiencias: la prensa deportiva en Internet.....	70
4. Mujer y deporte.....	73
4.1. Introducción: Historia del deporte femenino.....	73
4.2. Evolución del deporte femenino. A la búsqueda de una imagen identitaria.....	75
4.2.1. Primeros indicios de la mujer deportista y de su imagen. La fijación de un primer canon: Creta y Micenas.....	76
4.2.2. La mujer deportista en el arte y los mitos griegos.....	77
4.2.3. La desaparición de la mujer en la competición deportiva. La diferencia entre juegos y deportes.....	85
4.2.4. La mujer en los Juegos Olímpicos modernos.....	88
5. Investigación sobre la imagen de la mujer en los medios de comunicación.....	101
5.1. Información generalista.....	101
5.2. Información deportiva.....	106

III. MATERIAL y MÉTODO.....	111
6. Metodología.....	113
6.1. Diseño.....	114
6.2. Muestra.....	114
6.3. Instrumento. Protocolo de análisis de periódicos.....	117
6.3.1. Revisión de la literatura relacionada con la temática objeto de estudio.....	117
6.3.2. Metodología de investigación específica.....	117
6.3.3. Elaboración provisional de la Guía.....	118
6.3.4. Validación de la Guía (Jueces Expertos).....	119
6.3.5. Elaboración final de la Guía.....	124
6.4. Técnicas estadísticas aplicadas.....	134
IV. ESTUDIO DE LA PRENSA DEPORTIVA ESPAÑOLA (1979-2010). ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	135
7. Rasgos generales de la prensa deportiva.....	139
7.1. Predominio absoluto de los Hombres.....	139
7.1.1. La invisibilidad de las Mujeres, una constante en todos los diarios.....	143
7.2. Los Hombres prefieren el lunes.....	156
7.3. Predominio de los nombres propios: el caso de los titulares.....	159
7.3.1. Sobre todo, el nombre Masculino.....	160
7.3.2. Las voces son también Masculinas.....	162
7.4. Los deportes: el crescendo del fútbol.....	165
7.4.1. Si el deporte “rey” es el fútbol, la “reina” es el tenis.....	168
7.5. Los temas: el dominio de la competición.....	178
7.5.1. No importa el Género de los protagonistas, el tema central es la competición.....	181
7.6. A modo de resumen: aumenta la distancia entre realidad “Real” y realidad “Mediática”.....	185
7.6.1. La voz y presencia de los Hombres van más allá del número de informaciones que protagonizan.....	187
7.6.2. El fútbol Masculino y la competición copan las páginas de los diarios deportivos.....	188
8. Las Mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles.....	190
8.1. Protagonistas en las informaciones donde aparecen las Mujeres.....	192
8.1.1. Los Hombres, protagonistas en las informaciones donde Hombre y Mujer comparten protagonismo	192
8.1.2. Ocupación de las Mujeres en la prensa deportiva.....	194
8.1.2.1. Ámbito de pertenencia de la protagonistas: Deportivo Vs ‘Invitadas’.....	197

8.1.3. Aumenta el protagonismo principal de las Mujeres, más en las 'Invitadas'.....	199
8.1.4. Función en la información: ni testigos, ni expertas.....	200
8.1.5. Menciones específicas a la situación marital o familiar de las protagonistas.....	202
8.1.6. Pocas heroínas, pocos referentes deportivos.....	203
8.1.7. Pocas voces femeninas en las informaciones.....	206
8.2. Análisis de las informaciones en las que aparecen Mujeres: las 'Invitadas' aumentan su presencia en la prensa deportiva.....	208
8.2.1. <i>Marca</i> y <i>Mundo Deportivo</i> las prefieren deportistas, a <i>Sport</i> y <i>As</i> no les interesan tanto.....	210
8.3. Titulares de informaciones en las que aparecen Mujeres: predominio del nombre propio.....	214
8.3.1. Los nombres de persona Femeninos aumentan a lo largo del tiempo.....	214
8.3.2. Mayor número de citas en los títulos de las 'Invitadas'.....	219
8.4. Los Deportes: el tenis es el deporte "reina", pero las 'Invitadas' prefieren el fútbol.....	221
8.4.1. En <i>Marca</i> apuestan por el atletismo Femenino, el resto corona al tenis.....	225
8.5. Las Mujeres ni entrenan ni dirigen.....	239
8.5.1. En <i>Sport</i> apuestan por deportistas, el resto se centra en competición.....	242
8.6. Claro predominio de las informaciones breves: los géneros periodísticos... 245	
8.6.1. Prima la información, pero en las 'Invitadas' es más extensa.....	246
8.6.1.1. Las 'Invitadas', reinas de la fotonoticia en los cuatro diarios.....	248
8.7. Relevancia.....	257
8.7.1. Mujeres de Ámbito Deportivo en páginas interiores.....	257
8.7.1.1. Las 'Invitadas': reinas de la contraportada de <i>As</i>	260
8.7.2. Gran variedad de secciones.....	266
8.7.2.1. Diferencias entre los diarios deportivos a la hora de utilizar las secciones.....	269
8.7.3. Mayor presencia de las 'Invitadas' en informaciones de cabecera.....	281
8.7.3.1. <i>As</i> eleva a las 'Invitadas' a la cabecera de las páginas.....	282
8.7.4. Predominio de los títulos a una columna.....	286
8.7.4.1. Mayor extensión en columnas de los títulos de las informaciones de 'Invitadas' en los cuatro diarios.....	288
8.7.5. Los apoyos: más frecuentes en las informaciones de 'Invitadas'.....	295
8.7.5.1. Pocos apoyos literarios.....	297
8.7.5.1.1. Los sumarios y despieces: mayor presencia en <i>Sport</i>	299

8.7.5.2. Apoyos gráficos: predominio de las fotografías.....	305
8.7.5.2.1. Las fotografías presentes en más del 60% de las informaciones de 'Invitadas' en todos los diarios.....	307
8.8. Predominio del ámbito nacional y otro.....	315
8.8.1. Disminuyen las informaciones de ámbito nacional en los cuatro diarios.....	317
8.9. Las informaciones firmadas por miembros de la redacción suponen menos del 44%: la procedencia.....	321
8.9.1. Los diarios madrileños indican la procedencia en más de la mitad de las informaciones.....	322
8.9.2. Elaboración propia: aumentan las informaciones firmadas por la redacción, sin nombre propio.....	328
8.9.2.1. No existe relación entre el Género de las firmas y el Género de los protagonistas.....	330
8.9.2.2. Las Mujeres son redactoras: cargos en los diarios.....	333
8.9.2.3. Fotografías como complemento de la firma.....	334
8.9.3. En más del 75% de las informaciones de Mujeres se incurre en 'el pecado' periodístico de eludir la referencia a las fuentes.....	334
8.9.3.1. No existe relación entre el Género de las fuentes y el Género de los protagonistas de las informaciones.....	337
8.9.3.2. Clasificación de las fuentes.....	340
8.9.3.3. Existencia -o ausencia- de atribuciones: en un 81,25% las fuentes no se identifican nominalmente.....	343
8.10. A modo de resumen: Rasgos generales de las informaciones de Mujeres..	344
8.10.1. La ventaja, aparente, en favor del perfil deportivo queda matizada desde el punto de vista cualitativo.....	346
8.10.2. ¿Quién informa sobre las Mujeres en la prensa deportiva?.....	347
8.10.3. Los Hombres también acaparan el papel de fuentes de las informaciones sobre Mujeres en la prensa deportiva.....	348
9. Tratamiento de las informaciones en las que aparecen Mujeres desde la perspectiva de Género.....	349
9.1. Los Hombres, protagonistas centrales de las informaciones de 'Invitadas'.....	350
9.1.1. <i>Sport</i> : Mayor número de Mujeres como protagonistas centrales.....	352
9.2. Apenas se informa sobre temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres.....	358
9.2.1. A <i>Marca</i> apenas le interesan los temas concernientes a la (des)igualdad, <i>Sport</i> les hace más caso.....	362
9.3. Las informaciones que refuerzan los estereotipos sobre Mujer / Hombre son superiores a los que los desafían.....	365
9.3.1. <i>As</i> y <i>Sport</i> son los diarios que más refuerzan los estereotipos.....	369

9.4. Evolución de las fotografías en las informaciones en las que aparecen Mujeres.....	374
9.4.1. La figura de la Mujer en las fotografías. Ámbito de pertenencia: Deportivo Vs 'Invitadas'.....	374
9.4.2. Sujetos noticiosos de las informaciones protagonistas de las fotografías.....	376
9.4.2.1. En <i>As</i> los sujetos noticiosos de las informaciones coinciden menos con las protagonistas de las fotografías.....	377
9.4.3. Estereotipos sobre Mujer / Hombre en las fotografías.....	380
9.4.3.1. Las imágenes estereotipadas son fundamentalmente de 'Invitadas'.....	381
9.4.3.1.1. Las imágenes estereotipadas más frecuentes en <i>As</i> y <i>Sport</i>	382
9.5. A modo de resumen: las 'Invitadas' fomentan una imagen de las Mujeres estereotipada en los diarios deportivos.....	387
V. CONCLUSIONES.....	391
10. Conclusiones.....	393
10.1. Futuras líneas de investigación.....	397
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	399
11. Bibliografía.....	401
VII. ANEXOS.....	423
Anexo 1: Guía definitiva de Análisis de Periódicos.....	425
Anexo 2: Elaboración provisional de la guía de Análisis de Periódicos.....	441
Anexo 3: Recodificación de la variable sección.....	455
Anexo 4: Índice de tablas.....	459
Anexo 5: Índice de figuras.....	469

I.

**JUSTIFICACIÓN
Y
OBJETIVOS**

Han sido, pues, las mujeres —en los primeros Juegos Olímpicos en los que incluso países como Arabia Saudí o Catar han contado con participación femenina— las que traen a España el mayor número de éxitos cuando cuentan con un apoyo institucional mucho menor que el que se suele dar a los hombres (Editorial de El País, 12-08-2012).

1. ESTUDIO SOBRE EL CONTENIDO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPECIALIZADOS Y EL ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Esta tesis doctoral, “Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)”, responde a la necesidad de saber y probar que, pese a la gran demanda de información deportiva en los medios, pese a que parece haberse trasladado en el imaginario colectivo la idea de la equiparación de derechos hombre / mujer y la incorporación plena de la mujer al mundo del deporte, la realidad es otra. No en balde ya el Consejo de la Unión Europea en 1995 se preocupaba porque los medios de comunicación mostrasen a las mujeres con imágenes positivas que reflejen la auténtica realidad. La Resolución de 5 de octubre de 1995 invita a los Estados miembros a seguir fomentando una mayor participación de las mujeres a todos los niveles en el sector de los medios y a desarrollar programas innovadores que ofrezcan una imagen realista y completa de la mujer en la sociedad.

La División para el Adelanto de la Mujer (DAW) de las Naciones Unidas (ONU), establecida en 1946, actuó como secretaria sustantiva de las cuatro Conferencias Mundiales sobre la Mujer (México 1975, Copenhague 1980, Nairobi 1985 y Beijing 1995)¹. La Declaración de Beijing de 1995, fruto de la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer centrada en “La mujer y los medios de comunicación”, destacaba como una de las medidas a adoptar por los gobiernos: el fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión. Así, esta IV Conferencia impulsó

¹ La Declaración de Beijing fue hecha por los Estados miembros de las Naciones Unidas y la Plataforma de Acción tiene como fin enmarcar los problemas, señalar las estrategias y hacer un seguimiento de los acuerdos adoptados. Con ello, se obliga a los países a revisar las medidas tomadas al cabo de periodos de cinco años.

la preocupación y la acción internacional sobre el papel de los medios de comunicación en la perpetuación de la subordinación de la mujer y su importancia en la promoción de los derechos de la mujer.

Cuatro años más tarde, *Women Watch*, una iniciativa de la ONU para evaluar los progresos y obstáculos en la Plataforma de Acción de Beijing (PAB), mantuvo un debate en línea, en el que se llegó a la conclusión de que a pesar de que había habido algunas mejoras en los medios de representación de las mujeres tanto en la publicidad y la cobertura de noticias, no eran suficientes.

GÉNERO Y DEPORTE

La información deportiva tiene una gran demanda en la sociedad actual, prueba de ello es el tiempo que invierten los noticiarios e informativos en dar cuenta de la actualidad deportiva o el hecho de que *Marca* sea el diario de pago más leído en España, con casi tres millones de lectores al día (Estudio General de Medios (EGM), 2012). Los medios de comunicación constituyen una ineludible fuente de información e influencia para la ciudadanía y por lo tanto, el discurso deportivo es tan grande que se hace necesario revisar cómo está influyendo en la sociedad española actual, en la labor de promoción deportiva entre la población de cualquier edad, sexo y condición.

La falta de estudios longitudinales sobre el tratamiento de la información deportiva de los medios de comunicación en España, que permitan establecer conexiones fehacientes del tratamiento de la información deportiva en general con la imagen que estos medios transmiten de las mujeres, justifica este estudio, que se desarrolla de lo general a lo concreto.

En cambio, en España sí existen trabajos transversales (GMMP², 1995, 2000, 2005 y 2010; Diezhandino, 2008, 2009; López Díez, 2005; Franquet, 2004; Bueno, 1996; Fagoaga y Secanella, 1984) que ratifican que en el tratamiento de la información de los medios de comunicación las mujeres aparecen en un segundo orden, como protagonistas y como fuentes, entre tanto los hombres son protagonistas principales de las informaciones. Existe una amplia literatura que se aportará en el marco teórico.

² El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) es la iniciativa de investigación y promoción más amplia que sobre equidad de género y periodismo se realiza en el mundo. Su coordinación está a cargo de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés). Web oficial de World Association for Christian Communication (WACC) [en línea]. <http://www.waccglobal.org/>.

Los estudios sobre la mujer se han multiplicado en las últimas dos décadas a nivel mundial, despertando gran interés tanto a nivel de investigación como en los estudios universitarios. Según muestran las investigaciones relacionadas con el tema a tratar, Mujer y Deporte en los medios de comunicación, Pilar López Díez (2011: 14) destaca como primera conclusión:

... en cuanto a la representación del deporte practicado por mujeres en los medios de comunicación es la casi total ausencia mediática de la presencia de las deportistas en los campeonatos, juegos, jornadas y cualquier acto en el que estén involucradas. Aunque la representación de las mujeres en los medios no es equilibrada respecto a la de los hombres en ningún ámbito, sin embargo, las diferencias abismales se observan, especialmente, en Deportes.

Los análisis desde la perspectiva de género, entendido el género como categoría social, permiten una aproximación a la subjetividad colectiva e identitaria de género. “Identificando los elementos dominantes de la memoria social, basada en una visión radical de la diferencia, en una acentuada división sexual del trabajo y en una arquitectura asimétrica del poder entre los sexos” (Bonan y Guzmán, 2007: 5). Basado y fundado en las ciencias biológicas, el deporte es uno de los últimos ámbitos donde las discriminaciones y segregaciones por sexo están aceptadas, avaladas y respetadas.

El género como categoría de análisis remite a una noción de relación: relación de la mujer con su entorno, pero también como contraposición al hombre. Por lo tanto, se impone la necesidad de abordar el papel de las deportistas pero también el de los deportistas para entender la realidad que los medios de comunicación transmiten del deporte en general (Ramajo y Lallana, 2011: 181-183). Entre los argumentos que aduce la profesión periodística para justificar la ausencia de la mujer en los medios de comunicación, se suele decir que las mujeres no practican deporte, o no tanto como los hombres, que sus éxitos deportivos son menores, que no dan espectáculo y por lo tanto “a la audiencia se le debe dar lo que pide, y que lo que pide la audiencia es el deporte que se le da” (López Díez, 2011:16-17).

Los estudios de contenidos de los medios de comunicación tienen por objetivo presentar y analizar la imagen de la realidad que se refleja en los mismos. Son por tanto la vía a seguir para evidenciar la capacidad de influir que tienen los medios de comunicación en el entorno de nuestra cultura, donde se han convertido en un instrumento educativo de primer orden, capaz de proponer modelos de

comportamiento y de influir en los procesos de identificación de los individuos, hace de ellos un vehículo idóneo para el estudio de la imagen que de la mujer se está transmitiendo a la sociedad.

La participación y presencia de las mujeres en los medios de comunicación es cada vez mayor, pero, en general, no reflejan el amplio y diverso papel que juegan actualmente en la sociedad (GMMP, 2010).

En los avances registrados en los últimos años se observa, por parte de los medios de comunicación, una mayor toma de conciencia sobre la imagen y el tratamiento de la información de las mujeres. Los medios de comunicación combinan lo antiguo y lo moderno, porque aunque refuerzan y afianzan estereotipos³ de la mujer antiguos, también transmiten la condición femenina actual donde la emancipación de la mujer, búsqueda de la igualdad de derechos y de oportunidades está presente.

Precisamente es la capacidad socializadora de los medios de comunicación la que preocupa cuando las dificultades para conseguir el respeto y la igualdad para las mujeres todavía quedan lejos. El mundo del deporte no es diferente al resto, los prejuicios y estereotipos y la invisibilidad de la mujer en la información especializada deportiva es una constante.

En razón a lo expuesto, se ha diseñado el presente estudio longitudinal “Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010).” La presente tesis está centrada en la imagen que de las mujeres transmiten los medios de comunicación, la imagen que se está transmitiendo de las mismas a través de las noticias en las que aparecen o de las que son protagonistas, y más específicamente en la prensa deportiva española.

³ Los estereotipos reflejan creencias populares sobre las actitudes y los comportamientos asignados social y culturalmente. López Díez (2011) realiza una clasificación de los estereotipos habituales que los medios construyen sobre las deportistas: el de belleza, es el estereotipo de la deportista como objeto sexual de deseo, es más abundante; las referencias sexistas destacan aspectos de las deportistas que, en el contexto deportivo en que se producen, no tendrían ninguna entidad para ser objeto de atención informativa; la representación a las mujeres vinculadas al ámbito familiar; la asignación de roles de género en función al sexo; el control de las emociones en función del sexo; los deportes estereotipados como femeninos o masculinos; y la utilización de un lenguaje exclusivo.

2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

La investigación que aquí se presenta, “Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)”, tiene como objetivo principal presentar y analizar la imagen de las mujeres en el deporte reflejada por los medios de comunicación españoles.

La información deportiva en España y la presencia de las mujeres en los medios de comunicación son dos ámbitos de enorme complejidad como fenómenos sociales contemporáneos. El presente trabajo viene a llenar un vacío, desde la perspectiva de la información periodística y se centra en los elementos de significación de contenidos y en el mensaje mismo. Tiene como finalidad principal analizar la información deportiva en la prensa española, acometiendo una reflexión sobre el periodismo deportivo español en los últimos años, su evolución, contenidos, etc. Y, en concreto, estudiar la presencia de las mujeres como tema, como fuente y como autora de la misma, prestando especial atención a la evolución de su figura, imagen y concepción de los últimos años.

2.1. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

Cualquier acercamiento a un terreno desconocido plantea una serie de interrogantes que llevan a la búsqueda de respuestas.

A propósito del título de la investigación, “Mujeres y deporte en los medios de comunicación”, surge la primera pregunta: ¿qué imagen transmiten los medios de comunicación españoles de las deportistas?

La segunda, que completa la anterior, es: ¿refleja la situación real de las deportistas la información deportiva de los medios de comunicación españoles?

La tercera es: ¿Cómo influyen en la representación de las mujeres los debates, recomendaciones, directivas y legislación provenientes de organizaciones e instituciones nacionales e internacionales?

2.2. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

Tras una revisión profunda de la literatura científica sobre la temática objeto de estudio, se plantean las siguientes hipótesis de partida:

- H₁: La temática principal de prensa deportiva española es el fútbol masculino.
- H₂: La imagen de las mujeres que los medios de comunicación españoles - en concreto la prensa deportiva - transmiten a la sociedad está desequilibrada y estereotipada.
- H₃: Los medios de comunicación ocultan la situación real de las deportistas.
- H₄: La irrupción de la mujer en las redacciones ha provocado un aumento de la información y un cambio de la imagen de las mujeres en la prensa deportiva española.

2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Con el propósito de comprobar y posteriormente aceptar o rebatir la hipótesis de partida se articulan seis objetivos para cuya consecución se emplean diversos planteamientos metodológicos:

- Contextualizar la presencia del deporte en la prensa deportiva española. Entre las áreas de especialización periodística es la información deportiva la más demandada por el público, propósito que se aborda desde diferentes perspectivas teóricas y descriptivas.
- Establecer las situaciones y acciones que configuran el deporte femenino contemporáneo como acontecimiento de las sociedades modernas partiendo de un estudio del proceso evolutivo del deporte femenino en la sociedad occidental.
- Analizar los contenidos de la prensa especializada deportiva en España.

- Analizar, dentro del periodismo deportivo, la frecuencia de la mujer en los contenidos.
- Analizar la evolución del tratamiento informativo sobre las mujeres en los medios de comunicación en los últimos años, a través del estudio de las noticias de mujeres en la prensa deportiva.
- Analizar si los debates, recomendaciones, directrices y legislación resultantes de organizaciones e instituciones nacionales e internacionales en materia de mujer, deporte y medios de comunicación han provocado un aumento y un cambio en la información y la imagen que sobre la mujer deportista transmite la prensa diaria deportiva española. Del mismo modo, analizar si el aumento de mujeres periodistas en las redacciones de prensa deportiva ha provocado algún cambio.

El trabajo se ha dividido en dos grandes apartados:

La primera parte, el marco teórico, contextualiza los tres conceptos claves de la tesis doctoral: “El periodismo deportivo”, “Las mujeres en el deporte” y “La cobertura periodística de la mujer en el deporte”. Una contextualización histórica - que reflexiona desde sus orígenes para comprender mejor cuál es la situación actual - y que además señala los estudios precedentes relacionados con la temática objeto de estudio.

La segunda parte ofrece los resultados del análisis de contenido. Un estudio longitudinal de la prensa deportiva española en el que se analizan cuantitativamente diferentes aspectos del periodismo deportivo y de cómo los medios de comunicación reflejan la imagen de las mujeres en el deporte, así como la difusión de su imagen en la sociedad. En concreto se han codificado, mediante un muestreo aleatorio, 95.439 noticias publicadas entre 1979 y 2010 en los cuatro diarios deportivos de pago de mayor tirada nacional: *Marca*, *As*, *Sport* y *Mundo Deportivo* -un total de 896 ejemplares- que más adelante se justifica detalladamente, profundizando en cuestiones como el planteamiento y la metodología que se corresponden con la investigación, la selección y justificación de la muestra, la planificación del análisis de contenido y su correspondiente protocolo de codificación.

También incluye la explotación estadística de los datos y un análisis de los resultados obtenidos. En concreto se realizó un análisis descriptivo para variables

continuas calculándose la media, la desviación típica, mínimo, máximo y moda; y para las variables categóricas se utilizaron las frecuencias y porcentajes de la información recopilada. En segundo lugar se realizó un análisis inferencial, utilizando diferentes pruebas estadísticas, para analizar las posibles diferencias y relaciones entre las distintas variables objeto de estudio.

El estudio de estos dos ámbitos, la realidad histórica y la realidad mediática del deporte femenino, pretende analizar la evolución del papel de las mujeres en la de la prensa deportiva española, la mujer como protagonista, fuente y autora de la información.

II.

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN,
MUJER Y DEPORTE**

Los medios de comunicación pueden perpetuar la subordinación de las mujeres o bien, jugar un rol primordial en la promoción de los derechos de la mujer (Instraw, 2005)

3. PRENSA DEPORTIVA

El periodismo deportivo se ha convertido en los últimos años en el más demandado de cuantos forman el espectro de la información periodística especializada. Casi no existe un periódico en el mundo que no cuente con una o varias páginas y/o suplementos dedicados a esta temática. En España, al contrario de lo que ocurre con la prensa generalista, la prensa deportiva sigue ganando lectores hoy en día. En el año 2012 el diario *Marca* es el diario más leído, por encima de cualquier diario generalista, 2.888.000 lectores en el último control de EGM.

La información deportiva, caracterizada por la sencillez del relato, está dirigida a toda clase de público masivo -los lectores no responden a un perfil concreto, millones de personas, sin distinción de credo, edad, formación o condición social-, lo que se refleja en un crecimiento espectacular en el número de lectores en los últimos tiempos.

Sin embargo, curiosamente, el deporte como fenómeno cultural en los medios de comunicación parece atraer menos atención de los investigadores (Boyle, Rowe y Whannel, 2009). Es difícil encontrar una definición de prensa deportiva actualizada y acorde con la realidad del siglo XXI, al igual que ocurre con la definición de prensa, de ahí la revisión del concepto de prensa, periodismo especializado y, para concluir, de la prensa deportiva.

Según las definiciones de prensa y publicación periódica recogidas por Martínez de Sousa (1992) se entiende por prensa: “los periódicos impresos editados en un país, una ciudad..., publicados en series continuadas y bajo un mismo título, de periodicidad regular o irregular inferior a un año, ofrecidos al público (mediante venta o gratuitamente), con fecha y numeración de los ejemplares”. Sin embargo, se advierte y se es consciente de lo anticuado que puede resultar hoy hablar de los periódicos impresos sin mencionar la nueva concepción del relato periodístico. Un discurso con un nuevo foco de atención: el universo digital. Una imparable red de información

cuyo principio básico es la inmediatez y la multidifusión. A nadie le extraña hoy hablar de periódicos digitales.

Diferentes autores se centran en las definiciones de prensa especializada y periodismo especializado (Martínez Albertos, 1983; Paniagua, 2003; Fernández del Moral, 2004; Esteve y Fernández del Moral, 2007). Sin embargo, los periódicos deportivos se consideran prensa especializada pero dirigida a un público generalista. Para Antonio Alcoba (2005:157):

La prensa específicamente deportiva debe competir con los diarios de información general, la radio y la televisión, conociendo sus limitaciones para enfrentarse, como negocio, a los restantes medios de comunicación. La prensa de información general ofrece tratamientos de todos los temas, incluido el deporte, y por esta característica posee una gran ventaja: el interés de los clientes, traducido en más venta y mayor atractivo para la publicidad.

El deporte configura secciones autónomas en la prensa y es objeto de especialización en cuanto a su coherencia temática y tratamiento específico de la información con un lenguaje propio, uso de fuentes concretas, rutinas productivas, audiencia a la que va dirigida y existencia de periodistas especializados (Palacios, 1999: 356). Al igual que ocurre en los medios de comunicación generalistas el contenido es muy parecido pero, en lugar de tendencias ideológicas, la principal diferencia es el mayor seguimiento a unos determinados equipos o actividades deportivas (Marrone, 2009: 27). De esta forma, los periódicos catalanes cubren más información de equipos de fútbol como el F.C. Barcelona o el R.C.D. Español, mientras que los madrileños dan más páginas al Real Madrid y al Atlético de Madrid.

Se puede concluir que la prensa deportiva, hoy en día, es un medio especializado - impreso o digital -, cualquiera que sea su periodicidad, que se dirige a una audiencia generalista identificada con el mayor seguimiento a unos determinados equipos o actividades deportivas.

3.1. HISTORIA DE LA PRENSA DEPORTIVA EN ESPAÑA

3.1.1. SURGIMIENTO DEL DEPORTE MODERNO Y SU REFLEJO EN LOS MEDIOS. LOS PRIMEROS DIARIOS DEPORTIVOS

Los orígenes del deporte profesional - caracterizado por higiénico y aristocratizante - y su reflejo en los medios (Rivero, 2003) pronto evolucionan hacia formas más populares convirtiéndose en una “subcultura de masas”. El carácter socializador, multiplicador y democrático del deporte unido al poder masificador de la prensa permitió la apertura del deporte hacia estratos medios y bajos de la sociedad. Pero su transformación se completa cuando se convierte en un entretenimiento de pago al que se asistía pasivamente, como meros espectadores, a la visión del ejercicio deportivo, el fútbol es un claro ejemplo (Uría, 2009: 156).

El deporte moderno nació en Inglaterra, dentro de las escuelas inglesas, y acompaña al proceso de la Revolución Industrial así como las transformaciones económicas, sociales y culturales que se derivan de ella. Se puede considerar de esta manera que el final del siglo XVIII asiste al declive de los juegos tradicionales y a la emergencia de los movimientos gimnásticos y los deportes de origen inglés (Duning, 1984: 51. Tomado de Olivera y Serrabona, 1995).

Los Juegos Olímpicos resurgieron en 1896 con la idea de que los festivales deportivos internacionales podrían fomentar el entendimiento y la paz en el mundo. Esta restauración llevada a cabo por el barón de Coubertin da paso a la configuración del deporte moderno, el deporte como actividad de masas. La conversión de algunas disciplinas deportivas en espectáculo de masas se refleja en los medios en el aumento del espacio que estos dedican al deporte (Hernández Alonso, 2003:37) y en la creación de publicaciones especializadas donde, en principio, los informadores no fueron periodistas profesionales, eran deportistas.

En los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna celebrados en Atenas en 1896, entre los setenta mil espectadores, testigos de las competiciones, se encontraban los corresponsales del diario parisino *Le Figaro* y el londinense *The Times*, empezándose a publicar ya las primeras crónicas sobre deportistas y resultados (Alcoba, 1993; Marín, 2000). En este contexto “junto con la ampliación de la democracia política y el acceso a la educación, favorece tanto la formación de un nuevo proletariado como el ascenso de una capa media. Estos elementos hacen de ellos un nuevo público ávido de noticias, información y distracción” (Alonso, 2007).

Los primeros periódicos deportivos conocidos nacieron en Inglaterra y pronto llegaron a toda Europa (Alcoba, 1999:60). La prensa deportiva nace y tiene una doble misión: informadora y educativa. José Altabella (1988) afirma que el primer periódico deportivo del que se tienen noticia fue *Sportman*, publicado en Londres y fundado en 1852⁴, que en 1859 fue absorbido por *Sporting Life* y en 1883 se convirtió en una publicación de periodicidad diaria⁵.

En Francia, aunque el primer diario deportivo francés *Le Vélo* no lo funda Pierre Jiffard hasta 1892, se tiene conocimiento de una revista dedicada a información hípica *Journal des Haras*, editada en París, desde 1828 y que duró más de medio siglo. En 1854, Eugene Chapaux fundó *Le Sport*. Y en 1869 aparece el primer semanario de ciclismo, *Velocipede Illustré* que salió en París, fundado por Richard Lesclide, secretario de Victor Hugo. En este momento surgen en París numerosas revistas de caza, hipismo, natación, etc. (Altabella, 1988: 175-176).

En Estados Unidos una de las primeras publicaciones en incluir en sus páginas la información deportiva fue *The New York Journal* en 1895. Comenzaría a informar sobre carreras de caballos y ante el éxito cosechado, continuó haciéndolo con otros deportes.

A finales del siglo XIX y principios del siglo XX son las publicaciones las que crean, organizan o fomentan competiciones nuevas: en 1903 el periódico especializado *L' Auto*, dirigido por Henry Desgrange, organizó la Primera Vuelta Ciclista a Francia, hoy el Tour de Francia; en 1899 el *New York Herald Tribune* crea la Copa Gordon Bennet; en 1901 crea la carrera Pekín París *Le Matin*; *Le Velo* organizó en 1898 y 1899 grandes competencias de natación en el Sena o en Joinville Le Pont; la Copa Europea de Fútbol tuvo su pilar en *L'Equipe*, mientras que la Liga Nacional de Educación Física en Francia nació de una campaña de prensa montada por *Le Temps* (Vásquez, 1989: 105-106).

Pero son los Juegos Olímpicos de Atenas 1906, y fundamentalmente los de Londres 1908, con las transmisiones a todo el mundo por medio del telégrafo, y los de Estocolmo 1912, con los primeros envíos fotográficos (Alcoba, 1993:64), los que facilitan la consolidación de los primeros diarios deportivos y la creación de otros nuevos. En España es el éxito de la selección española en los Juegos Olímpicos de

⁴ Sin embargo Hernández Alonso (2003:37) señala que *The Sport-man* fue la primera cabecera en Inglaterra pero la data en 1880.

⁵ Dejó de publicarse en papel en 1998 aunque hoy en día pervive su versión online (www.sportinglife.com).

Amberes de 1920 la que impulsa el despegue de la incorporación del contenido deportivo en los periódicos (Simón, 2012:6).

3.1.2. LOS INICIOS DEL PERIODISMO DEPORTIVO EN ESPAÑA (SIGLO XIX)

A mediados del siglo XIX comienzan a aparecer las primeras informaciones de carácter deportivo en la prensa española, por influencia del periodismo anglosajón y francés. Pronto aparecen publicaciones especializadas dedicadas al deporte. Boletines, revistas y algún intento de periódico inundan las ciudades, reflejan la popularidad y democratización del deporte característico de esta época. La aparición y desaparición de publicaciones dedicadas al deporte fue una constante a partir de este momento y al igual que ocurría en el resto de Europa, solían dedicarse a un deporte en concreto o a deportes de una misma familia, en este caso a la caza y la colombofilia.

El Cazador, revista ilustrada, es la primera publicación deportiva española (Altabella, 1988; Castañón, 1993; Alcoba, 1999; Berasategui, 2000; Paniagua, 2009). Sale a la luz en Barcelona en 1856, “de periodicidad quincenal destinada a defender los derechos de los cazadores y a reclamar la observancia de las leyes de caza”. Estuvo dirigida por Marcelino Bautista, y fueron redactores Juan Álvarez Guerra, Antonio Balbín de Unquera, Nicolás Pérez y Díez y Safia Tartilán. Berasategui (2000) afirma que la cabecera editada por la Armería de Barcelona, entre 1856 y 1857, es un ejemplo aislado y que su intencionalidad dista mucho de los boletines deportivos posteriores. En esta línea surgen otras publicaciones con el objetivo de difundir las actividades cinegéticas: *La caza. Revista de los cazadores* publicada en Madrid entre 1865 y 1868⁶; *El Colombaire*, publicado en Valencia y del que se publicaron 19 números a partir de julio 1866⁷; *La Ilustración Venatoria* publicada en Madrid con una periodicidad quincenal, entre 1878 y 1885.

El Cazador es el germen, aunque a partir de los años setenta, al igual que ocurre con la práctica deportiva, los medios en España experimentan un gran desarrollo. De “seis publicaciones se pasa a un sinfín de revistas especializadas en la difusión de disciplinas concretas” (Paniagua, 2009: 15).

⁶ *La caza*: revista semanal ilustrada con láminas sueltas. Publicada entre el 31 de Julio de 1865 y 25 de Diciembre de 1867

⁷ *El Colombaire* era un semanario bilingüe.

Al margen de los referentes a la caza, las publicaciones dedicadas al velocipedismo - nombre con que se conocía al ciclismo en aquellos días - se hacen muy populares. La primera revista de la que hay noticias referentes al ciclismo fue *El Pedal* publicada en Huesca en 1869, de periodicidad quincenal. También destacan *El Deporte Velocipédico. Revista ciclista ilustrada*, de periodicidad semanal (febrero de 1895 - 1898); *El Ciclista. Revista de sport nacional y extranjero* (Barcelona, 1891), órgano de difusión de la Sociedad de Velocipedistas de Barcelona impresa durante cuatro años y de la que se publicaron 92 números; posteriormente, apareció *La Velocipedia* (Barcelona, 1892), que más tarde será absorbida por *El Ciclista*; *El Veloz Sport: Órgano del ciclismo español y extranjero* (Madrid 1895), acabará fusionada con *Barcelona Sport*⁸ (Barcelona, 1897) para formar *El Veloz*, su primer número se publicó el 5 de junio de 1898⁹; *Sevilla ciclista: órgano defensor de la Velocipedia andaluza* (1898 - 1990); *Palma Ciclista: semanario de sport* (Palma de Mallorca, 1900 - 1902).

En 1882 José Sánchez funda el primer periódico de Gimnástica, con el título *El Gimnasio*, participando en el proyecto Mariano Marcos Ordáx como director. Pocos años después Felipe Serrate editó en Bilbao, por su cuenta y riesgo entre 1886 y 1887, *La Ilustración Gimnástica*, publicación quincenal dedicada a divulgar la práctica de la gimnasia en la sociedad bilbaína y que es fiel reflejo del desarrollo de la actividad física en los años finales del siglo XIX (Serrate, 1999). Diversos autores colaboraron, cabe destacar a Miguel de Unamuno (números 4 y 10), también las Academias, Colegios Profesionales y gimnasios privados.

Cabeceras de vida efímera pero relevantes para entender los cambios en la prensa deportiva de finales del siglo XIX son el *Hipódromo Cómico* publicado en Barcelona entre el 6 octubre de 1883 y el 25 noviembre de 1883 (nº 6), de periodicidad semanal; *El Sport Español* (Barcelona, 1885), con el sobrenombre de primera revista española de deportes; *El pelotari* (Bilbao, 1887); La revista ilustrada de automovilismo, ciclismo y aviación *Los Deportes* (Madrid 1893); *Barcelona Sport* (1897); *El Campeón* (Madrid, 1899).

Entre las publicaciones deportivas más longevas del siglo XIX destacan la *Crónica del Sport*, *El Pelotari*, editados en Madrid, y *Los Deportes*, editado en Barcelona. La prensa deportiva en la última década del siglo XIX se caracteriza por la diversidad de la oferta, informa de diferentes deportes y se produce un alejamiento de la prensa del

⁸ *Barcelona Sport*, bilingüe, comienza a publicarse semanalmente a partir del número 3.

⁹ *El Veloz*, deja de publicarse en 1899.

marco estrictamente asociativo lo que implica un paso de “boletines locales” a informaciones nacionales e internacionales y la aparición de promotores y redactores profesionales¹⁰.

La *Crónica del Sport* (Madrid), de publicación quincenal hermosamente editada, se publicó entre 1893 y 1896. Es un claro ejemplo de cómo las publicaciones deportivas evolucionan e introducen noticias nacionales e internacionales que hacen referencia a varios deportes como la hípica y equitación, esgrima, caza, gimnasia, atletismo, boxeo, tenis, polo, tiro de pichón, ciclismo, fútbol, natación, pelotarismo, patinaje, pesca, regatas, tiro...

El Pelotari (Madrid), de periodicidad semanal, dirigido por B. Mariano Andrade fue publicado en Madrid entre 1893 y 1896. Desde el número 123 (1896) pasa a llamarse *Madrid Sport* y poco después desaparece tras publicar 137 números.

El 1 de noviembre de 1897 se publica por primera vez en Barcelona el periódico, *Los Deportes*. Lo fundó y dirigió Narciso Masferrer y estableció su primera sede en el gimnasio Solé de Barcelona. En el primer número se manifestaba como órgano oficial del Real Club de Regatas, del Club Velocipédico y de la Asociación Catalana de Gimnástica. Costaba 15 céntimos, era de periodicidad quincenal y podía adquirirse en los quioscos de toda España, e incluso en el extranjero a través de suscripción.

Los Deportes ha sido considerada como la publicación deportiva decisiva de finales del S. XIX y principios del S. XX. Sirvió como plataforma de lanzamiento de diversas entidades deportivas y se caracterizó por el rigor de los contenidos y por la labor efectuada en defensa de los valores del deporte (Berasategui, 2000: 158).

Inicialmente tuvo una periodicidad quincenal, pero el 7 mayo de 1899 se convirtió en semanal, tras la absorción en marzo de la revista *Barcelona Sport*, que había sido fundada dos años antes en Barcelona. Ese mismo año se creó la Sociedad “Los Deportes” con el objetivo de rentabilizar la revista, organizar eventos y fomentar el deporte. Esta publicación, además de haber promovido un gran número de iniciativas, merece ser recordada por el rigor de sus contenidos y su labor en defensa de los valores del deporte. Incluía colaboraciones de otras ciudades de España y en su redacción contó con redactores y colaboradores como Artur Llorens, Hermenegildo

¹⁰ X. Pujadas y C. Santacana (1999: 20) lo afirma para la prensa catalana pero dicha afirmación puede generalizarse al resto de publicaciones españolas.

Prats, Josep Elías y Juncosa, David Ferrer y Mitayna, Ricard Cabot y Josep Llunas, entre otros. Tenía cabecera ilustrada, algunas portadas presentan un grabado de Francisco Javier Gosé Rovira. Los dibujos de Rojas, Utrillo y Llaverias eran habituales.

Se llegaron a publicar 546 números, el último es de 15 de julio de 1910. A partir de 1907 el primitivo periódico evoluciona hacia una revista de presentación más cuidada, hasta convertirse en un magazín deportivo. Una de las causas del descenso de *Los Deportes* fue el nacimiento de *El Mundo Deportivo*, que venía a ocupar el espacio de comunicación que hasta entonces había ocupado *Los Deportes*.

Figura 1. Diarios deportivos de finales del siglo XIX en España



Hipódromo Cómico. Portada (25 de septiembre, 1883)

La Ilustración Ginnástica Portada del núm. 1 (1 de marzo, 1886)

El Ciclista. Portada del núm. 1 (16 de julio, 1891)

Los Deportes. Portada del núm. 1 (1 de noviembre, 1897)

3.1.3. INICIOS DEL SIGLO XX: HACIA UNA PRENSA DIARIA DEPORTIVA

En las dos primeras décadas del siglo XX, la prensa deportiva española se caracteriza por una evolución de la filosofía de finales del siglo XIX. En este ambiente, afirma Díaz Noci (2000:364), en el que “el deporte dejaba de ser un juego para convertirse en un deporte, es decir, en una actividad organizada, con una serie de funciones sociales muy importantes, el periodismo especializado cobra también su importancia”.

A medida que la primera década del siglo XX avanzaba nuevos deportes fueron adquiriendo importancia, de tal modo que estos eran tratados junto a otros en las publicaciones existentes. Las cabeceras deportivas siguen surgiendo y desapareciendo en diferentes puntos de España siguiendo el camino iniciado por las más veteranas. En los años veinte varias de las cabeceras que perduran acaban convirtiéndose en diarias, se fijan así las características básicas de la prensa deportiva que perduran en la actualidad. La prensa deportiva está plenamente asentada en las distintas ciudades de España (Uría, 2009: 164).

En Madrid nacen varias cabeceras como la *Revista Ilustrada de Sport* desde 1900, aunque en un primer momento surge como semanario político y literario, *Gran Vida* desde 1903, *España Sportiva*¹¹ que aparece en 1912, *Heraldo Deportivo*, desde 1915, *Madrid Sport*, desde 1916, *Sports y Turismo*¹², desde 1916, o *Madrid Sporting*¹³, desde 1922 (Alcoba, 1999: 67).

Gran Vida (1903 – 1936)¹⁴, revista ilustrada de Sport editada en Madrid, fue fundada y dirigida por Vicente de Castro Les. La revista no nace como publicación especializada en deporte, incluye otros asuntos de “sociedad”, evolucionando sus

¹¹ Según Altabella (1988: 178) la revista semanal *España Sportiva* (Madrid, 1912-33) era continuadora de *Norte Sportivo*, de San Sebastián, que había fundado un año antes Fernando Salvadores.

¹² *Sports y Turismo* era una revista semanal ilustrada basada, fundamentalmente, en la fotografía. Los deportes que más aparecen son: remo, hípica, motociclismo, automovilismo, atletismo, fútbol, carreras de caballos, ciclismo, caza, deportes en el extranjero, campo a través, tenis y aviación.

¹³ *Madrid Sporting* se centraba, fundamentalmente, en tres deportes: motociclismo, hockey –tanto masculino como femenino- y fútbol, también informaba sobre atletismo pero con menos asiduidad.

¹⁴ Alcoba (1999: 63) fecha la aparición de *Gran Vida* en 1902.

contenidos¹⁵ hasta que en la década de los veinte transformó su subtítulo por el de *Revista ilustrada, turismo, deporte, fotografía*. Con periodicidad mensual -más tarde pasó a ser semanal-, aparece en junio de 1903, en números de 36 páginas y con cubiertas a dos tintas. Resalta también la abundancia de fotografías que incluía.

Heraldo Deportivo (1915 – 1935) nace como publicación independiente, como lo indica su primer editorial el 1 de junio de 1915 “no es, ni pretende ser, órgano oficial de ninguna de las entidades directivas de los deportes en España y su pretensión es ser órgano de la opinión”. Dirigida por Ricardo Ruiz Ferry, con periodicidad decenal y en números de 12 páginas, publica 742 números. Llevaba abundante información gráfica y estructuraba sus páginas por secciones.

Sin embargo, no llegó a cuajar en Madrid la existencia de un diario deportivo como ocurrió en Barcelona o Bilbao. En 1930 hubo un intento fallido *Gran Sport*, “fundado por Ignacio Valenzuela, dirigido por Ángel Díez de las Heras y con la colaboración de Acisclo Karag; tuvo una vida efímera, durante poco más de dos meses” (Altabella, 1988: 180). Habrá que esperar a 1940 cuando surge el diario *Gol* fundado el 4 de agosto por Valeriano Hernández Usobiaga, que con grandes dificultades se publicó hasta 1945 (Altabella, 1988: 182).

En Sevilla en 1912 se publica *Sport sevillano*, editado por la Real Sociedad de Automovilismo de Sevilla, de periodicidad quincenal cesó en 1913. Otras cabeceras sevillanas destacables fueron *Sevilla Automovilística* (1914), *Sevilla Deportiva* (1901-1915), *Deportes y espectáculos* (1923) y *Penalty* (1932-1933).

En el País Vasco, como señala Díaz Noci (2000), los nacionalistas pronto se dieron cuenta de que la información deportiva era importante y merecía ser cuidada, tanto en diarios creados al efecto (*Excelsior*) como en aquellas otras publicaciones de información general. Ya en el siglo XX, aparecen en 1911 *Vida Sportiva, Norte Sportivo* - fundado por Fernando Salvadores y publicado en San Sebastián- e *Información Sportiva de San Sebastián y Los Deportes de Bilbao*. También en la capital vizcaína surgen en 1915 *Hércules* y *El látigo esportivo*, semanario que combina humor y deporte, un cóctel bastante habitual en el periodismo de la época, y más tarde, un año antes que el diario

¹⁵ En 1927 sus portadas estaban dedicadas al deporte casi por completo. Las informaciones deportivas se mezclaban con informaciones relacionadas con el turismo e incluso con información financiera y crónicas bursátiles, notas cómicas e informaciones varias sobre novedades, inventos o heráldica.

Excelsior surge en Barakaldo la revista *La Ribera Deportiva* (1923). Del mismo año es el casi desconocido semanario *Sportsman de Bilbao*¹⁶.

“Había pues, un caldo de cultivo en el País Vasco que propiciaba la aparición del mejor periodismo deportivo” (Díaz Noci, 2000: 365). Así, en la órbita del Partido Nacionalismo Vasco, nace en Bilbao el primer diario deportivo español¹⁷ *Excelsior: deportes, información y cultura*, (1924 – 1932) y su sucesor *Excelsius* (1932-1937).

El diario *Excelsior* informaba sobre diferentes deportes, fundamentalmente boxeo, atletismo, ciclismo, hípica fútbol y pelota, esta información era de ámbito nacional e internacional. Dirigido por Jacinto Miquelarena¹⁸, su primera redacción estaba formada por cuatro personas vinculadas a la empresa que gestionaba el frontón de Guernica. Aunque estaba financiado por personajes vinculados a la élite vasca económica y deportiva¹⁹, entre los que destacan Alejandro de la Sota y José María Villalonga (Conde de Villalonga)²⁰, los textos del diario eran escasamente elitistas. Mostraba “un estilo divulgador, didáctico, jovial y con fino sentido humorístico que imitaba modelos ingleses de exaltación como espectáculo veraz con carga emotiva” (Castañón, 1993: 47).

Su sucesor *Excelsius* (Bilbao, 1931-1937), cuyo soporte económico fundamental fue precisamente Alejandro de la Sota, se acercó más al modelo que este nacionalista liberal tenía en mente. Dirigido por Ullívarri, contó en su plantilla con redactores como Julián Echevarría, Francisco González de Ubieta, Nirvando Pina, Pedro Rico y Manuel Serdán, y colaboradores como Eduardo Teus, Benigno Belausteguigoitia, Manuel de la Sota, Adolfo Echevarría, Gastón Benac, Álvaro de Arciniega, Roberto de Oñate y José Olivares Tellagorri²¹.

En Barcelona se editaba *Los Deportes* como cabecera de referencia hasta 1910, cuando comienza a perder protagonismo con el nacimiento del semanario *El Mundo*

¹⁶ Sólo se conservan ejemplares en la Universidad de Nevada, Reno (Estados Unidos).

¹⁷ Después vinieron *El Mundo Deportivo* (1929) y, el fallido, *Madrid Gran Sport* (1930).

¹⁸ Para Altabella fue sin duda alguna “el más cualificado crítico deportivo español de todos los tiempos” (1988: 180).

¹⁹ Díaz Noci (2000) señala que será el diario *Excelsior* quien organice el primer campeonato de pelota mano entre profesionales. Su sucesor, *Excelsius*, llegó a crear en la temporada 1934-1935 una Copa Vasca de Fútbol que no cuajó.

²⁰ Alejandro de la Sota fue presidente del Atlético club de Bilbao entre 1911 y 1917, el Conde de Villalonga lo fue años después, entre 1922 y 1923.

²¹ José Olivares Tellagorri posteriormente dirigió el diario de ANV *Tierra Vasca*.

Deportivo en 1906. En páginas posteriores se describe el nacimiento, la conversión a diario y el presente del decano de los diarios deportivos españoles, ya que *El Mundo Deportivo* forma parte de la muestra objeto de estudio (pág. 35-41). Durante las primeras décadas del siglo XX estas publicaciones compartieron popularidad con otras destacables como el *Stadium*, desde 1912, y *La Jornada Deportiva*, desde 1921.

La revista *Stadium: revista ilustrada técnica y deportiva* vio la luz en mayo de 1911. Era una publicación dirigida esencialmente a la sociedad acomodada barcelonesa que se incorporaba al deporte. En el saludo del primer número se lee:

Nos hemos propuesto, en primer término, hacer un periódico bien presentado, hasta lujoso si se quiere...por encima de todo nuestro campo de acción será el sport, en todas sus manifestaciones, pero al mismo tiempo se extenderá á todos aquellos órdenes de la vida social, que tengan con el sport una relación más o menos directa.

Durante los primeros años tuvo una periodicidad quincenal. Cuando se encargó la Editorial Deportiva de la edición de este periódico pasó a ser semanal entre 1915 y 1921, para volver a ser quincenal hasta 1930. En su último año será mensual, desde febrero hasta diciembre de 1930 cuando desaparece.

Impulsada económicamente por Francisco de Moxó y de Sentmenat, *Stadium* fue dirigida por Ricard Cabot hasta 1920. El redactor jefe fue Josep Elías y Juncosa. En 1920 Narcís Masferrer fue su director hasta su desaparición en diciembre de 1930. Tenía unas secciones temáticas²² bien diferenciadas y a partir de 1912 estableció delegaciones en Madrid y en París. Se publicaron 562 números de *Stadium*²³, un auténtico magacín dedicado al deporte, y fuente de consulta obligada para conocer la historia del deporte catalán (Pujadas y Santacana, 1997: 26-28; Saiz y Seoane, 1990, vol. 3: 311).

²² Las secciones de la revista *Stadium* fueron: "Sección doctrinal", "El apostolado del sport", "Crónica gráfica", "Nuestras Sociedad", "La moda en el sport", "De sociedad" y "Las Industrias del sport". También tenía un suplemento titulado *Guía del sportman*, con portadilla y numeración independiente.

²³ En 1920 *Stadium* tiraba 15.000 ejemplares.

La Jornada Deportiva: periódico ilustrado de crítica e información nace en 1921. Publicado inicialmente como semanario, José Torrens lo dirigió hasta 1923 y su redactor jefe era José A. Trabal²⁴ que fue el alma del periódico. Contaba con otros redactores prestigiosos como M. Cabeza, que utilizaba el seudónimo de *Spectator*, e Isidro Corbinos. Esta publicación representó una importante renovación periodística, con una cuidada presentación gráfica, Gaspar fue periodista gráfico del periódico, una importante parte doctrinal, obra de Trabal, y un tratamiento moderno de las informaciones. En el saludo inicial se pone de manifiesto que el programa del periódico queda recogido en dos reivindicaciones esenciales:

...creación de órganos superiores de gobierno que regulen y den homogeneidad a la actuación de los Clubs y Federaciones para hacerla eficaz; consecución rápida de aquel apoyo indispensable que el Estado, la Diputación de la Mancomunidad y el Municipio deben conceder a quienes aspiran a ser fuertes y osados para que la raza lo sea y pueda imponer sus designios en vez de sujetarse por impotencia a los designios ajenos.

...No apartándonos de esta línea y ciñéndonos a este contenido, nuestro programa abarca, como es lógico, cuanto tienda a educar el espíritu de masas deportivas, recordándoles siempre aquellos principios morales sin los cuales el deporte fuera algo despreciable propio solamente de brutos u ociosos.

No queremos contribuir al predominio del músculo sobre el cerebro. Aspiramos sólo a conseguir que el líquido no rebase el vaso, que la inteligencia tenga el órgano material apto para ejecutar sus concepciones, que la salud del cuerpo sea garantía del equilibrio del espíritu; queremos, en fin, que no subsista el falso perjuicio de que una inteligencia poderosa no pueda alojarse más que en un cuerpo mísero y que un hombre de recia contextura física deba ser forzosamente un grosero y un imbécil.

²⁴ José Antoni Trabal i Sans (Barcelona, 1 de septiembre de 1896 - Puigcerdá, 30 de junio de 1980) periodista, dirigente deportivo, político y médico. En sus primeros años de periodista deportivo, fue redactor de *El Mundo Deportivo* (en torno a 1915 a 17), *Los Debates* (en torno a 1918-19) y *Sport* (en torno a 1920-21), del cual fue también redactor Cabeza. En 1921 fue uno de los impulsores y redactor jefe de *La Jornada Deportiva*. En 1922 participó también en *La Raza*, publicación deportiva de signo nacionalista catalán. Trabal fue uno de los promotores de la Federación Atlética Catalana en 1915, tras haber intervenido en la creación de la sección atlética del FC Barcelona. Fundó el Catala Club Atlétic y asistió a la creación de la Federación Española de Atletismo en representación de Catalunya (*Mundo Deportivo*, 31 de octubre de 1995: 35).

La Jornada Deportiva informaba sobre iniciativas de la *Mancomunitat*²⁵, como fue la creación de la Ponencia de Educación Física y la Confederación Deportiva de Cataluña, impulsadas por Trabal. En enero de 1923 pasó a publicarse dos o tres veces por semana, con ediciones suplementarias según los acontecimientos²⁶, y el 6 de noviembre del mismo año se inicia una segunda época de *La Jornada Deportiva*, en la que se convirtió en diario y adoptó como subtítulo *Diario nacional de sports*. En esta época estuvo dirigido por Corbinos y editaba un suplemento gráfico semanal. El 25 de febrero de 1925 aún se publicaba y en total salieron, que se sepa, 252 números²⁷. En este período volvió a ser semanal (Pujadas y Santacana, 1997: 38; Berasategui, 2000).

La prensa deportiva en Barcelona adquiere tanta importancia que da pie a la fundación de la agencia especializada en información deportiva *Notisport* en 1926 por Modesto Sánchez Monreal (Altabella, 1988: 178).

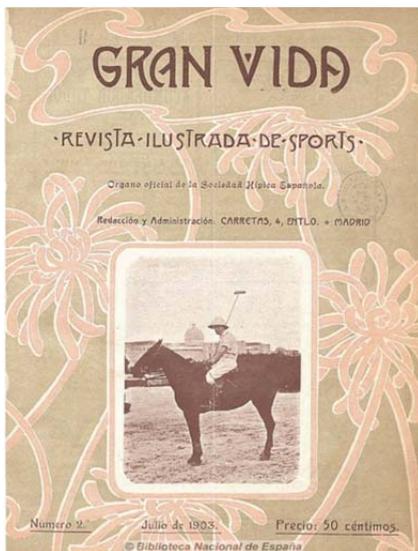
En la última mitad del siglo XX la información deportiva estuvo repartida entre los diarios de información general, los diarios especializados, las Hojas del Lunes y las revistas gráficas especializadas en diferentes deportes (Jones, 1994; Altabella, 1988).

²⁵ La Mancomunidad de Cataluña (en catalán *Mancomunitat de Catalunya*) fue una institución de ámbito catalán promovida por el dirigente de la Liga Regionalista, Enric Prat de la Riba. Un proyecto para integrar por primera vez las cuatro diputaciones provinciales en un instrumento de autogobierno. La Mancomunidad se constituyó el 6 de abril de 1914 bajo la presidencia de Enric Prat de la Riba, presidente de la Diputación de Barcelona y de la Liga Regionalista.

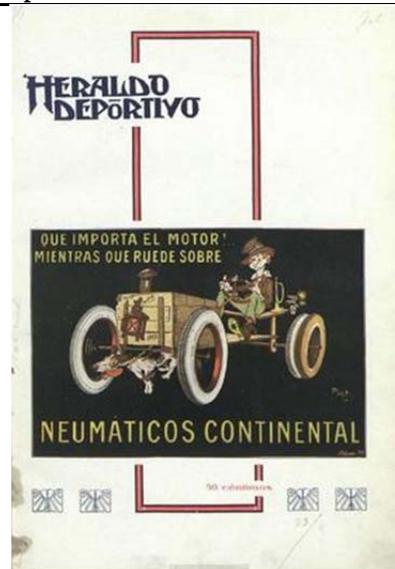
²⁶ Hay algunos números extraordinarios muy bien ilustrados, con reproducciones en la cubierta de magníficos carteles de reconocidos dibujantes. Entre estos, cabe destacar, los dedicados al Gran Premio Peña Rhin (1921), al historial del Trofeo Armangué (1923), ambos de automovilismo, o el dedicado al del Campeonato de España de Fútbol (1923).

²⁷ Es difícil establecer una cronología del periódico porque no se ha localizado ninguna colección completa.

Figura 2.- Diarios deportivos de principios del siglo XX en España



Gran Vida. Portada del núm. 2 (1 de julio, 1903)



Heraldo Deportivo. Portada del núm. 1 (1 de junio, 1915)



La Jornada Deportiva. Portada del núm. 1 (10 de octubre, 1921)



Stadium. Portada del núm. 1 (1 de mayo, 1911)

3.1.4. MUNDO DEPORTIVO

Figura 3.- Portada del número uno de *El Mundo Deportivo*



El primer número de *Mundo Deportivo* apareció en Barcelona el jueves²⁸ 1 de febrero de 1906 como semanario. Su propietario Jaime Grau Castella²⁹ se encargaba de la Gerencia y la administración, más tarde se convirtió en enviado especial. Grau contó, desde el primer momento como director y promotor, con la colaboración de Narciso Masferrer, que cerraba su etapa en *Los Deportes*³⁰.

En Barcelona el mundo del deporte y de la prensa deportiva no se puede entender sin la figura pionera de Narcís Masferrer i Sala³¹ (26 de abril de 1867 en Madrid - Barcelona el 9 de abril de 1941). Director del periódico *El Mundo Deportivo* desde su fundación, 1906, hasta 1920, estuvo presente en la mayoría de iniciativas del deporte catalán de la segunda mitad de siglo XIX y primer tercio de siglo XX. Impulsó la Asociación Gimnasia Catalana (1887) y refundó la Federación Gimnástica Española (1898). Participó en la reunión fundacional del Barça el 29 de noviembre de 1909. Fue vicepresidente del Fútbol Club Barcelona desde 1909 a 1910. Intervino en las

²⁸ Jaime Grau Castella fallece en Barcelona el 2 septiembre 1922.

²⁹ Hasta 1914 *El Mundo Deportivo* sale los jueves, pero al aumentar el volumen de su tiraje fue preciso imprimirlo en máquina rotativa – lo que se hizo en los talleres del diario *La Publicidad*, a partir de aquel momento apareció los lunes (23 noviembre de 1914).

³⁰ *El Mundo Deportivo* ocupa el espacio de comunicación que hasta entonces había ocupado *Los Deportes*, que dejará de publicarse en julio de 1910.

³¹ *Mundo Deportivo*, 1 de febrero de 1956: 1-2; 10 de abril de 1941: 1.; 30 de agosto de 1969: 14. *La Vanguardia Española*, 10 de abril de 1941: 3.

creaciones del Comité Olímpico Español (1912) y en la creación de la Confederación Deportiva de Cataluña (1922). Por su fecunda labor de enaltecimiento del deporte, fue nombrado Caballero de la Orden de Alfonso XII. En su trayectoria como periodista destaca que a los 19 años fundó en Madrid la revista *El Gimmasta*. En 1897 se traslada a Barcelona donde, en 1902, funda la publicación *Los Deportes* y también es nombrado corresponsal³² de *L'Auto* de París, cargo que abandono con su muerte. En 1906 fundó *El Mundo Deportivo* en unión de Jaime Grau, Miguel Arteman y Manuel F. Creus. Dirigió la revista *El Stadium*, entre 1920 y 1929 (deja de ser periodista en activo el 1 junio 1929), y escribió también en *La Vanguardia*, como redactor jefe de la sección de deportes. Fue también fundador y principal impulsor del Sindicato de Periodistas Deportivos (1911), del que fue Presidente de Honor.

La personalidad de Grau y Masferrer se refleja en su primer editorial de *El Mundo Deportivo*, donde deja claro el propósito de la publicación:

Uno de los propósitos del periódico es realizar una activa propaganda, emprendiendo una campaña seguida, continuada, tenaz, sin desmayos, alentando a todos, amparando toda idea, todo propósito, que tienda a defender y enaltecer la afición a los ejercicios físicos de que tan necesitada está la juventud española (Mundo Deportivo, 1 de febrero de 1906).

Desde su fundación se crean distintas secciones, pero en sus orígenes, como consecuencia de las tendencias del momento, estaba dedicado al automovilismo – con b - y el ciclismo, fundamentalmente. Su redacción estaba formada por Manuel F. Creus, que se encargaba de la compaginación del periódico – el verdadero redactor jefe – y de la sección “Extranjero”; Dr. Cebeira Rey, de la de “Preceptos higiénicos”; Alfonso Almasqué, de “Fútbol”; Miguel Arteman, de “Ciclismo”; José de Togores, de la de “Esgrima”; Udo Steimberg³³, de “Lawn tennis”; Sostres,, Revuelta, de “Gimnasia”; Cano y Garrido, de “Pelota Vasca”; Martí (José), de Atletismo; Font Valencia, de “Yachting”; Armada, de “Remo”; Federico Casanovas y Viada, encargados de la sección de “Automovilismo”; Serra, de “Polo”; Puig, de

³² Fue corresponsal de otros periódicos y revistas extranjeros como el *New York Herald*.

³³ Udo Steimberg (1876- 1919), redactor alemán de “law-tennis” en *El Mundo Deportivo*, fue jugador del Barça y marcó el primer gol azulgrana en un Barça-Madrid (1902). Pasó a la historia por ser el primer director técnico del FC Barcelona que dotó al club azulgrana de una estructura de cantera. En 1906, fue Presidente de la Federación Catalana de Fútbol.

“Colombofilia”; Martí (Emilio), de Hípica. (Narciso Masferrer, *Mundo Deportivo*, 1 de febrero de 1931).

La primera tirada, de 6.000 ejemplares, se agotó rápidamente, distribuida desde la misma redacción. De formato tabloide³⁴, costaba 10 céntimos y se editó en la imprenta y litografía de la viuda de Cunill, en la calle de la Universidad (hoy Enrique Granados, 7) y su redacción, de pequeñas dimensiones, quedó establecida en el entresuelo de la Calle Consejo de Ciento, 383, edificio donde tenía su sede la Asociación Velocipédica Española³⁵.

*Dos mesas de despacho y un clásico pupitre de contable — este para uso de los redactores, porque poco era lo que había por contabilizar —, más media docena de sillas, constituían el inventario de su mobiliario; un despacho para los jefes y un gran cuarto archivo, el recibidor (Subiran Moneo, *Mundo Deportivo*, 1 de febrero de 1956).*

Pero *El Mundo Deportivo* no se limitó a la función informativa sino que se convirtió en impulsor y organizador de distintas campañas deportivas. No habían pasado todavía cuatro meses del primer número cuando organizó un concurso internacional de esgrima y el mismo año - concretamente el 7 de octubre de 1906 - también patrocinó una carrera de motocicletas con un premio en metálico de 500 pesetas. Creó la Volta a Cataluña³⁶ en 1911 y organizó la Vuelta a España. Desde el año 1926 en la organización de la carrera pedestre más antigua de España, la Jean Bouin de Barcelona, cuya primera edición tuvo lugar en 1920. Desde 1948 se celebra la Gala de *El Mundo Deportivo*, donde se elige al mejor deportista del año, pionera en su género. De igual modo, en 1967 se puso en marcha un elaborado sistema de votación para elegir cada temporada al Mejor Futbolista del Año.

³⁴ Sus medidas eran de 39 x 56 cm, formato que se mantuvo hasta 1967, antes de introducir la huecografía en la edición normal y el color en los números extras. Como el resto de los periódicos, evolucionó hacia una medida más acorde con los nuevos tiempos.

³⁵ No es casualidad que el periódico compartiera rellano con la Asociación Velocipédica Española puesto que su presidente era Narciso Masferrer. *El Mundo Deportivo* cambia de sede para pasar a la calle Diputación, luego al edificio de la Vanguardia y, por último, a principios del 2002, *Mundo Deportivo* se trasladó de la calle Tallers al nuevo edificio corporativo del Grupo Godó, de la avenida Diagonal 477.

³⁶ Los impulsores de la Volta a Cataluña fueron Miquel Artemán, que la dirigió, Narciso Masferrer y Jaume Grau.

En 1922 bajo la dirección de Ricardo Grau Escoda³⁷ el periódico semanal pasó a ser bisemanal – aparecía los lunes y los viernes – de esta manera ofrecía a sus lectores la información deportiva del domingo. La periodicidad bisemanal se mantuvo desde el 23 de enero de 1922 hasta el 18 de octubre de 1923, fecha en que pasó a ser trisemanal, publicándose los lunes, miércoles y viernes. El 31 de agosto de 1923 pasó a cuadrisemanal.

Su director Ricardo Grau Escoda (nace en 1898 y fallece en Barcelona el 13 de enero de 1985) era hijo del primer propietario Jaime Grau, cursó la carrera de derecho en Barcelona pero desde muy joven colaboró en el periódico. Fue director del mismo durante dos largas etapas desde su fundación. La primera desde 1920 a 1929, y la segunda en septiembre de 1967, manteniendo su condición de director hasta octubre de 1976.

El Mundo Deportivo se convierte en diario el 4 de marzo de 1929 bajo la dirección de José Torrents Font. Durante la Guerra Civil Española, debido a la falta de papel, se convirtió nuevamente en semanario, incluso dejó de publicarse para reaparecer el 31 de diciembre de 1939³⁸.

Finalizada la Guerra Civil Española, en 1940, se produce un cambio en la dirección y ocupa el cargo José Luís Lasplazas Pujolar³⁹ (nace el 18 de julio de 1897 en Girona y fallece el 20 de agosto de 1975 en Barcelona), durante 28 años, hasta su jubilación. Periodista, deportista y entrenador español (seleccionador de la selección española de fútbol), su carrera comenzó en 1909, con sólo 12 años, escribiendo crónicas para *El Mundo Deportivo* sobre aviación. En 1919 obtuvo el carné de periodista por su labor en la prensa, previa instancia. En 1922 trabajó en la *Gaceta Sportiva*, al año siguiente fue nombrado redactor-jefe de deportes de *Sports*, y en 1924, redactor-jefe de deportes en el *Diario de Barcelona*. Es en esta fecha cuando reanuda sus contactos con *El Mundo Deportivo* como redactor de fútbol y boxeo y como enviado especial en acontecimientos internacionales. Fue también locutor y jefe de deportes de *Radio Nacional de España* en Barcelona, un trabajo galardonado con el Premio Ondas a la Mejor labor deportiva en 1956.

³⁷ En los años 1922-23 su gran competidor es *La Jornada Deportiva*.

³⁸ *Mundo Deportivo*, 1 de febrero de 1956.

³⁹ *Mundo Deportivo*, 21 de agosto de 1975: 2 - 4.

Lasplazas fue sustituido en la dirección del periódico por Ricardo Grau Escoda⁴⁰, inicia así su segunda etapa de director, hasta octubre de 1976 cuando lo sustituye Juan José Castillo.

El primer contacto con el mundo del periodismo de Juan José Castillo⁴¹ (nació en Luna, Zaragoza, el 16 de enero de 1921 y falleció en Barcelona, 26 de octubre de 2001) se produjo en el periódico zaragozano *Amanecer* durante el verano de 1937, como taquígrafo. En la Guerra Civil, movilizada toda la redacción, sacaron adelante durante dos días el diario, Juan José Castillo, aún con 16 años, un linotipista de 60 años y un regente de 50. Tiempo después, Serrano Valerio lo introduce en la sección deportiva. En el mes de mayo de 1941, Feliciano Baratechlo lo ficha para el vespertino barcelonés *La Prensa*. En 1946 fue nombrado redactor jefe de deportes, cargo que ejerció hasta 1964, cuando pasó a engrosar la plantilla de *Tele-Express*, un nuevo diario de la Ciudad Condal donde se ocupó de dirigir las páginas deportivas hasta 1967. Entre 1951 y 1964, compaginó sus tareas en prensa escrita con las ondas a través de *Radio Nacional de España*, donde debuta en el programa *Fantasia*. También trabajó en televisión, en 1957 ingresa en *Televisión Española* en los estudios de Miramar, donde hasta 1985 realiza innumerables transmisiones y dirige y presenta el programa *Sobre el Terreno*. En 1967 entró en *El Mundo Deportivo* en calidad de director adjunto. El 2 de octubre de 1976 Ricardo Grau le cedió el relevo en la dirección de diario, cargo que ocuparía hasta su jubilación, el 1 de febrero de 1988. Desde entonces y hasta su fallecimiento ejerció de Presidente del Consejo de Redacción.

Manuel Tarín Alonso⁴² (nació el 23 de septiembre de 1951 en Barcelona) lo sustituyó como director entre 1988 y 1991. Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona y titulado en Periodismo por la Escuela Oficial de la Ciudad Condal, ingresó en el diario en 1972. Ocupó los cargos de jefe de sección en 1975, redactor jefe en 1980, subdirector en 1982, director-adjunto en 1986, y director en 1988 hasta 1991 que pasa a ser como Coordinador general. Perteneciente a una saga periodistas barceloneses, colaboraba también con otros medios de comunicación como la radio (Radio Barcelona y Radio Nacional) y Televisión Española, en los servicios informativos, así como en diversas publicaciones deportivas como *Don Balón* y *Tenis Español*. Además ejerció la corresponsalía deportiva de los rotativos madrileños *Nuevo Diario* y *Ya*.

⁴⁰ *Mundo Deportivo*, 14 de enero de 1985: 10.

⁴¹ *Mundo Deportivo*, 27 de octubre de 2001: 4.

⁴² *Mundo Deportivo*, 2 de febrero de 1988: 8.

A partir de 1991, bajo la dirección de Santi Nollá, su director actual, el diario ha afrontado importantes cambios de forma y contenidos. En 1992 abandonó el formato en blanco y negro y el sistema de huecograbado. Respecto a los contenidos, ganó presencia la opinión y se incorporó la infografía. Desde 1996 funciona con el sistema de multiedición - en la actualidad con nueve rotativas⁴³ repartidas por toda España - que le permite ampliar su difusión, llegar a lugares donde no lo hacía hasta entonces, con el consiguiente aumento de audiencia. En 1998 se funda el Grupo Godó y el diario (ya era propiedad de la familia) entra a formar parte del mismo. El 6 de julio de 1999 suprime el artículo y pasa a llamarse *Mundo Deportivo*, con un nuevo logotipo de mayor impacto, aumenta sus páginas a color y la presencia de las columnas de opinión, la imagen se convierte en protagonista.

En la actualidad se sigue editando en Barcelona como diario deportivo⁴⁴, se trata así de la publicación deportiva española más antigua que aún se edita⁴⁵, un periódico de obligada referencia.

Tabla 1.- Directores del diario *Mundo Deportivo* (1906-2012)

Nombres	Fecha de nombramiento	Fecha de salida
Narcís Masferrer i Sala	01-02-1906	1920
Ricardo Grau Escoda	1920	1929
José Torrens Font	1929	1939
José Luís Lasplazas	1939	Septiembre de 1967
Ricardo Grau Escoda	Septiembre de 1967	Octubre de 1976
Juan José Castillo	Octubre de 1976	01 -02-1988
Manuel Tarín Alonso	01 -02-1988	1991
Santi Nolla	02-03-1991	...

Fuente: *Mundo Deportivo*

Elaboración propia

⁴³ En abril de 2004 crea en Madrid y su Comunidad una nueva edición con información específica dedicada al Atlético de Madrid.

⁴⁴ Santi Nolla (desde el 1991) es actualmente el Director – Consejero Delegado. Asimismo, Andrés Astruells y Josep María Artells son los directores adjuntos.

⁴⁵ En el ámbito mundial es la segunda con más antigüedad que sigue en el mercado por detrás del diario italiano *La Gazzetta dello Sport*.

Figura 4.- Evolución de la cabecera de *Mundo Deportivo* (1906-2012)



Fuente: *Mundo Deportivo*
Elaboración propia

3.1.5. MARCA

Figura 5.- Portada del número uno de *Marca*



El primer número de *Marca*. *Semanario gráfico de los deportes* apareció en San Sebastián el miércoles 21 de diciembre de 1938, durante la Guerra Civil española. El

primer número costaba 40 céntimos y a las escasas horas de salir se agotaron los 30.000 ejemplares salidos de las rotativas. Su fundador y director Manuel Fernández Cuesta y Melero - médico y escritor - contaba con experiencia periodística como creador de publicaciones gráficas populares, entre otras, *Fotos* (1937) y *El Ruedo*, también se había acreditado como reportero de sucesos en los diarios en *El Imparcial* y *Ahora* y en las revistas *Estampa* y *La Linterna* (Atabella, 1987: 183-185).

La primera redacción de *Marca* estaba formada por un grupo de redactores muy jóvenes. El semanario, que finalmente salía los martes, estaba impreso en huecograbado con tinta verde, en tamaño sábana y contaba con 8 páginas. La impresión en huecograbado aportaba gran calidad gráfica para la época y un diseño innovador en la combinación y distribución de fotografías, caricaturas y textos. Sin embargo, la impresión en huecograbado daba lugar a problemas tecnológicos y debido a su lentitud, fue el único rotativo español que se imprimía totalmente con esta técnica.

Desde su fundación sus páginas tienen una vocación plurideportiva, se crean distintas secciones "fútbol", "tennis", "el rugby americano", "nieve"- con información sobre esquí y montañismo - y "Charlas" de entrevistas, inaugurada por Jacinto Quincoces con una entrevista a cargo de Erostarbe. Ante la falta de información deportiva suficiente, creó tres secciones de espectáculos: la teatral "Escenario", la cinematográfica "Celuloide" y la taurina "El Ruedo".

En marzo de 1939, *Marca* aparece con nuevo formato y 24 páginas de huecograbado, mantiene el mismo precio 40 céntimos. Su contenido se basaba en reportajes retrospectivos sobre temas deportivos nacionales y extranjeros, con enormes fotografías de gran calidad, referidos a fútbol, boxeo, ciclismo, atletismo, esquí, deporte juvenil, etc., así como el espectáculo.

El 3 de enero de 1940 sale a la calle el último número editado en San Sebastián y la redacción de *Marca* se traslada a Madrid⁴⁶, un cambio lógico en la ambiciosa vocación del semanario. No obstante, la impresión siguió efectuándose en Bilbao, en la

⁴⁶ Si bien la redacción se dividió entre San Sebastián, situada desde el inicio en el número 2 de la avenida de España, y Madrid, situada en la avenida de José Antonio número 31.

calle Rivera, en una vieja máquina de huecograbado, posteriormente la edición y la tirada de la revista se traslada a Madrid a los talleres tipográficos “Prensa Gráfica”⁴⁷.

Marca, como toda publicación, se encuentra bajo el control de la Dirección General de la Prensa, de acuerdo a las normas dictadas por la Subsecretaría de Prensa y Propaganda del Ministerio de Gobernación. A pesar de la situación de España en la posguerra la publicación alcanzó los 140.000 ejemplares en 1942.

Hacía tiempo que *Marca* pretendía transformarse en diario. Varios autores, como Sánchez Rada (1996: 142) y Alcoba (1999: 69), estiman que Franco decidió personalmente que *Marca* pasase a ser diario. Sin embargo otros, como Zalbidea (1996: 180), consideran que el cambio fue *por oficio del Delegado Nacional, del 27 de octubre de 1942*. Sea como fuere, el primer número del diario *Marca* se publica el 25 de noviembre de 1942, formado por 8 páginas - la última siempre gráfica - y al precio de 30 céntimos, editado en tipografía y en huecograbado (era el único diario del momento que compaginaba las dos técnicas). El día de su salida como diario se acabaron los ejemplares en pocas horas. El *Semanario Gráfico Marca* seguirá saliendo a la calle, en calidad de suplemento, todos los martes.

Entre 1943 y 1945 la redacción estaba formada por veintiséis personas, sus contenidos giraban en torno al fútbol, el ciclismo y el boxeo, aun así tenían grandes dificultades para llenar sus ocho páginas, por lo que sigue incluyendo información sobre toros, cine y espectáculos. El 8 de octubre de 1945 murió el fundador de *Marca*, Fernández Cuesta, a los cincuenta y seis años víctima de un tumor cerebral. Le sustituiría como director interino el redactor jefe Ibrahim de Malcervelli (Toro, 2008: 52)⁴⁸.

Empieza una nueva era para el periódico. En enero de 1946 es nombrado director de *Marca* Manuel Casanova Carreras⁴⁹, con Enrique Gil de la Vega (*Gilera*) de

⁴⁷ Situados en el número 73 de la calle Hermosilla, en 1942 cambian de nombre, tras su adquisición por la Prensa del Movimiento, por “Gráficas Españolas”.

⁴⁸ Altabella (1988: 184) afirma que su sustituto fue Manuel García Santos “con la estrecha colaboración de Ibrahim de Malcervelli”. Sin embargo, las páginas del propio diario *Marca* confirman lo indicado por Toro, Ibrahim de Malcervelli es director de *Marca* desde el 8 de octubre de 1945 hasta enero de 1946 (*Marca*, 2 de enero de 2009: 35).

⁴⁹ Altabella (1988: 184), a la hora de indicar la fecha de nombramiento como director de Manuel Casanova, sustituto de Malcervelli adelanta la fecha a 18 de noviembre de 1945. Sin embargo, las páginas del propio diario *Marca* confirman lo indicado por Toro (2008), Manuel Casanova es director de *Marca* desde el enero de 1946 hasta marzo de 1947 (*Marca*, 2 de enero de 2009: 35).

subdirector, Malcervelli, que vuelve a su cargo, como redactor jefe, y Salvador López de la Torre y Francisco Narbona de redactores.

Un año después, a principios de 1947, se produce un nuevo cambio en la dirección: nombran a Lucio del Álamo Urrutia. Debido a la escasez de papel la nueva dirección se ve obligada a subir el precio del diario, pasa a costar cincuenta céntimos, en lugar de los cuarenta que costaba desde 1945.

En 1948 el diario sufre una gran transformación: cambia de sede y se instala en la calle Marqués de Cubas, espacio que habían ocupado *El Liberal* y el *Heraldo de Madrid*; Antonio Valencia es nombrado redactor jefe – tres años más tarde subdirector -. *Marca* sube su precio a 60 céntimos y cambia su fisonomía y su formato. Se imprime en tipografía, dejando el huecograbado para la revista de los martes, en tinta sepia, con la cabecera en negro y algunos titulares en rojo. Cuenta con una rotativa más rápida que le permite aumentar sus ventas en las provincias. Con el Campeonato del Mundo de 1950, dónde España quedó cuarto, el gol de Zarra consigue una tirada de 225.000 ejemplares el 3 de julio.

En 1952 vuelve a cambiar de sede⁵⁰, se traslada al número 14 de la calle Larra que había albergado la sede de *Arriba* y, antes de la guerra, las de *El Sol* y *La Voz*. Durante el año siguiente, con el fin de la restricción del papel⁵¹ y ante la creciente demanda de los lectores, se adquieren dos modernas rotativas que permiten tirar 60.000 ejemplares a la hora. En su cabecera empezó a figurar el subtítulo: *Diario Nacional de los Deportes*.

Marca instituye, entre otros galardones anuales, el Premio Pichichi. Zarra es el primer galardonado como máximo goleador de la liga. Seis años después crea el Trofeo Zamora, destinado al portero menos goleado, que ese año gana Ramallets.

Nemesio Fernández-Cuesta, hermano del fundador y cronista hípico, es nombrado director del diario el 4 de febrero de 1954, cargo que ejerce hasta 1973. Sube el precio, 1 peseta los lunes y el resto de los días pasa a costar entre setenta y ochenta

⁵⁰ Nueve años después cambiaría nuevamente de sede, al edificio que la Prensa del Movimiento levantó cerca de la Plaza de Castilla, en la que se llamó primeramente Avenida del Generalísimo, 142, y más tarde, Paseo de la Castellana, 272.

⁵¹ Aunque en 1952, como consecuencia de las relaciones internacionales y la bondad de las cosechas, se decreta el fin del racionamiento, el papel sigue faltando hasta el año siguiente.

céntimos. Comienza una etapa de normalidad relativa donde *Marca* no para de crecer en tirada y difusión y en precio⁵².

En 1964 *Marca* es adquirido por la empresa Espacio Editorial, rebautizada posteriormente como Recoletos Compañía Editorial. Durante este año, con la Eurocopa, su tirada llega a los 500.000 ejemplares. El número de páginas sigue variando dependiendo del día, en 1968 aumentan de dieciséis páginas a veinte, y los lunes a veinticuatro.

En febrero de 1973, Carmelo Martínez González es nombrado director - lo será 10 años -, con él al cargo llegan otros tiempos, cambia la sociedad española y surge la competencia directa en Madrid, el diario *As*. Las cifras de tirada corroboran la competencia y se produce un descenso: "en 1965 se tiraban 147.111 ejemplares; en 1976, 96.041; en 1979, 92.041; en 1978. 90.694..." (Altabella 1988: 185). En 1977, por su condición de periódico del antiguo Movimiento, fue incorporado en el organismo autónomo Medios de Comunicación Social del Estado (M.C.S.E.), hasta 1984 cuando se extingue este organismo.

El 14 de marzo de 1982 se convocó la primera subasta de *Marca*, con un precio de salida de 674.500.000 pesetas. No se presenta ninguna oferta. A principios del año 1983, con Valentín Martín como director, comenzó una nueva reestructuración de *Marca*, se reduce la plantilla y se cambia la tecnología, se pasa del plomo a las pantallas y al polímero. Los gastos de esta transformación estaban calculados para hacer más óptima otra futura subasta. En 1984 pasa a manos privadas, el 12 de abril del mismo año se celebró la segunda convocatoria de la subasta, pero se rebajó el precio a ciento veinticinco millones de pesetas. Tras 46 años de servicio estatal el título *Marca* se privatiza, fue adjudicado a la sociedad mercantil Espacio Editorial representada por don Eduardo de Mendoza y Roldán.

Tras 13.172 números publicados a lo largo de su historia, editado por Espacio Editorial S. A. y bajo la dirección de Juan Pablo de Villanueva (*Marca*, 17-05-1984: 2) *Marca* comienza su nueva etapa el 16 de mayo de 1984 con un artículo firmado por Juan Kindelán⁵³, costaba 45 pesetas. La redacción se reestructuró de nuevo, porque parte de ellos se pasan a la Administración del Estado. Jesús Ramos se convierte en

⁵² El número extraordinario de los lunes, de dieciséis páginas, cuesta una peseta con veinte céntimos en 1956, llegando a costar el diario dos pesetas en febrero de 1963. En 1979 cuesta 4 duros.

⁵³ Juan Kindelán era Consejero Delegado de Espacio Editorial, S.A. en ese momento.

subdirector, Belarmino Calvo García, Raúl Santidrián López y José Luis Sánchez Izquierdo pasan a ser redactores-jefes. Con Villanueva, *Marca* moderniza los sistemas de distribución y de impresión, desaparecen las máquinas de escribir y la redacción se llena de terminales de ordenador y, tras varias subidas, el ejemplar alcanza el precio de 50 pesetas (Toro, 2008:267).

Juan Pablo de Villanueva Domínguez⁵⁴ (nacido en Madrid el 26 de enero de 1943 y fallecido en Navarra el 3 de noviembre de 2008), fue el séptimo director de *Marca*. Durante años trabajó como periodista en diversos medios de comunicación y, posteriormente, fue realizando funciones directivas a nivel empresarial, hasta crear sus propias empresas⁵⁵. En 1965 ingresó en la redacción *El Alcázar*, donde llegó a ser jefe de sección y secretario del Comité de Edición. En *Nuevo Diario* (1967-1976) (Muñoz, 1999) fue nombrado jefe de página editorial, subdirector (1968) y director (1969), hasta el cambio de empresa de este periódico en noviembre de 1970. En diciembre de este año es nombrado subdirector de la *Agencia Efe* (1970-1972), cargo que desempeñó durante 14 meses. En 1976 dirige *La Actualidad Española* (1976-1977) y es nombrado editor de *Actualidad Económica*, semanario que posteriormente compra con otros periodistas en 1977, dando origen al grupo Punto Editorial S.A. que preside desde su fundación hasta 1991, en que vende su participación. Fue director de *Marca* entre 1984 y 1986. Tras dirigir *Marca*, fue el primer director del diario *Expansión* (1986), y director de *La Gaceta de los Negocios* (1997).

El 2 de febrero de 1986, Jesús Ramos sustituye a Villanueva en la dirección. Junto a Ramos desempeña el cargo de subdirector José Vicente Hernández, procedente de *Diario 16*, y Alejandro Sopena asciende a redactor jefe, puesto que también ocupa desde abril Manuel Saucedo. Bajo la dirección de Ramos *Marca* supera los 300.000 lectores al día y la media de difusión de 1987 se incrementa un 18% respecto al año anterior, iniciando una subida que continua durante todos los años 90. Entre los

⁵⁴ *Marca*, 17-05-1984: 2; 02-02-1986:1, 16-17. *Expansión.com*, 03-11-2008.

⁵⁵ Juan Pablo de Villanueva Domínguez destacó no sólo por su actividad periodística, también en el terreno empresarial. En 1972, junto con otros periodistas, creó Informe Diario S.A., y Multipress S.A., Flash, empresas que presidió hasta 1980. Director de la *Actualidad Española* entre 1976 y 1977. En 1977, con el mismo equipo, crea el grupo Espacio Editorial S.A. (que en 1992 se transforma en el grupo Recoletos), y que presidió desde su fundación hasta 1991, año en que vende su participación. También fue presidente-editor del Grupo Negocios. Hasta su fallecimiento era presidente de la Fundación Diálogos y desde 1993 era presidente de Consejo de administración de Siena, S.A. (Servicios de Información Educativos) (*Marca*, 17-05-1984: 2; 02-02-1986:1, 16-17).

cambios tecnológicos que vive el periódico durante estos años destaca la utilización del procedimiento de impresión *offset* y la introducción del color.

Jesús Ramos García comienza su carrera como reportero en *La Gaceta del Norte*. Ya en Madrid entra en la redacción de *El Alcázar* y, posteriormente, en *ABC*. En 1969, tras el intento fallido de crear un nuevo periódico, *Nivel*, se incorpora a la redacción de deportes de *Nuevo Diario*, donde tiene por director a Juan Pablo de Villanueva. Tras su salida de *Nuevo Diario* ejerce de jefe de información de *La Actualidad Española*. Vuelve a *ABC* como secretario general de redacción. En 1978 lanza con Planeta la revista *Deportes en Acción*, de la que será director técnico y, posteriormente lanza *Telecolor*. En 1979 es nombrado jefe de redacción de *Mundo Cristiano* y en 1980 redactor jefe de *Diario 16*. En 1984 es subdirector de *Marca*, diario que dirige entre 1986 y 1987.

El 3 de septiembre de 1987, Luís Infante es nombrado director de *Marca*, aunque Jesús Ramos García continúa como director adjunto. Durante los diez años que duró la dirección de Luís Infante, *Marca* batirá todos los récords en número de lectores, difusión y tirada, y, como no, en precio. En 1988 se inaugura en noviembre una nueva rotativa en Sevilla, lo que permite imprimir el diario simultáneamente en Madrid y en la capital hispalense (Toro, 2008:279). Un año después supera el medio millón de lectores, y en 1990, con 816.000 lectores al día se convierte en el segundo periódico más leído de España, a pesar de que el precio del ejemplar sigue subiendo, cuesta 75 pesetas.

En 1992 Espacio Editorial S.A. se fusiona con otras editoras y se transforma en el grupo Recoletos. *Marca* supera el millón de lectores, lo que le convierte en el periódico más leído de España a finales de año, a pesar de que su precio sube de 80 a 90 pesetas.

Luís Infante comenzó su trabajo como redactor jefe de *Gaceta Universitaria* y se formó como periodista en diarios como *El Alcázar* y *Nuevo Diario*. Fue redactor jefe de la revista de información general *La Actualidad Española*, director de varias publicaciones especializadas (*Mundo Joven*, *Casa Viva*, etc.) y responsable de la renovación tecnológica y relacional de diarios regionales: *Sol de España*, *Diario de León*, *Diario Regional de Valladolid* y *El Noticiero de Zaragoza*. Tras la dirección del diario *Marca*, ocupó el puesto editor y continuó en el puesto de consejero director de Ediciones Recoletos. En el año 2008, junto con Juan Kindelán, Alejandro Kindelán, José Manuel Rodrigo, Alex Sopena e Ignacio Moreno (algunos de los antiguos promotores,

accionistas y directivos de Recoletos) lanza *Dixired* un nuevo grupo de comunicación en Internet (*Marca*, 17-09-1987: 3-4).

Durante su dirección *Marca* recibe dos premios: la Placa de Oro de la Real Orden del Mérito Deportivo (1995), concedida por el Ministerio de Educación y Ciencia, y el LFP de Oro al mejor medio de comunicación escrito relacionado con el deporte, concedido por la Liga de Fútbol Profesional. En 1997, cuando Luís Infante deja la dirección de *Marca*, el diario tiene más de dos millones y medio de lectores. Es el diario más leído de España, condición que aún ostenta. Salen a la luz diferentes ediciones regionales y el color se introduce en todas sus páginas.

El 3 de septiembre de 1997 le sustituye Manuel Saucedo, iniciando la primera de sus dos etapas como director de la publicación. Le acompañan José Vicente Hernández y Amalio Moratalla, como subdirectores, y Alejandro Sopeña, como redactor jefe. Durante esta primera etapa, que dura cuatro años, *Marca* sigue siendo el diario más vendido, con 2.300.000 lectores y una media de 403.000 periódicos en el control de OJD del año 2000.

Manuel Saucedo⁵⁶ llegó a *Marca* con 19 años. Desde los quince años había trabajado en *Radio Granada*, en *Patria* y en *Hoja del Lunes* en Granada, y en 1977, a los dos meses de llegar a Madrid a estudiar la carrera de periodismo, se incorpora a su redacción. En 1980 se hizo cargo de la sección de baloncesto. En abril de 1986 fue nombrado redactor jefe, y en el año 1993 director adjunto. Siempre ha trabajado vinculado al periódico y al grupo. En el año 2001 deja la dirección de *Marca* y es nombrado director General del Área de Deportes del Grupo Recoletos (2001-2005), desde donde desarrolló el entorno multimedia de *Marca* (*Marca.com*, *Radio Marca*, *Last Lap*, *Golf Digest*, *Marca Motor*, *NBA*, *Marca TV*, *Fórmula Marca* y *Guías Marca*).

El 14 de noviembre del 2001 Elías Israel⁵⁷ es nombrado nuevo director de *Marca*, le acompaña Juan José Díaz como nuevo subdirector. Durante los últimos años el diario *Marca* había perdido casi medio millón de lectores. Durante el mandato de Israel los recupera y *Marca* vuelve a batir su propio record 2.619.000 lectores al día en el año 2004, según datos del EGM.

⁵⁶ *Marca*, 05-09-1997: 24-25.

⁵⁷ *Marca*, 14-11-2001: 46-47.

Elías Israel Garzón nació el 2 de enero en Madrid. Licenciado en Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid en febrero de 1992. Se incorporó a *Marca* el 1 de mayo de 1991, después de unas prácticas en *RNE* en Valencia y en la revista *TP*. Desde diciembre de 1998 era redactor jefe del diario y desde diciembre de 1999 se había hecho cargo de la página Web de *Marca*, pasando de los 14 millones de páginas vistas a los 60 millones, en seis meses. Director de *Marca* hasta enero del 2005, decide seguir su carrera fuera del Grupo. Desde el 2007 es editor de *Sportyou.es*. Actualmente, colabora en "Punto Pelota" de *Intereconomía TV*, en "La Futbolera" de *Radio Marca*, es columnista en *Público* y en diversas publicaciones del Grupo Zeta. Asesora a diferentes grupos de comunicación en Internet y Wireless.

Manuel Saucedo vuelve a la dirección del diario el 10 de enero de 2005, son tiempos duros, de recesión donde el diario pierde lectores, tendencia que continua durante dos años. En esta ocasión Amalio Moratalla, le acompañará como director adjunto y como subdirectores Francisco García Caridad, que seguirá siendo director de *Radio Marca*, y Rafael Alique, que seguirá siendo director de *Marca.com*. Saucedo deja la dirección del diario y el 14 de noviembre de 2007 es nombrado Director General de Comunicación del Grupo Recoletos, ahora Unidad Editorial, donde todavía permanece.

Alejandro Sopena⁵⁸ sustituye a Saucedo el 23 de marzo de 2006. Sólo estará un año como director. Con él se cierra una etapa de inestabilidad donde *Marca* perdía lectores, aunque no más que otros medios.

En el año 2007 el Grupo Recoletos, propietario de la cabecera desde 1992, era adquirido por Unedisa al precio de 1.1000 millones de euros. Se crea entonces Unidad Editorial y al frente del periódico se situaba Eduardo Inda, el 3 de julio de 2007. *Marca* experimenta en sus páginas grandes cambios, no sólo en el diseño también en la línea editorial del periódico, con un punto sensacionalista y nuevas firmas. En este año el EGM coloca al diario *Marca* en el primer puesto absoluto no sólo de la prensa deportiva, sino también de la generalista.

Eduardo Inda ocupa la dirección durante cuatro años, donde *Marca* vuelve a batir récords en número de lectores, 2.888.000 en el año 2010, vendiendo un promedio de 260.000 ejemplares diarios, 76.000 más que *As*, su inmediato seguidor.

⁵⁸ *Marca*, 04-07-2007: 46-47.

Eduardo Inda nace en Pamplona en 1968. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra, empezó su trabajo en *Antena 3 Radio*. De ahí pasaría al diario *ABC*. En 1994, se incorpora a la redacción del diario *El Mundo*, donde fue nombrado director de la edición de *El Mundo* para las Islas Baleares en el año 2002. Tras dejar la dirección de *Marca* en marzo de 2011, continúa en el Grupo Unidad Editorial como Director General del canal de televisión *Veo7* (*Marca*, 04-07-2007: 46-47).

En la actualidad, desde marzo del 2011, Óscar Campillo es el director de *Marca*. Campillo, nace el 14 de mayo de 1961 en un pueblo de León (La Mata de la Riba). Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense, en 1984 comenzó a trabajar en el *Diario de León*. En marzo de 1986 se incorpora a la redacción de un nuevo periódico, *La Crónica de León*, donde llega a ser director desde marzo de 1987 hasta noviembre de 1998. En ese periodo simultaneó un año y medio la dirección del *Diario 16* de Burgos y la dirección general de *La Crónica*. En noviembre de 1998 se hizo cargo de la dirección de *El Mundo* en Castilla y León, con las ediciones regional y de Valladolid y las sucesivamente abiertas en León, Burgos y Soria. El 9 de marzo de 2009 comienza la emisión de los dos canales de *Radio Televisión de Castilla y León*, la televisión autonómica de esa Comunidad, de titularidad privada, a la que se había incorporado algunas semanas antes como director general (*El Mundo.es*, 21-03-2011).

En la actualidad *Marca* es líder en ventas y el más leído, 2.888.000 lectores en el último control de EGM, lo que representa un récord histórico en la prensa española. Se ha desarrollado a través de todos los soportes con una Web también líder, *Radio Marca* y, desde agosto de 2010, *Marca TV*. Óscar Campillo es su director junto a Santi Seguro, adjunto al director, y los directores adjuntos Francisco Justicia, - para la versión impresa - Miguel Ángel Turci, director de la versión digital, y Paco García Caridad, director de *Radio Marca*.

Tabla 2.- Directores del diario *Marca* (1938-2012)

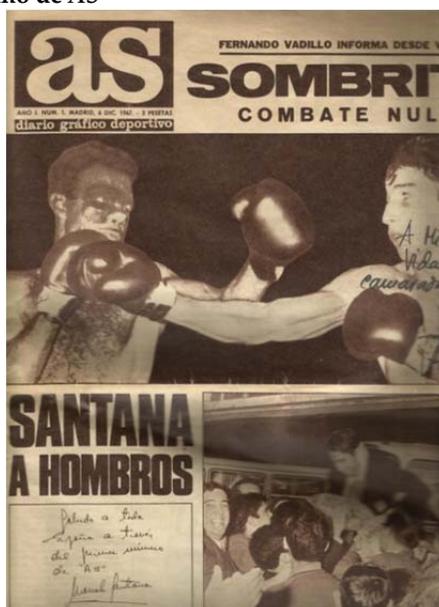
Nombres	Fecha de nombramiento	Fecha de salida
Manuel Fernández Cuesta	21-12-1938	05-10-1945
Ibrahim Malcervelli	08-10-1945	Enero de 1946
Manuel Casanova	Enero 1946	02-03-1947
Lucio del Álamo	02-03-1947	04-02-1954
Nemesio Fernández Cuesta	04-02-1954	02-02-1973
Carmelo Martínez	02-02-1973	08-04-1983
Valentín Martín	08-04-1983	14-05-1984
Juan Pablo Villanueva	16-05-1984	02-02-1986
Jesús Ramos	02-02-1986	03-09-1987
Luis Infante	03-09-1987	03-09-1997
Manuel Saucedo	03-09-1997	14-11-2001
Elías Israel	14-11-2001	10-01-2005
Manuel Saucedo	10-01-2005	23-03-2006
Alejandro Sopena	23-03-2006	03-07-2007
Eduardo Inda	03-07-2007	Marzo 2011
Oscar Campillo	Marzo 2011	...

Fuente: *Marca*

Elaboración propia

3.1.6. AS

Figura 6.- Portada del número uno de AS



El número uno de *As*⁵⁹ apareció en los quioscos el 6 de diciembre de 1967 con una tirada de 60.000 ejemplares. Apostó por el fútbol desde el principio, sin descuidar otras secciones como baloncesto, motor, boxeo, atletismo o tenis. Fundado por Luis Montiel Balanzat (1884 - 1976)⁶⁰, nace con carácter diario para competir con *Marca* a nivel nacional.

Luis Montiel también fundó la revista *Estampa* (1928-1938) - de la que fue director - y del periódico *Ahora*, que comenzó a publicar a finales de 1930. Además del diario *As* en 1967, creó en 1971 el semanario *As-Color*. La familia Montiel, el grupo *Semana*, continuó con estos medios hasta 1996, que fueron comprados por PRISA.

El primer director de *As* fue Luis González de Linares. Nació el 21 de octubre de 1904 en Madrid, donde inició en 1929 su carrera periodística en el semanario *Estampa*, en el que estuvo cinco años. Durante este periodo fue también redactor del diario *Ahora* desde su creación. En 1934 pasó a desempeñar el cargo de redactor jefe de *Crónica*, y al año siguiente fue nombrado director de *Mundo Gráfico*, puesto que ocupó hasta la Guerra Civil. Al finalizar la Guerra participó en la creación del diario *Madrid*, ocupando el cargo de redactor-jefe, y en 1945 se trasladó a París, donde se encargó de la corresponsalía política del mismo y de otros periódicos españoles hasta 1955 (*El País*, 12-11-1997).

En 1966 fue nombrado director de la revista *Semana*, publicación de la misma empresa donde comenzó su carrera profesional. En 1967 contribuyó a la creación del diario deportivo *As*, y cuatro años más tarde, a la de *As-Color*, asumiendo la dirección de las tres publicaciones. Entre 1968-1979 fue, además, director de la *Agencia de Reportajes Internacionales*. Luis González de Linares se jubiló en junio de 1992 y fue sustituido al frente de *Semana* por Julián Navarro López, aunque siguió escribiendo en la revista su columna titulada "Tiempo presente". Muere el 11 de noviembre de 1997.

La primera redacción, bajo la dirección de González de Linares, estaba formada con casi la totalidad de la sección de deportes del desaparecido diario *Informaciones* y cuatro jóvenes estudiantes de periodismo: Julián Martínez, Eduardo Azpilicueta, Antonio Uroz y José Vicente Hernández (*As*, 07-12-2007:14).

⁵⁹ El diario *As* se creó tomando el nombre de una anterior publicación, el *Semanario Gráfico As* que se editó desde 1932 hasta 1936.

⁶⁰ Luis Montiel Balanzat pertenece a la familia de editores Montiel, propietario de la sociedad editora *Semana S.L.* desde 1964.

Durante la década de los años setenta, *As* superó en ventas a *Marca*, su principal competidor en lo que a prensa deportiva madrileña se refiere. De hecho, de 1973 – con 167.000 lectores al día - a 1975 – 331.000 lectores día -, *As* fue el diario de mayor difusión superando incluso a *ABC* y *Pueblo*.

En 1981 Rafael Gómez Redondo, Rienzi, es nombrado director del diario, le acompaña Manuel Sarmiento Birba como subdirector. Rienzi nacido en Madrid el 14 de julio de 1929, era hijo de un prestigioso periodista, y adoptó el pseudónimo que había popularizado su padre, inspirado en el nombre de una ópera de Wagner ("Rienzi, el último de los tribunos"). Titulado en la primera promoción de la Escuela Oficial de Periodismo, cursó estudios de Filosofía y Letras antes de hacerse cargo de la sección de deportes del diario *Madrid*, donde comenzó su carrera. En 1965 lo nombran jefe de deportes del diario madrileño *Informaciones*, y junto con otros compañeros funda el diario *As* en 1967, ocupando el puesto de redactor jefe. En 1975 lo nombran subdirector del periódico y seis años después director (*As.com*, 09-02-2011)⁶¹. Durante 25 años trabajó en este diario.

As mantuvo el liderato entre los diarios deportivos hasta que en 1988 con 389.000 lectores al día fue superado por su competidor *Marca*, con 23.000 lectores más, convirtiéndose en el segundo diario deportivo más vendido en España, puesto que mantiene hoy en día. En los años 90, *As* se convirtió en el primer diario con todas sus páginas a color.

En 1993, Rienzi fue sucedido en la dirección de *As* por Julián García Candau, pasando a ser editor del periódico hasta su retirada definitiva en 1996. García Candau nació en Villareal (Castelló). Antes de dirigir el diario *As* (1993-1996), fue jefe de deportes de *Ya*; jefe de deportes, redactor jefe y cronista parlamentario de *El País*; director de deportes de *Televisión Española*; director de deportes de la *Agencia EFE*. En la actualidad es colaborador de *La Razón* y *Levante*.

Tras unos años con pérdidas, el Grupo Semana pone a la venta varias publicaciones entre las que se incluye *As*. En el verano de 1996 el Grupo PRISA adquirió el 75% del Diario *AS*, SL, sociedad editora del periódico deportivo *As*, el 12 de julio. La nueva empresa mantendría el mismo equipo de trabajadores a las órdenes

⁶¹ *As* [en línea]. "Adiós a Rienzi, director de *AS* de 1981 a 1993". 09 de febrero de 2011. http://www.as.com/mas-deporte/articulo/adios-rienzi-director-as-1981/20110209dasdaimas_3/Tes [consulta: 12 de octubre de 2012].

del Grupo de la familia Montiel, salvo en los cargos directivos en los que el director Julián García Candau da paso a Alfredo Relaño, su actual director.

Cuando Alfredo Relaño comienza como director, el diario *As* había retrocedido en número de lectores diarios, no lograba superar la cifra de 600.000 que había alcanzado en 1990. En 1997, *As* vendía 123.447 ejemplares diarios, lo que le colocaba en tercer lugar entre la prensa deportiva, muy lejos del *Marca* (458.441), entonces perteneciente al Grupo Recoletos, y muy cerca del segundo, *Sport* (131.140), entonces del Grupo Zeta. En estos años sufre una reconversión técnica y de personal. A partir del año 2000 inicia una recuperación y en el año 2005 supera el millón de lectores al día, llegando a ofrecer sus mejores datos en el año 2010, con 1.395.000 de lectores al día.

Alfredo Relaño⁶² se licenció en periodismo por la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid. Empezó trabajando en el diario *Marca*, al tiempo que ejercía de corresponsal del *Mundo Deportivo* en Madrid. En 1976 se incorpora en la redacción fundacional de *El País*, donde llegó a ser redactor jefe de Madrid. En 1987 cuando PRISA adquiere la cadena *SER* le nombra redactor jefe de deportes. Lo mismo ocurre en 1990, cuando PRISA vuelve a confiar en Relaño para la puesta en marcha de la redacción de deportes de *Canal +*, la cual dirige. En 1996, PRISA adquiere la mayoría del diario *As* y vuelve a confiar en él, nombrándole director.

En la actualidad sigue centrándose en el fútbol dando especial cobertura a los equipos madrileños de mayor tradición Real Madrid y Atlético de Madrid, pero también informa sobre otras disciplinas deportivas. Luis Nieto Tortuero, subdirector del periódico es director de *As.com* desde octubre del 2012.

Tabla 3.- Directores del diario *As* (1967-2012)

Nombres	Fecha de nombramiento	Fecha de salida
Luis González de Linares	06-12-1967	30-04-1981
Rafael Gómez Redondo (Rienzi)	30-04-1981	1993
Julián García Candau	1993	1996
Alfredo Relaño	1996	...

Fuente: *As*

Elaboración propia

⁶² <http://www.casadellibro.com>

3.1.7. SPORT

Figura 7.- Portada del número uno de *Sport*



El diario *Sport* apareció en los quioscos el 3 de noviembre de 1979. Fundado por Josep María Casanovas (Grupo Mundo) y editado en Barcelona, “aparece con una importante innovación tecnológica, se trataba del primer diario español con paginación a color, y en un formato inusual que ha conservado y ha marcado su personalidad” (Alcoba, 1999: 72).

En 1979 se editaban en Barcelona una revista deportiva, *Top Barça*⁶³, y tres diarios deportivos: *Mundo Deportivo*, *Dicen* y *424*. La salida al mercado del diario *Sport* condujo a la desaparición del *424* en 1980 y, a la larga, en 1985, de *Dicen*. Además, diez años después de su salida llega a superar en número de lectores⁶⁴ al diario *Mundo Deportivo*, su directo competidor en la actualidad.

Antonio Filloy fue su director desde su fundación hasta 1981. Licenciado en Ciencias de la Información en la Universidad Autónoma de Barcelona, pasa de redactor jefe del diario deportivo *Dicen*, desde 1968, a director fundador del diario

⁶³ La revista *Top Barça*, editada en Barcelona por Josep María Casanovas y Antonio Hernández, es el germen del diario *Sport*, además de su editor, la gran mayoría de la primera redacción y parte de la línea editorial del mismo se gestó en dicha revista (Prats, en *Sport 25 años*, 2004: 12)

⁶⁴ Según datos del EGM el diario *Sport* supera en 20.000 lectores al diario *El Mundo Deportivo* por primera vez en 1989, en el año 2010 la diferencia entre ambos es de 79.000 lectores. El diario deportivo *Sport* lidera el mercado de la prensa deportiva catalana y ocupa el tercer puesto a nivel nacional, por detrás de *Marca* y *As*.

Sport. Tras su paso por *Sport*, vuelve al diario *Dicen* (1981-1983), esta vez como director. Aunque en 1983 regresaría a *Sport* para desempeñar el cargo de coordinador general. En 1988 es subdirector diario información general *El Día Catalunya* y dirige la revista *Barcelona Olímpica*. Entre 1988 y 1993 fue miembro del comité organizador de los Juegos Olímpicos de Barcelona'92, donde participó como redactor jefe y adjunto de prensa de Barcelona'92 desde 1989; estuvo en Forum Universal Culturas Barcelona (2002– 2004); en 22@Barcelona (2005– 2009); como Press Manager de 22@Network (2007–2011); en la actualidad, desde 1993, es director del gabinete de comunicación y RRPP Filloy Consultors. Comunicación Integral.

Desde el primer momento *Sport* marcó una línea editorial barcelonista y junto a la información siempre había opinión. En un formato pequeño, fue el primer diario deportivo que apostó por el impacto visual de las fotografías a color y también el primero en salir todos los días de la semana en color (Prats, en *Sport 25 años*, 2004: 14-16).

En 1981 es nombrado director Alfredo Rueda Morellano, quien mantuvo la línea editorial del diario, marcada desde sus inicios, durante seis años. Rueda inició su carrera en 1948, fue uno de los fundadores del semanario *Olimpia* y trabajó en *Solidaridad Nacional*. Colaboró también en *Marca*, *Radio Barcelona* y *Radio Nacional*. En el año 1983 escribió la Historia del Barcelona. Retirado del periodismo, colaboró con la Federación Catalana de Boxeo amateur y realizó diversas tareas relacionadas con varios deportes. Falleció el 24 de abril de 1995 (*El País*, 26-04-1995).

Con la jubilación de Alfredo Rueda, en 1987, Josep María Casanovas se pone al mando del diario como editor (todavía hoy cumple esta función), no existe el puesto de director como tal, y trabaja junto directores adjuntos, entre otros Josep Prats (desde 1990) y Miguel Rico.

En 1992 el diario *Sport* vive una de sus decisiones más importantes al entrar a formar parte del Grupo Zeta, lo que le supondría un impulso en su crecimiento en difusión pero, como aseguró desde el primer momento su director Antonio Asensio, en ningún momento supone un cambio en el personal ni en la línea editorial del periódico. El mayor cambio que introducen es incluir en las páginas centrales un cuadernillo, a modo de revista, con reportajes, entrevistas, infografías y fotos.

En 1993, ya como parte del Grupo Zeta, estrena el 29 de junio nuevas instalaciones, en lo que hasta ese momento había sido un antiguo almacén de víveres.

La redacción se establecía de forma funcional adecuada a sus necesidades y con una red de ordenadores Macintosh con sistema de autoedición (Alcoba, 1999: 72). Sólo dos años después de entrar en Grupo Zeta, superaban por primera vez la cifra de los 100.000 ejemplares. En 1996 introducen el sistema de multi-impresión, comenzando en Vigo, y continuando con Burgos, Madrid, Zaragoza, Plasencia, Alicante, Córdoba y Las Palmas (Prats, en *Sport 25 años*, 2004: 14-16). Esto supuso un incremento de casi 30.000 ejemplares en un solo año. Veinte años después de su primer número el diario *Sport* se reinventa con un nuevo formato más grande, más color y un diseño nuevo⁶⁵.

El 23 de septiembre de 2003, Josep Prats es nombrado director. Prats comenzó su trayectoria profesional en *Diari de Barcelona*, en *La Hoja del Lunes* y en *Dicen*, al que retornó como director en los años ochenta por poco tiempo. En 1979 se incorporó al equipo fundacional de *Sport* y desde 1990 ocupaba el puesto de director adjunto. Junto a Josep Prats como director, Joan M^a Batlle, Lluís Mascaró y Miguel Rico asumen la dirección adjunta.

El 5 de octubre de 2007 fue designado por la empresa editora del diario deportivo barcelonés como nuevo director Joan Vehils (Barcelona, 1965). Vinculado al Grupo Zeta desde 1992, cuando se incorporó como redactor jefe de Deportes de la delegación de *Antena 3TV* en Barcelona. En 1998 fue nombrado director de relaciones externas del diario deportivo *Sport*, cargo que compaginó en el 2000 con la dirección de la productora audiovisual *Radio Sport Catalunya* y con la dirección de Marketing y Comunicación de la Unidad Audiovisual del Grupo Zeta que encabezaba Rafael Nadal, actual director de *El Periódico*, y, desde el 2006, con la dirección de comunicación de *El Periódico de Cataluña*.

En la actualidad Josep M^a Casanovas continúa en el periódico como consejero editorial. A Joan Vehils le acompañan como directores adjuntos Joan M^a Batlle y Lluís Mascaró, y como subdirector Albert Masnou.

⁶⁵ La empresa Casas y Associats S.A., una compañía de consultoría periodística, fue la encargada de rediseñar el diario.

Tabla 4.- Directores del diario *Sport* (1979-2012)

Nombres	Fecha de nombramiento	Fecha de salida
Antonio Filloy	1978	1981
Alfredo Rueda Morellano	1981	1987
Josep M ^a Casanovas	1987	2003
Josep Prats	2003	2007
Joan Vehils	2007	...

Fuente: As

Elaboración propia

3.1.8. PRENSA DEPORTIVA REGIONAL DEL SIGLO XXI

El panorama actual de la prensa deportiva diaria en España está presidido por cuatro cabeceras: *Marca*, *As*, *Sport* y *Mundo Deportivo*. Pero no hay que olvidar que existen otros periódicos especializados en el tema, aunque no estrictamente diarios, como: *DxT.Deporte Campeón*, *Super Deporte*, *Depor Sport*, *ESTADIO Deportivo*, *El 9 Esportiu de Catalunya* o el, ya desaparecido, *Diario Equipo* (1993-2009).

El diario *dxt, Deporte Campeón*, subtítulo "Primer Diario Deportivo de Galicia", es un periódico deportivo gallego, fundado por Ángel Hervada y Bieito Rubido. El primer número salió a la calle el 19 de diciembre de 1995, con 15.000 ejemplares y al precio de 110 pesetas. Desde su salida y hasta 1999 estaba dirigido por Cesar Casal. Juan Carlos Boga Sánchez sustituye a Casal como director y permanece en el puesto hasta el año 2009.

En la actualidad lo dirige Andrés Ríos, desde el año 2009, y forma parte del Grupo Editorial *La Capital*. Se centra en el deporte de la comarca coruñesa y, por extensión, de toda la provincia, aunque desde sus inicios ha intentado convertirse en el diario deportivo de toda Galicia. A lo largo de los años su cabecera ha variado, comenzó llamándose *Dxt Deporte*, luego *DxT, campeón* y en la actualidad *Deporte Campeón*.

El diario *Super Deporte*, fundado en 1993 es editado por el grupo Editorial Prensa Ibérica. Dirigido por Joan Carles Martí, desde su salida, le acompañan Julián Montoro, como subdirector, y Carlos Bosch, como redactor jefe. Es un diario deportivo de la Comunidad Valenciana que se centra en la actualidad deportiva de dicha comunidad,

principalmente en el fútbol⁶⁶, con información sobre equipos como el Valencia CF o el Villarreal CF, y, en un segundo plano, trata la actualidad de los equipos de baloncesto de la Comunidad Valenciana⁶⁷. Cuesta 1 euro.

Super Deporte es el único periódico de tirada regional deportivo del que se conocen los datos de tirada y difusión del OJD. En 1994, tras un año publicándose, se sitúa en 8.143 ejemplares de difusión. Al año siguiente supera los 10.000, cifra en la que se mantiene hasta el año 2009 donde desciende a los 9.442, y situándose en el 2010 en 8.492 ejemplares de difusión, con 13.729 de tirada.

Tabla 5.- Datos de tirada y difusión del diario Super Deporte

AÑO	Tirada	Difusión
1995	11421	8143
1996	16245	12149
1997	16447	11582
1998	17344	11919
1999	18925	12408
2000	18694	12374
2001	20326	13746
2002	19573	12813
2003	18301	11073
2004	18262	11747
2005	16423	10454
2006	16850	10787
2007	18028	10805
2008	17527	10561
2009	15400	9442
2010	13729	8492

Fuente: OJD, acumulados 1995-2010

Elaboración propia

El diario *ESTADIO Deportivo*⁶⁸, fundado en 1995 como publicación semanal, se convierte en diario el 28 de agosto de 1996. A partir de esa fecha los directores que han desarrollado su labor (durante al menos un año) han sido Manuel Vicente Navas

⁶⁶ También cubre la actualidad de clubes como el Levante UD, Hercules CF o Elche CF entre otros. Aunque también incluye en sus páginas información de varios equipos a nivel nacional e incluso internacional.

⁶⁷ Equipos de baloncesto como Valencia Basket Club, Ros Casares Valencia y CB Lucentum Alicante y también equipos de rugby como el CAU Rugby Valencia y CR La Vila.

⁶⁸ La información del diario *ESTADIO Deportivo* ha sido facilitada por la dirección y contrastada en sus ediciones impresa y digital (<http://www.estadiodeportivo.com/ed.php>).

(1996), José David Martín Laínez⁶⁹ (1998), Bosco Martín Algarra (2003) y Joaquín Adorna León⁷⁰ (2008 hasta la actualidad). A parte de Martín Laínez y Joaquín Adorna, los otros redactores jefe han sido José Manuel Díez y Antonio José Medina, quien ostenta el cargo en la actualidad. El Director Gerente es Francisco J. García Moreno.

ESTADIO es el primer y único diario deportivo de Andalucía. Entre sus señas de identidad -además del tratamiento pormenorizado de la actualidad de los dos equipos sevillanos de fútbol, Sevilla F.C. y Real Betis Balompié- está el espacio que le dedica al fútbol base y al polideportivo local. Obviamente, también tiene cabida el fútbol nacional e internacional; así como el Polideportivo nacional e internacional. Además, realizan otras publicaciones especiales⁷¹, así como la realización de coberturas importantes a todos los eventos deportivos que se han producido en estos 16 años en su zona de influencia, que, además de Sevilla, son Cádiz, Huelva (donde desde el 1 de julio de 2010 tiene una edición para cada provincia) y Córdoba.

En la actualidad *ESTADIO* Deportivo publica una media de 32 páginas semanales sobre fútbol base de categorías inferiores y otras 14 sobre fútbol modesto. En cuanto a los eventos que han tenido una cobertura especial (mínimo dos páginas diarias durante la competición) durante este siglo se pueden nombrar el Andalucía Tennis Experience, el triatlón Desafío Doñana, Ishares Cup de Almería de vela, Andalucía Valderrama Masters de Golf, el Iberoamericano de Atletismo de San Fernando, el Mundial de Bádminton o la Peace Cup de fútbol.

Veinticinco personas formaban la plantilla fundacional del periódico (el máximo ha sido cincuenta y ocho) y en 2012 trabajan cuarenta y dos. Estos son algunos de los periodistas que han escrito durante estos tres lustros en *ESTADIO*: Rosa Llacer, Javier Delgado (actual jefe de prensa del equipo español de Copa Davis), Óscar Murillo, Carlos J. Martín (en el servicio de prensa del rectorado de la Universidad de Sevilla), Sebastián Canelo, Manuel G^a Agüero (jefe de prensa, entre otros, de Blanca Manchón y

⁶⁹ En la actualidad trabaja como redactor en deportes y cierre del diario *ABC Sevilla*.

⁷⁰ Joaquín Adorna León inició su carrera como periodista en A3 Radio octubre de 1990. En 1993 trabajó en *ABC* y la *Agencia EFE*. Entre 1994 y 2002 trabajó en *Antena 3 TV* como responsable de Deportes en Andalucía, cadena para la que cubrió como corresponsal el Mundial de Corea y Japón 2002. En el año 2003 trabaja en *Canal Sur TV*, en la productora Medina Medina, editoria del programa 'El Pelotazo'. Desde el año 2004 entra a formar parte de la redacción de *ESTADIO Deportivo*, primero como redactor jefe y desde 2008 como director editorial.

⁷¹ Entre las publicaciones especiales destacan la Guía de Federaciones, la Biblioteca del Deporte Provincial, Memorias del Deporte Andaluz, Especial Miniestadio y Especial Liga.

los clubes Náutico y Dos Hermanas de waterpolo), Miguel Ángel Chazarri, José Antonio Rosa (ahora en Canal Sur), José Luis Rojas (prensa de la Consejería de Cultura y Deportes), Javier Blázquez (en Deporte Andaluz junto con José Ignacio Soria), Lucas Haurie o Baldomero Torres entre otros.

En 1999 el diario estaba participado en un 85% por Recoletos y un 15% por el Grupo Prensa Ibérica y sólo se distribuía en Sevilla y su provincia. En el año 2007 entra a formar parte del grupo Unidad Editorial y desde el 11 de enero de 2010 se vende de manera conjunta con *El Mundo*, lo que produce una espectacular subida de la tirada con una media anual de 40.000 ejemplares en el 2012 (tabla 5).

Depor Sport sale a la luz el 23 de enero de 2005, un proyecto fraguado conjuntamente por el Real Club Deportivo y el Grupo Zeta⁷². Lo novedoso del diario es ser el primer periódico diario editado por un club de fútbol español. Desde su inicio ha tenido dos directores, Xaime Calviño, que permanece en el cargo hasta junio de 2007, cuando le sustituye en el puesto Carlos Voto, su actual director, redactor jefe desde su inicio.

El 9 Esportiu salió a los quioscos el 2 de enero del 2002 al precio de 0,50€, con una tirada inicial de unos 70.000 ejemplares, además de los visitantes de la Web (<http://www.el9.com>). La cabecera editada por Comit (Coordinadora de Medios SL), formada también por las empresas que editan los periódicos locales *Diario de Andorra*, *El 9 Nou*, *El Punt*, *El 3 de Vuit*, *Región 7*, *Segre* y *La Hora del Garraf*.

Desde el 2002 lo dirigía Jordi Grau, hasta ese momento había sido subdirector del grupo de *El Punt*. La directiva la completaban Jordi Camps y Pep Riera, como directores adjuntos y David Colomer como redactor jefe. *El 9* es el único diario impreso deportivo escrito íntegramente en catalán. En noviembre de 2003 empezaron a publicar tres ediciones territoriales diferenciadas. En la actualidad lo edita CECM SL. y lo dirigen Ferran Espada y Jordi Camps, a quién acompañan como directores adjuntos: Ferran Correas, Jordi Danés, Toni Romero, Luis Simón y Joan Martí.

⁷² *Depor Sport*, 23-01-2009: 12.

Figura 8.- Diarios regionales de principios del siglo XXI en España



Portada del número uno de *Dxt Deportivo* (19 de diciembre, 1995)



Portada de *Super Deportivo* (31 de diciembre 2007)



Portada de *ESTADIO deportivo* (12 de noviembre de 1997)



Portada de *Depor Sport* (12 de mayo de 2012)



Portada de *El 9 Esportiu* (24 de mayo de 2012)

3.2. LA PRENSA DEPORTIVA EN LA ACTUALIDAD. DATOS DE AUDIENCIA, DIFUSIÓN Y TIRADA

Según datos del EGM⁷³ los diarios deportivos van a contracorriente con respecto al resto de la prensa. Los cuatro diarios principales: *Marca*, *As*, *Sport* y *Mundo Deportivo* han ganado lectores en los últimos años.

La tendencia ascendente del total del número de lectores al día de los diarios deportivos que venía registrando desde 2001, se frena en el año 2004 con 4.043.000 lectores, se produce un descenso en el número de lectores en los dos años siguientes, 3.958.000 en el año 2005 y 3.880.000 en el año 2006. A partir del año 2007 la tendencia ha ido en aumento, con 3.957.000 lectores, y esta tendencia continua hasta hoy. Para el período comprendido entre febrero y noviembre de 2010, la cifra total de lectores de diarios deportivos españoles ascendió a los 4.576.000 lectores al día y en el año 2011 a 4.730.000.

Durante la primera década del siglo XXI, en el marco comparativo de estudio al conjunto de cabeceras de edición diaria en España, es decir, considerando tanto deportivas como de información general, dentro de un marco competitivo natural, *Marca* es el diario más leído por encima de los generalistas (tabla 6).

Siete de los ocho diarios más leídos en el año 2010 durante la primera década del siglo XXI han ganado lectores al comparar el año 2000 con el año 2010. La mayor subida la ha protagonizado *As* con 770.000 lectores más, le sigue *Marca* con un aumento de 632.000 lectores, *El País* con 477.000, *Sport* con 346.000, *El Mundo* con 286.000, *Mundo Deportivo* con 196.000 y *La Vanguardia* con 134.000. Únicamente, *El Periódico de Catalunya*, ha perdido en este período 61.000 lectores al día.

En el año 2008 los diarios generalistas comienzan a perder lectores, una tendencia que se mantiene hasta hoy, sin embargo los deportivos continúan ganando audiencia.

⁷³ El EGM, elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) desde 1968, es un estudio multimedia que analiza el comportamiento de la población respecto a los distintos medios. En concreto, utilizamos los datos que aporta sobre el número de lectores al día, teniendo en cuenta que se refieren a la población española de 14 o más años de edad. Se utilizan como años de referencia las fechas analizadas en el estudio longitudinal 1979-2010.

Tabla 6.- Lectores de la prensa en España (2010-2003)

AÑOS	Marca	El País	As	El Mundo	La Vanguardia	El Periódico de Catalunya	Sport	Mundo Deportivo
2000	2256	1447	625	996	623	839	391	462
2001	2087	1511	686	948	615	767	414	429
2002	2255	1603	747	1075	629	764	447	459
2003	2475	1941	845	1169	653	831	490	506
2004	2619	2155	939	1314	800	884	625	599
2005	2511	2048	1018	1342	649	854	568	644
2006	2391	2058	990	1338	697	789	567	558
2007	2379	2234	1170	1398	712	793	625	576
2008	2597	2218	1266	1348	695	808	564	588
2009	2800	2081	1306	1309	731	749	690	646
2010	2888	1924	1395	1282	757	778	737	658

Lectores/día habituales mayores de 14 años. Cifras expresadas en miles de individuos

Fuente: AIMC, EGM, acumulados anuales 2000 -2010

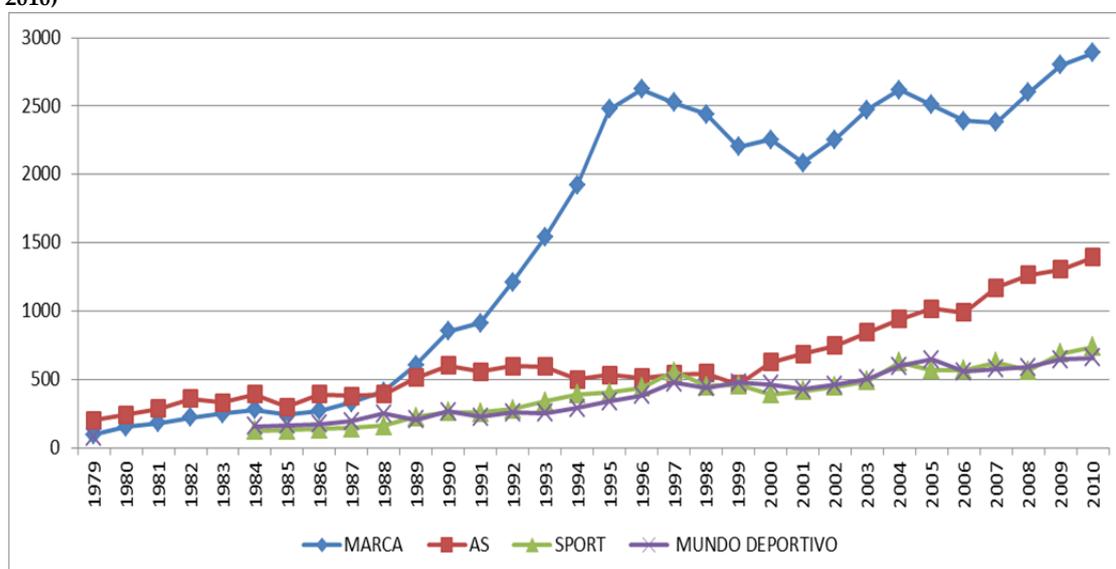
Elaboración propia

En el año 2010, *Marca*, una vez más, es el diario más leído por encima de los generalistas, con una ventaja de 964.000 lectores. *As*, que en el año 2000 ocupaba el sexto puesto de lectores, ocupa la tercera posición en el 2010. *Sport* ha pasado de la undécima posición a la octava, por delante de *Mundo Deportivo* desde el 2009, que ha mejorado un puesto, de la décima a la novena posición.

La figura 9 muestra la evolución de las principales cabeceras deportivas durante los años 1979 y 2010, marco temporal del estudio. Se observa el claro predominio del diario *Marca* sobre las demás cabeceras deportivas a partir del año 1988, cuando por primera vez supera a *As* en número de lectores al día, con una ventaja de 23.000. *Sport* y *Mundo Deportivo* se alternan a lo largo del tiempo, pero no llegan a acercarse al millón de lectores al día.

En la tabla 7 se recogen los datos del EGM desde 1968 de las principales cabeceras deportivas. Ciertamente es que las primeras cifras son incompletas y que hasta 1984 no se recogen datos de los cuatro diarios, pero es interesante conocer su comportamiento a lo largo del tiempo.

Figura 9.- Evolución del número de lectores de las principales cabeceras deportivas españolas (1979-2010)



Lectores/día habituales mayores de 14 años. Cifras expresadas en miles de individuos

Fuente: AIMC, EGM, acumulados anuales 1979 -2010

Elaboración propia

Durante los primeros años *Marca* ocupa la segunda posición, siempre por detrás de su gran competidor, el diario *As*. En 1988 *Marca* supera a *As*, con más de 400.000 lectores y comienza un ascenso que en el año siguiente le hace superar el medio millón, con 607.000 lectores al día. Desde que en el año 1992 superó la cifra de un millón de lectores día, con 1.213.000, el número sigue creciendo. En 1993 supera el millón y medio; en 1995 superó la cifra de los dos millones de lectores día, con 2.476.000; y en 1996 la de dos millones y medio, con 2621.000. Consigue su dato más alto en el año 2010, acercándose a la cifra de tres millones de lectores. En 2010 registra 2.888.000 lectores, aumentando en 88.000 lectores con respecto al año 2009.

El diario *As* ocupa la primera posición de la prensa deportiva hasta el año 1987. En 1989 supera el medio millón con 514.000 lectores al día. Aunque en el año 2005 superó el millón de lectores día, al año siguiente bajó de esta cifra, para recuperarse en el 2007 con 1.170.000 lectores, tendencia en aumento que no ha abandonado. En el año 2010 *As* experimenta un importante crecimiento, gana 89.000 lectores (más que su principal competidor *Marca*), con una media de 1.395.000 lectores diarios.

Tabla 7.- Lectores de la prensa deportiva en España (1968-2010)

AÑOS	Marca	As	Sport	Mundo Deportivo
1968	287	289		
1969	216	328		
1970				
1971				
1972	223	503		189
1973	119	167		
1974	63	165		67
1975		331		
1976				
1977	242	350		119
1978	111	215		37
1979	94	201		78
1980	154	240		
1981	179	284		
1982	220	358		
1983	251	329		
1984	277	389	123	156
1985	241	296	129	163
1986	271	390	135	174
1987	331	378	145	192
1988	412	389	159	249
1989	607	514	225	205
1990	852	603	262	265
1991	911	555	258	225
1992	1213	599	281	256
1993	1540	593	340	254
1994	1919	500	389	290
1995	2476	533	402	337
1996	2621	514	438	384
1997	2527	535	555	474
1998	2440	544	450	438
1999	2201	464	458	475
2000	2256	625	391	462
2001	2087	686	414	429
2002	2255	747	447	459
2003	2475	845	490	506
2004	2619	939	625	599
2005	2512	1015	568	646
2006	2391	990	567	558
2007	2379	1170	625	576
2008	2597	1266	564	588
2009	2800	1306	690	646
2010	2888	1395	737	658

Lectores/día habituales mayores de 14 años. Cifras expresadas en miles de individuos

Fuente: EGM, acumulados 1968-2010

Elaboración propia

Las cifras de *Sport* y de *Mundo Deportivo*, su principal competidor, se sitúan muy por debajo de las de *Marca* y *As*. La primera vez que *Sport* supera a *Mundo Deportivo* en lectores es el año 1989 ocupando el tercer puesto de la prensa deportiva. El tercer puesto lo abandona al siguiente año, pero lo recupera entre 1991 y 1998, en el 2004, entre 2006 y 2007, y entre 2009 y 2010.

El EGM recoge datos de *Sport* desde 1984, con 123.000 lectores al día. La primera vez que supera el medio millón de lectores es en el año 1997, con 555.000. Durante los años siguientes retrocede pero en el año 2004 supera los 600.000; vuelve a retroceder en los años consecutivos y no supera de nuevo esta cifra hasta el año 2007, con 625.000. En el año 2010, por primera vez, supera los 700.000, con 737.000 lectores al día.

Aunque el EGM recoge datos de *Mundo Deportivo* desde 1972, con 189.000 lectores al día, no se recogen de manera continua hasta 1984. Los datos que el EGM ofrece en los años 1978 y 1979, con 37.000 y 78.000 lectores respectivamente, explican la salida al mercado de *Sport* en noviembre de 1979. La primera vez que supera el medio millón de lectores es en el año 2003, con 506.000, manteniéndose por encima de esta cifra los años consecutivos. Consigue su dato más alto en el año 2010, gana 12.000 lectores en comparación con año anterior, con 659.000 lectores al día.

Se puede afirmar que, en los últimos años, en el caso de la prensa deportiva el aumento de la competencia no perjudica al resto, al contrario, todos aumentan su presencia.

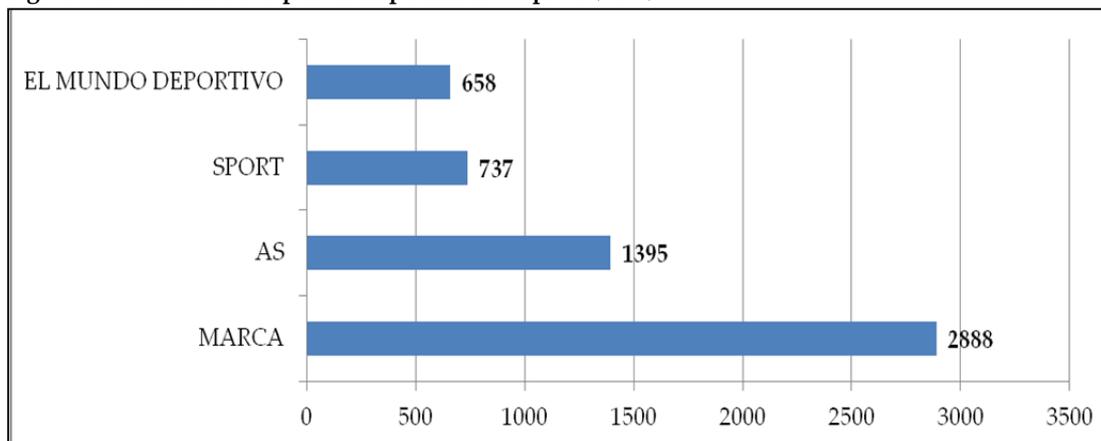
Por lo general, cuando un diario deportivo gana o pierde lectores su competidor directo muestra el mismo comportamiento. Tampoco ha influido la salida de los diarios deportivos a Internet - como veremos más adelante el hecho de que un portal aumente sus visitas favorece la venta de más ejemplares – ni la salida al mercado de nuevos diarios deportivos regionales.

En el año 2010 los cuatro diarios consiguen su dato más alto en número de lectores (figura 10) y confirman su aumento, al contrario de los que ocurre en la prensa generalista. Sin embargo, al analizar los datos de difusión y tirada de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD)⁷⁴, las cabeceras deportivas han mermado en la

⁷⁴ La Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) es la encargada de la realización y verificación de las cifras de difusión de las publicaciones cuyos ejemplares son vendidos a terceros a través de los distintos canales, y de las de distribución gratuita.

circulación en los últimos años, aunque la caída es más discreta que la de los diarios de información general (tabla 8).

Figura 10.- Lectores de la prensa deportiva en España (2010)



Lectores habituales mayores de 14 años. Cifras expresadas en miles de individuos

Fuente: AIMC, EGM, acumulados anuales 2010

Elaboración propia

En concreto, *Marca*, que en 1996 roza el medio millón de ejemplares de difusión, con 495.914, desciende consecutivamente. En 1999 baja de los 400.000 y en el 2008 de los 300.000, situándose en el 2010 en 274.581 ejemplares de difusión, descendiendo por primera vez su tirada por debajo de los 400.000 ejemplares.

Al contrario de lo que ocurría en *Marca*, *As* aumenta su difusión. En 1994 se situaba en 121.793 ejemplares, en el 2003 supera los 200.000 ejemplares, y se mantiene por encima de los 200.000 hasta el año 2010. Su índice más alto con 233.530 se produce en el año 2007, a partir de este momento su difusión desciende hasta el año 2010 con 211.553 ejemplares, situándose su tirada en 308.094.

Las cifras del diario *Sport* en número de difusión de ejemplares apenas varían a lo largo del tiempo. En 1994 su difusión se sitúa en 100.404 ejemplares. En los años 1997 y 2001 marca su índice más alto, 131.140 ejemplares, y el más bajo en el año 2007 con 95.571, por debajo de los 100.000, donde se mantiene en el año 2010 con 96.823 ejemplares de difusión y con una tirada de 152.933 ejemplares.

Mundo Deportivo, que en 1994 contaba con 73.059 ejemplares, aumenta su difusión situándose en 1997, por primera vez, por encima de los 100.000. Su tendencia aumenta llegando en el 2004 a los 109.431, su cifra más alta. A partir de ese momento disminuye su difusión, situándose en los años 2007 y 2008 otra vez por debajo de los

100.000. En el año 2010 con 101.101 ejemplares, situándose su tirada en 158.635, superando a *Sport*.

Como conclusión, *As*, que hasta 2007 fue ganando público de manera ininterrumpida, cae más de un 8% y se sitúa en 211.553 ejemplares por edición, y *Marca* se mantiene en la línea recesiva de la última década (en 2010 pierde un 7,4%). Sin embargo la prensa que atiende preferentemente a equipos catalanes, *Sport* y *Mundo Deportivo*, crece aunque de manera discreta, no llegando ni siquiera al 2%.

Tabla 8.- Datos de tirada y difusión *Marca, As, Sport y Mundo Deportivo*

AÑO	<i>Marca</i>		<i>As</i>		<i>Sport</i>		<i>Mundo Deportivo</i>	
	Tirada	Difusión	Tirada	Difusión	Tirada	Difusión	Tirada	Difusión
1994	571123	421293	244057	121793	138865	100404	111520	73059
1995	642587	475002	230819	113559	139920	101193	120511	78376
1996	673065	495914	211266	107170	151967	105537	143198	90975
1997	643943	458441	213564	123447	190578	131140	167945	101073
1998	595182	417456	236641	140377	179606	121017	161342	102480
1999	550900	396750	231055	143035	168328	112653	150447	95438
2000	564248	403048	249689	158780	160370	106505	157423	100408
2001	513376	371455	280939	181113	169429	131140	159089	103616
2002	526217	381587	270697	176912	162588	106504	163619	105791
2003	549244	390677	302756	200204		113929	160686	104488
2004	527478	380330	307151	203158		122977	172347	109431
2005	481505	328760	314476	209585	176462	114682	160923	103005
2006	440601	308835	317398	214654		113718	159450	101449
2007	461563	315279	345956	233530	157139	101633	157376	99368
2008	428456	296353	337679	230306	149020	95571	155449	99146
2009	408397	284273	317215	215297	156676	102829	159178	102294
2010	399217	274581	308094	211553	152933	96823	158635	101101

Fuente: OJD, acumulados 1994-2010; Informe de la Profesión Periodística (Farias, 2010) para el diario *Sport* (2003-2006)
Elaboración propia

3.2.1. NUEVOS TIEMPOS, NUEVAS AUDIENCIAS: LA PRENSA DEPORTIVA EN INTERNET

En el último informe del uso de Internet en España (AIMC, 2012)⁷⁵ los encuestados declaran que la actividad más frecuente realizada durante los últimos 30 días en Internet es leer noticias de actualidad (88,8%). En base a estos últimos el 95,8% accedía a información gratuita, sólo el 0,7% accedía pagando y un 1,8% declaraba hacerlo de ambas formas (tabla 9).

La audiencia potencial aumenta cada día, el 82% de la población española utiliza el teléfono móvil de forma habitual, en términos absolutos supone que 33,2 millones de personas mayores de 15 años disponen de algún móvil activo. En cuanto al uso de Internet móvil, hay casi un millón de individuos que disponen de Internet de banda ancha en su terminal (2,4%) y dos millones con Internet de banda ancha móvil para el uso con un ordenador (4,7%)⁷⁶. Unos datos que permiten afirmar que la telefonía móvil es sin duda una tendencia creciente y un valor en alza.

Tabla 9.- Lectura de noticias de actualidad a través de Internet

Lectura de noticias de actualidad	Absolutos	%
En Internet	30.781	88,8
A través de teléfono móvil	11.607	52,3 (en base a los que tienen móvil)
A través de ordenador tablet	3.558	71,6 (en base a los que tienen tablet)

Fuente: AIMC (2012)

Elaboración propia

En el ranking de las 100 Webs más visitadas en el año 2010, según el servicio de estadísticas online Alexa⁷⁷ (tabla 10), encontramos en octava posición *marca.com*, por detrás de buscadores -Google .es y .com (se analizan por separado), Live, Yahoo - y redes sociales -Facebook, Youtube y Blogger – seguido de Wikipedia, Msn, Tuenti y *elmundo.es*, la página de información general más visitada. Sólo las Web de 11 medios de comunicación están en el ranking general, y como no podría ser de otra manera, las cuatro cabeceras principales deportivas se encuentran entre las 50 primeras.

⁷⁵ Elaborado a través del EGM a personas de 14 o más años usuarios de Internet (muestra final 34.656).

⁷⁶ Los datos han sido recogidos del Informe anual de la Sociedad en Red 2010. Edición 2011, elaborado por el observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI.

⁷⁷ El servicio de estadísticas online Alexa (<http://www.alexa.com/>) ofrece métricas bastante fiables sobre los principales aspectos de la analítica Web (tráfico, usuarios únicos, páginas vistas, etc.) tanto a nivel nacional como a nivel mundial. Es uno de los más importantes junto con Compete (<http://compete.com/us/>).

Al analizar los datos que ofrece el EGM sobre la audiencia de Internet de sitios informativos, teniendo en cuenta que la información se refiere exclusivamente a los sitios controlados por el EGM, se observa que la penetración de los medios a los usuarios españoles a través de Internet es claramente ascendente a lo largo de la primera década del siglo XXI.

En el año 2002, Terra, Yahoo y Ya.com ocupaban las tres primeras plazas. Justo detrás *El País* con 808.000 visitantes únicos y en quinta posición *Marca* con 758.000. En novena posición encontramos a *As* con 282.000, en doceava a *Sport* con 199.000 y en dieciseisava posición a *Mundo Deportivo* con 151.000 visitantes únicos.

Tabla 10.- Las Webs de medios de comunicación más visitadas en el año 2010 en España

Ranking ⁷⁸	Página Web	Categoría
1 (8)	<i>Marca.com</i>	Deportes
2 (12)	<i>Elmundo.es</i>	General
3 (14)	<i>As.com</i>	Deportes
4 (17)	<i>Elpais.com</i>	General
5 (33)	<i>20minutos.es</i>	General
6 (35)	<i>Sport.es</i>	Deportes
7 (44)	<i>Telecinco.es</i>	TV
8 (48)	<i>Rtve.es</i>	TV y radio
9 (50)	<i>Elmundodeportivo.es</i>	Deportes
10 (65)	<i>Meristation.com</i>	Video juegos
11 (73)	<i>Abc.es</i>	General

Fuente: Alexa (2010)

Elaboración propia

En el año 2010, sólo un sitio entre los once primeros no pertenece a un medio de comunicación, Páginas Amarillas que ocupa el cuarto lugar. *Marca* ocupa el primer lugar con 3.613.000 visitantes únicos, le sigue *El País* con 2.774.000 y *As* con 1.781. Detrás de Páginas Amarillas, aparece una radio, *Los40.es* con 1.692.000 visitantes; tras ella cuatro televisiones, *Antena3tv*, *Cuatro.es*, *Rtve.es* y *Telecinco.es*. Los diarios *Sport* con 1.058.000 y *Mundo Deportivo* con 1.010.000 visitantes únicos, ocupan la décima y onceava posición respectivamente, según el EGM.

Las cuatro cabeceras deportivas españolas se colocan de nuevo entre los sitios con mayor audiencia, teniendo en cuenta sólo los sitios en Internet que corresponden a un diario impreso, están entre los cinco primeros puestos, quedando así: *Marca*, *El País*, *As*, *Sport* y *Mundo Deportivo*.

⁷⁸ Se incluye entre paréntesis el puesto en el ranking global de Alexa (en España).

Se puede afirmar que la audiencia de las Web de información deportiva sigue una tendencia ascendente, como sus homólogos en papel. Aunque, en el caso de los digitales esta tendencia es mayor por la novedad y el aumento de usuarios de Internet a lo largo de los últimos años. Como ocurría en los diarios impresos, descrito en el apartado anterior, en el caso de la prensa deportiva el aumento de la competencia no perjudica al resto, al contrario, todos aumentan en número de usuarios.

Tabla 11.- Audiencia de los sitios de Internet (2002-2010)

AÑOS	Marca	El País	As	Pág. Amarillas	Los40	Antena3tv	Cuatro	RTVE	Telecinco	Sport	Mundo Deportivo
2002	758	808	282	508						199	151
2003	1083	904	381	967						288	355
2004	1376	1257	607	1214	630					456	503
2005	1469	1130	642	1468	613				1217	389	416
2006	1666	1526	812	1636	649	509			1045	445	522
2007	2433	2021	1268	1757	726	665	710		1117	550	680
2008	2325	2088	1086	1770	692	1233	846		1422	641	721
2009	3089	2618	1586	1671	1692	1508	1113	911	1640	969	1093
2010	3613	2774	1781	1694	1692	1442	1439	1206	1174	1058	1010

Visitantes únicos / Últimos 30 días. Cifras expresadas en miles de individuos

Fuente: AIMC, EGM, 3ª ola 2002 -2010

Elaboración propia

Entre el año 2002 y 2010 el diario deportivo digital que más usuarios gana es *Marca*, en concreto gana 2.855.000 usuarios en ocho años. Le sigue *As* que gana 1.499.000 usuarios; *Sport* y *Mundo Deportivo* aumentan 859.000 usuarios durante estos ocho años. En el año 2010 el número de usuarios en Internet de la prensa deportiva supera al número de lectores en papel, según muestran los datos del EGM.

Lo que queda claro es que la prensa deportiva, impresa o digital, tiene una gran demanda en la sociedad actual - también en la Web *Marca* es el medio más visitado en España - por lo que su influencia en la concepción del deporte y en la labor de promoción deportiva entre la población de cualquier edad, sexo y condición es indiscutible.

Aunque estas ediciones abiertas en Internet cuentan con contenidos propios, la gran mayoría pueden encontrarse - iguales o ampliados - en la edición de pago en papel o en la propia Web, conociendo los contenidos y la forma de tratar la información en el diario impreso se conoce su comportamiento en Internet.

El sexo se refiere a las diferencias biológicas o anatómicas entre la mujer y el hombre, y la actividad sexual. Es preciso hacer otra distinción fundamental. Entre SEXO Y GÉNERO. Mientras que sexo hace relación a las diferencias físicas, género alude a las de tipo psicológico, social y cultural entre hombres y mujeres. La distinción entre sexo y género es fundamental, ya que muchas diferencias entre varones y hembras no tienen un origen biológico (Giddens, 1997: 132-133).

4. MUJER Y DEPORTE

4.1. INTRODUCCIÓN: HISTORIA DEL DEPORTE FEMENINO

Las diferencias de sexo y, fundamentalmente, de género han determinado que, a lo largo de la historia, la mujer se haya visto relegada de muchas actividades sociales, incluido el deporte. El deporte y las actividades deportivas forman una parte esencial de la cultura de cada nación. No obstante, a pesar de que las mujeres suponen más de la mitad de la población mundial, el porcentaje de su participación en el deporte, aunque varía de país en país, queda siempre inferior al porcentaje de los hombres. La menor participación femenina viene condicionada porque el deporte, a lo largo de la historia, ha sido uno de los sectores más vetados para las mujeres, fundamentalmente en la rama profesional. Sin embargo en la actualidad esto está cambiando, cada día aparecen más organismos gubernamentales y no gubernamentales que abogan por la igualdad de género en el deporte.

Reflejo de este interés son la celebración de conferencias centradas en la mujer y el deporte, impulsadas por el Comité Olímpico Internacional (COI), donde se han establecido nuevos estatutos en los que obliga a que al menos un 20% de los participantes de una Olimpiada sean mujeres, promoviendo la inclusión de la mujer en los distintos Comités Olímpicos Nacionales y haciendo que estos presten atención a todos los aspectos de interés que suponen la inclusión de la mujer.

En España, también son muchas las iniciativas que se están llevando a cabo para ello, tanto en el deporte profesional como en el deporte aficionado. El Instituto de la Mujer ha visto en el deporte un punto de apoyo en el desarrollo de la mujer. Por otro

lado, la Comisión Mujer y Deporte del Comité Olímpico Español (COE), desde el año 2004, ha luchado y sigue haciéndolo porque la legislación contemplase que el deporte femenino se promueva de la misma forma que el masculino. Promueve la participación de la mujer en la práctica deportiva, desde las niñas de corta edad hasta las mujeres maduras y de edad avanzada. Aceptando el deporte como educación social, cultural y de salud. “Gracias a esto en los últimos años la participación femenina en el deporte se ha visto incrementada de forma espectacular, aunque no se ha visto reflejada en una mayor representación en puestos de decisión y dirección del deporte” (Vázquez, 2002: 56-69).

El artículo 29 de la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, aprobada en el año 2007, dice que “se promoverá el deporte femenino mediante programas específicos y favorecerá su acceso a la mujer”.

Evidentemente, aún queda mucho para que el deporte masculino y el deporte femenino sean equiparables, tanto a nivel humano como a nivel económico, pero el hecho de que hoy el deporte femenino español destaque es un síntoma de que las cosas están cambiando. Probablemente, ese cambio final que se necesita tenga que ser impulsado por las propias mujeres, demostrando que la igualdad y la equidad, salvando las ineludibles barreras físicas, es un hecho.

Entre las barreras que dificultan que la mujer pueda dedicarse profesionalmente al deporte destacan los estereotipos que se han creado a lo largo de la historia⁷⁹, las pocas ayudas públicas destinadas al fomento de la práctica deportiva para la mujer, sobre todo en las áreas minoritarias, inexistencia de incentivos económicos para que las empresas inviertan en el deporte femenino, el “supuesto” menor espectáculo que suponen sus competiciones y, como consecuencia, la poca presencia en los medios de comunicación.

⁷⁹Pastor i Homs (1984: 32) los identifica como sumisión – al hombre - , inferioridad intelectual, impresionabilidad y fragilidad.

4.2. EVOLUCIÓN DEL DEPORTE FEMENINO. A LA BÚSQUEDA DE UNA IMAGEN IDENTITARIA

Cuando se habla de la historia del deporte femenino se debe inscribir dentro del contexto más amplio de la situación de la mujer a lo largo de la historia y en las sociedades respectivas que se pretenden analizar.

Cuando Pausanias (1994), historiador y geógrafo griego, hacia 180 d. C., en su libro Descripción de Grecia (Libro V: Élide y Olimpia) describe la frase esculpida en la base de un monumento de Olimpia que dice así:

Reyes de Esparta mis padres y hermanos, con el carro de caballos de rápidas patas ha vencido Cinisca y ha erigido esta imagen. Y afirmo que yo sola entre las mujeres de toda Grecia he obtenido esta corona.

Evidencia la exclusión de las mujeres de la práctica deportiva en la antigua Grecia, de la misma manera que lo era en casi toda la vida pública, pero del mismo modo indica un hecho singular, una mujer ha ganado a los hombres. Fernando García Romero (2005: 177-204) considera a Cinisca como la primera mujer campeona olímpica de la historia (369 a. C) pero argumenta, sin restarle mérito a un hito notable en la historia de la mujer en el mundo antiguo, que era una mujer especial: "espartana, y además hija y hermana de reyes de Esparta, Arquidamo II y Agesilao respectivamente". También la prueba era especial, puesto que "las pruebas hípicas de la antigua Grecia, en efecto, era proclamado vencedor no el auriga sino el propietario de los caballos".

También Pierre de Coubertin, padre de los Juegos Olímpicos de la Era Moderna, en el siglo XIX sostiene la discriminación cuando habla del papel de la mujer en el deporte: "Las mujeres sólo tienen una función: coronar al vencedor con las guirnaldas del triunfo" (García Romero, 2005: 178; García Ferrando, 1990: 167; Vázquez, 1987: 60).

Se debe tener en cuenta que los prejuicios sobre las deportistas femeninas no son patrimonio de sociedades de hace dos mil años sino que han perdurado hasta nuestros días. En 1924 se lee lo siguiente en la revista española Aire libre:

Existen agrupaciones deportivas donde grupos de muchachas, llevadas por el prurito de imitar al hombre, cultivan el deporte de su predilección sin excluir el fútbol, el atletismo, el pedestrismo, el ciclismo, etc. Nunca se combatirá bastante a

tales instituciones, en las que se consiente a la mujer la práctica de ejercicios que no corresponden a su condición orgánica. Tales métodos pueden acarrear la pérdida de salud si el organismo no está preparado para soportarlos y, si lo está, la creación del tipo marimacho, y no sabemos cuál de los dos extremos es más lamentable (González Aja, 2003: 72-73).

Si esto era en Europa bien entrado ya el siglo XX, no debe extrañar que en la antigua Grecia el deporte femenino tuviera escasa relevancia aunque lo había cosa que no se puede afirmar en otras épocas de la historia.

4.2.1. PRIMEROS INDICIOS DE LA MUJER DEPORTISTA Y DE SU IMAGEN. LA FIJACIÓN DE UN PRIMER CANON: CRETA Y MICENAS

Los primeros indicios que demuestran la participación de la mujer en la práctica deportiva se remontan al segundo milenio a. C. en la Creta minoica. Aunque la presencia del hombre en Grecia se atestigua desde el Paleolítico (3200 a. C. a 2000 a. C.) es en la isla de Creta donde se desarrolla la civilización más avanzada de la época. En esta primera época caracterizada por la llegada de los pueblos indoeuropeos (jonios y aqueos) hacia el año 1950 a.C. (Popplow, 1959: 151) germina la civilización minoica, son siglos de apaciguamiento y consolidación hasta que la cultura Micénica florece -primera mitad del siglo XVI- influida por la anterior (Gernet, 1968).

La cultura minoica, y su deporte en particular, marcan los orígenes del gran deporte griego. El minoico medio, hacia 1950 a. C. a 1550 a. C., es la época de mayor esplendor, se construyeron los palacios de Cnosos, Festos y Hagia Triada, allí se observan como las fuentes arqueológicas atestiguan la intervención de mujeres en distintas manifestaciones deportivas - corren, carreras de carros, pugilato - y muy especialmente en la más característica de todas las disciplinas cretenses, el salto de toro (tauromaquia). El juego del toro aparece recogido en sellos de piedra, rithones, bajos relieves, bronce, anillos, pendientes y vasos. A pesar del gran número de representaciones la motivación del juego, el lugar y la forma de realizarlo es confusa.

Existen numerosas teorías que Juan Rodríguez López (2000) agrupa en dos grandes líneas: explicaciones religiosas, por lo que tendría su origen en algún culto, y profanas, realizados por acróbatas profesionales. Lo más seguro es que como es normal en el deporte griego se inscriba en el ámbito religioso, sobre todo si hablamos

de deporte femenino. Evans (1930) - arqueólogo británico, descubridor del Palacio de Cnosos y de la civilización minoica - identificó las pinturas como parte del culto a la Gran Madre cretense, mientras que en la actualidad estudiosos como Willets, Arrigoni o Scanlon afirmaban que se trataba de ceremonias de iniciación en las cuales podían participar las mujeres (Diem, 1966: 15)

Figura 11.- Fresco del Salto del Toro o *Tauromaquia*. (Período Palacial Final 1450-1400 a. C.). Museo Arqueológico de Haeraclio (Creta, Grecia)



4.2.2. LA MUJER DEPORTISTA EN EL ARTE Y LOS MITOS GRIEGOS

Las civilizaciones cretense y minoica desaparecen hacia 1200 a. C. - perdiéndose incluso la tradición escrita - bajo el asalto de las tribus bárbaras del norte de Europa y del Asia Central, que llevaron el caos al Egeo, y un acelerado fenómeno de disolución interna (Barceló, 2001). La época oscura dura dos siglos, hasta que en el siglo IX a.C., las condiciones locales de Grecia continental mejoran.

Los poemas homéricos son la gran obra literaria de la Grecia del primer milenio, donde, además de elementos de la cultura contemporánea, transmite elementos de las culturas minoica y micénica. Es en la *Odisea* donde encontramos por primera vez mujeres practicando algún tipo de ejercicio físico:

Nausícaa tomó el látigo y, siendo las lustrosas riendas, azotó las mulas para que corrieran. Arrancaron estas con estrépito y trotaron ágilmente, llevando los vestidos y a la doncella, que no iba sola, sino acompañada de sus criadas. (...)

Apenas las esclavas y Nausícaa se hubieron saciado de comida, quitándose los velos y jugaron a la pelota; y entre ellas Nausícaa, la de los niveos brazos, comenzó a cantar.

En la escena del canto IV que narra el encuentro entre Ulises y Nausícaa, nos describe como la princesa conduce su propio carro y juega a la pelota con sus criadas (Homero, 1981).

En la historia del deporte griego se distinguen tres etapas siguiendo la evolución del estadio de Olimpia (Durántez, 1975, 1990; Salvador, 2004; Popplow, 1959): época arcaica, clásica primera y segunda (helenismo) y los dos períodos de los cambios romanos⁸⁰.

La época arcaica, período que transcurre desde el siglo IX hasta el siglo V a.C., es una época de evolución donde aparece el uso de la escritura, el perfeccionamiento de la navegación, la expansión del comercio, la circulación de la moneda, las tácticas militares basadas en las falanges, la edificación del primer templo de madera creando el centro de culto, los juegos atléticos..., germen de lo que se conoce como cultura griega (Salvador, 2006: 141). Políticamente se pasa de la asociación defensiva, característica de los siglos anteriores, al ciudadano de la Polis.

La segunda etapa, la época clásica, se divide en dos momentos “el clásico” y “el clásico tardío” Durántez (1975; 1990), aunque Popplow (1959) deja en un sólo período la época clásica.

La etapa del “clásico tardío” o época helenística, se separa de la anterior por la invasión de los macedonios, Alejandro Magno unifica la sociedad griega y la cultura griega se propaga por el mundo antiguo. Cultura común, que se expresa en griego, se lee a Homero, Platón y Sófocles, la educación se generaliza en los gimnasios, se goza de una música muy elaborada, los poderes construyen todo tipo de edificios públicos como templos, estadios, odeones, teatros, gimnasios, palestras, baños, escuelas, etc. Es una cultura, sin embargo, cuya originalidad y fuerza creadora corresponden sólo al siglo III a.C.

⁸⁰ En la historia del deporte griego las etapas se distinguen desde el punto de vista cronológico o a partir de las especialidades.

En los mitos griegos aparecen de vez en cuando mujeres practicando algún tipo de deporte, y son siempre mujeres excepcionales, que se caracterizan precisamente por su masculinidad. A este respecto Benilde Vázquez (1987: 58) se pregunta:

¿Es que las mujeres excepcionales solo encontraban su lugar en la mitología a causa de su proeza? ¿O es que el hombre necesita demostrar que domina a la mujer y lo simboliza en el mito, como en el caso de Atalanta? ¿O es, al contrario, que el hombre necesita inconscientemente ser dominado por la mujer y admira por consiguiente su fortaleza física?

Es el caso de la ninfa Cirene y Atalanta, la deportista por excelencia del mito griego. Cirene un día atacó sin armas a un león y, después de luchar con él, consiguió dominarlo, desde ese momento Apolo, que le vio cómo llevaba a cabo esta hazaña, se enamoró de ella (de acuerdo con la descripción de la *Pítica* 9 de Píndaro). Atalanta, amamantada por una osa y criada por cazadores, no quiso casarse nunca y se mantuvo virgen, dedicándose, como su patrona Ártemis, a cazar en los bosques. Tomó parte en la caza del jabalí de Calidón, donde desempeñó un papel importante. Venció a Peleo en la prueba de la lucha (o en la carrera, según otras fuentes como Hesiodo) en los Juegos Fúnebres en honor de Pelias. Con el objetivo de alejar a los pretendientes que querían casarse con ella, había anunciado que su esposo sería únicamente el hombre capaz de vencerla a la carrera, con la condición de que si ella era la vencedora mataría a su contrincante, tampoco pudieron derrotarla los aspirantes, hasta la llegada de Hipómenes (o Melanión). El joven durante la carrera, en el momento que iba a ser alcanzado, fue echando las manzanas de oro que le había entregado Afrodita aprovechando para obtener ventaja el tiempo que Atalanta iba deteniéndose a recogerlas. Hipómenes logró vencerla y convertirla en su esposa, pero tuvo que recurrir a la astucia más que a la rapidez de sus pies.

Cirene y Atalanta⁸¹ son vírgenes cazadoras que desprecian el sexo y a los hombres, con quienes pretenden rivalizar adoptando comportamientos masculinos. Es significativo un pasaje del final de la *República* en el que Platón (1998) nos cuenta cómo las almas de diversos personajes van eligiendo sus nuevas vidas: “el alma de

⁸¹ García Romero (2005: 182) cita a Bruno Gentili quién afirma que Cirene y Atalanta son la encarnación del motivo de la “muchacha que huye” mientras mira hacia atrás hacia su perseguidor, un acto que representa simbólicamente la huída de la experiencia traumática de la boda.

Atalanta, cuando vio los grandes honores de un atleta, no pudo pasar de largo y los tomó para sí”.

Figura 12.- *Atalanta deportista. Copa de ca. 475 – 450 a. C.*



Figura 13.- *Cirene coronada por Libia*



En las representaciones iconográficas de las deportistas, aunque aparecían caracterizadas como tales, no se las mostraba completamente desnudas, e incluso cuando los aspectos femeninos prevalecen sobre los masculinos aparecen completamente vestidas. Ello se debe, por un lado, al hecho de que el arte griego de época arcaica y clásica generalmente - aunque el cuerpo humano desnudo es el tema central de la escultura y la pintura desde el siglo VIII a. C. - sólo representa desnudo por completo el cuerpo masculino, y por otro lado también a la circunstancia de que, a diferencia de los hombres, las mujeres practicaban el deporte vestidas por regla general. (García Romero, 2005: 181-184)

Desde la antigüedad existen competiciones deportivas femeninas. En la Grecia Clásica se organizaban competiciones reservadas a la mujer, pero, como contrapartida, no podían participar en los Juegos Olímpicos. Hay que tener en cuenta que en los Juegos Olímpicos de la antigüedad las mujeres eran excluidas, la sola asistencia estaba

penada con la muerte. La única excepción era la realizada con la sacerdotisa de la diosa Deméter Cármine⁸².

Según cuenta Pausanias, una mujer perteneciente a una familia de atletas, Ferenice de Rodas (Pherenike), se disfrazó de entrenador para acompañar a su hijo Pisíropodos a la competición. Pero cuando su hijo se proclamó vencedor, “gracias a los consejos de su madre, y por méritos propios”, al acercarse a felicitar a su hijo, descubrieron que se trataba de una mujer, justifica así Pausanias que:

Cuando vas por el camino de Scillus a Olimpia hay, después de cruce del río Alpeio una montaña con un acantilado. Se llama el monte Typaeum y según la ley de Elis se arrojará por este precipicio a cualquier mujer que sea sorprendida presenciando los Juegos Olímpicos o por estar a este lado del río Alpeio durante los días prohibidos a las mujeres (Pausanias., 1994. V. 6).

Sólo el prestigio de su familia libró a Ferenice de Rodas de la muerte reservada a quienes como ella eran sorprendidas en el interior del estadio.

Entre las competiciones deportivas femeninas más importantes de la antigua Grecia destacan los Juegos Hereos, una carrera pedestre (el deporte de competición femenino más extendido en la antigua Grecia) que tenía lugar en honor de la diosa Hera en el mismo santuario en el que se celebraban los Juegos Olímpicos y que se conoce casi exclusivamente por la siguiente descripción de Pausanias:

Cada cuatro años tejen a Hera un peplo las 16 mujeres y ellas mismas convocan una competición, los Juegos Hereos. La competición consiste en una carrera para muchachas, no todas de la misma edad, sino que corren las primeras las más jóvenes y después de ellas las segundas en edad y las últimas las muchachas que son mayores. Y corren de la siguiente manera: llevan suelto el cabello y una túnica les llega un poco por encima de la rodilla y enseñan el hombro derecho hasta el pecho. También a ellas les está asignado para la competición el estadio olímpico, pero se les reduce para la carrera aproximadamente la sexta parte de él. A las vencedoras les conceden coronas de olivo y parte de la vaca sacrificada a Hera, y además les está permitido ofrendar imágenes con inscripciones. Y también hay mujeres que prestan ayuda a las 16 que dirigen estas competiciones (Pausanias, 1994. V. 16, 2-4).

⁸² En algunas épocas clásicas se permitió la asistencia de las mujeres pero sólo de las solteras.

Se considera que fueron instituidos por Hipodamia “para dar las gracias por su boda con Pélope”. La vencedora recibía una corona de olivo y podía erigir una estatua suya o hacer pintar su propio retrato en el Heraion (González Aja, 1992).

En la iconografía clásica las mujeres desnudas haciendo deporte aparecen excepcionalmente, en ocasiones se representan practicando algún tipo de actividad física especial como la natación (por ejemplo en otro vaso ateniense de finales del VI a.C.), pero también se ilustran como parte de ritos religiosos, como ocurre en el caso de los rituales prenupciales de iniciación femenina que tenían lugar en diversos lugares del Ática, especialmente en el santuario de Ártemis en Braurón (García Romero, 2012: 11). Se sabe que también corrían desnudas las muchachas que participaban en rituales semejantes en otras ciudades como Esparta, siempre lejos de ojos masculinos.

García Romero (2005, 2010) plantea la posibilidad de que en Esparta las mujeres practicaran el deporte de manera habitual en las mismas condiciones que los hombres, es decir, desnudas. La mayor libertad de la que gozaban las mujeres espartanas con respecto a otros lugares del mundo griego antiguo les permitía realizar una serie de actividades impensables, por ejemplo, para las atenienses, entre las que se cuenta un completo entrenamiento atlético (Díez García, 2006). La participación de las muchachas en las prácticas deportivas espartanas, afirma García Romero (2005: 184; 2012: 12), era atribuida por la tradición al mítico legislador Licurgo, a quien se nos dice que movió principalmente el deseo de preparar futuras madres que gracias al deporte resistieran mejor los esfuerzos del parto (Plutarco, *Licurgo* 14.2) y dieran a luz hijos sanos y robustos, como nos dice Jenofonte en la *Constitución de los lacedemonios* (1.4):

Licurgo...considerando que para las mujeres libres lo más importante era la procreación de hijos, en primer lugar ordenó que el sexo femenino ejercitarse su cuerpo no menos que el masculino, y en segundo lugar estableció para las mujeres, como también para los hombres, competiciones de velocidad y fuerza entre ellas, estimando que de unos padres fuertes nacen asimismo hijos más robustos.

Tanto la iconografía como los textos de la época clásica dejan claro que las mujeres espartanas practicaban deporte, pero no está tan claro que lo hicieran desnudas, como sí ocurría con los hombres.

Propercio (1989, III.14.1-4), del siglo I a.C., afirma con naturalidad que hombres y mujeres practican deporte de manera conjunta y desnudos:

... muchas reglas de tu palestra, Esparta, admiramos, pero especialmente tantas excelencias del gimnasio de las doncellas, pues sin mala reputación se ejercita desnuda una muchacha entre hombres que luchan.

Entre los estudiosos se observan diferencias a la hora de interpretar la Elegía de Propertio, muchos de ellos lo consideran un relato que se aleja de la realidad: “una gimnasia «inventada» en función de sugerir distintas escenas de encuentros eróticos donde níveos contornos, senos desnudos, brazos que gozan, caídas y revolcones, componen cuadros de encuentros sexuales bajo el artilugio de lo deportivo” (Galán, 1996: 33).

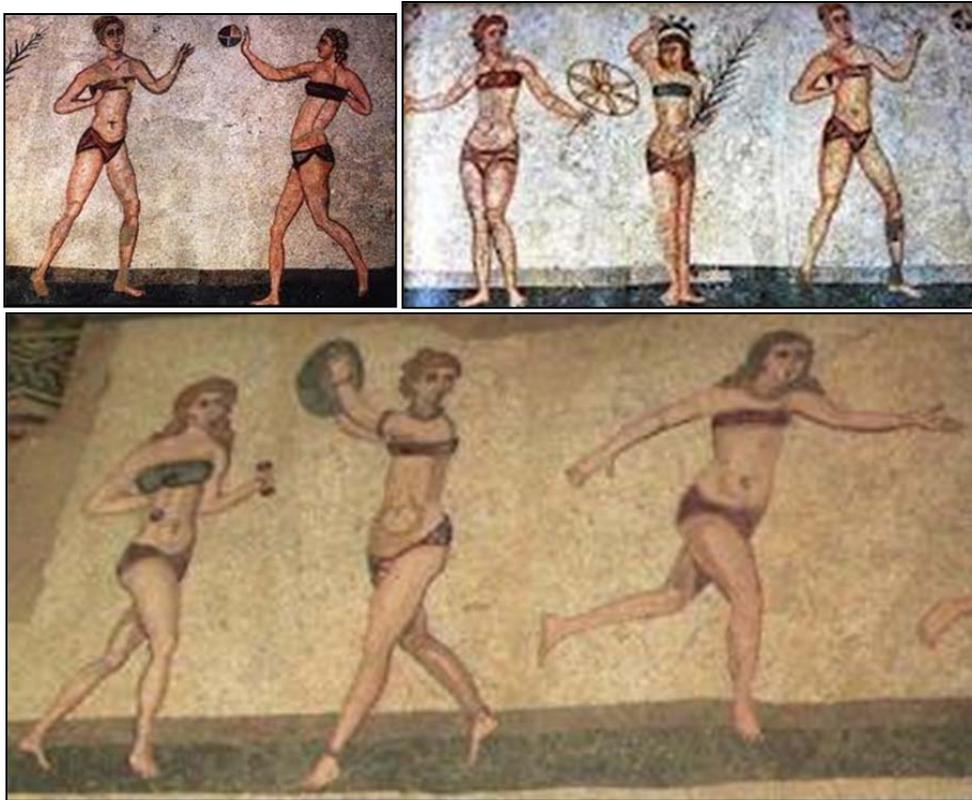
García Romero (2005, 2010) argumenta que cuatro siglos antes, en plena época clásica, Eurípides (1990, vv.595ss.) en un pasaje de la tragedia *Andrómaca* cuenta en boca de Peleo, que las mujeres lo hacían con un peplo: “ni aunque quisiera podría ser casta ninguna muchacha espartana, pues juntamente con los hombres, tras abandonar sus casas, con los muslos desnudos y los peplos sueltos, tienen pistas de carreras y palestras comunes, insoportables para mí”.

Normalmente la desnudez de la mujer es admitida en competiciones rituales pero sin la presencia de espectadores. Autores como Plutarco (1985, *Licurgo* 14.2 ss.), aunque también limita la desnudez a ciertas procesiones, si confirma la presencia de espectadores varones cuando afirma que el legendario legislador espartano, Licurgo:

... eliminando toda forma de molicie, educación sedentaria y feminidad, acostumbró a las muchachas no menos que a los muchachos a participar desnudas en procesiones y a cantar y a bailar en algunas festividades religiosas, estando presentes los jóvenes como espectadores...La desnudez de las doncellas no tenía nada de indecoroso, ya que estaba presente el pudor y ausente la incontinencia.

Sea como fuere, a diferencia del atleta masculino, las atletas en la antigua Grecia no pasaban de ser una rareza y una rareza es también su presencia en la pintura y la escultura grecorromana, a pesar de que cuerpos de mujeres atletas nos muestre el arte grecorromano desde las bailarinas y saltadoras del toro cretenses (catorce o quince siglos antes de Cristo) hasta las llamadas “muchachas en bikini”, las corredoras, saltadoras, discóbolos y jugadoras de pelota que aparecen en los espléndidos mosaicos de la villa siciliana de Piazza Armerina, a comienzos del siglo IV a.C. (García Romero, 2005: 186)

Figura 14.- Mosaicos de Villa Siciliana de Piazza Armerina (III y IV d.C)



Queda claro que la mujer hacía deporte y participaba en competiciones en la Antigua Grecia, pero su actividad física no se puede equiparar con la del hombre. Las desigualdades en el ámbito del ejercicio físico quedan latentes desde el inicio y como consecuencia las barreras creadas por estereotipos sociales y culturales establecidos, en ocasiones, persisten hoy, en el siglo XXI.

4.2.3. LA DESAPARICIÓN DE LA MUJER EN LA COMPETICIÓN DEPORTIVA. LA DIFERENCIA ENTRE JUEGOS Y DEPORTES

En cuanto a la práctica deportiva en general, el ciudadano romano es más un espectador que un deportista, la afición por el deporte griego, la competición, se transformó en afición al espectáculo (Fernández de Mier, 2005: 32). El romano antiguo era espectador, fundamentalmente⁸³, y de igual modo la mujer puede asistir a los espectáculos en el circo⁸⁴, sobre todo en época imperial cuando la mujer romana consigue mayor consideración social, aunque sin llegar a equipararse con el varón.

En el ámbito competitivo deportivo la participación de la mujer fue minoritaria, en época imperial existieron algunas competiciones (Assa, 1963: 443; García Romero, 2005: 197; Gazapo, 2010: 44), como las carreras de doncellas, torneos gimnásticos o incluso espectáculos de gladiadoras, aunque se prohibieron en el año 200 d.C.

Figura 15.- Mujeres gladiadoras. De Justo Lipsio. *Saturnalia Sermonum*, 1604



Pero la actividad deportiva femenina se centró fundamentalmente en las termas, en la época imperial mujeres y hombres pasaban largo tiempo en estos baños, que también contaban con gimnasios y lugares apropiados para el deporte. Además de nadar, como recreación, podían tener un entrenamiento con "fase previa de

⁸³ La consecuencia de la transformación en espectáculo hizo que los deportistas se convirtieran en profesionales "ejercían un oficio a cambio de una remuneración", el hombre griego "lo ejercía por afición o por la gloria que la victoria le reportaba" (Fernández de Mier, 2005: 32-33).

⁸⁴ En algunas épocas la mujer permanecía en los espectáculos del circo de pie al igual que los esclavos, pero en época Imperial, en el circo, hombres y mujeres ocupaban los mismos asientos (Mañas, 2003: 198).

calentamiento jugando a la pelota o corriendo detrás de un aro", halteras e incluso esgrima, también se podía realizar gimnasia médica pagando a los especialistas de entonces (Assa, 1963: 443).

En la Edad Media, la consolidación del cristianismo significó un cambio tremendamente importante para los ejercicios físicos, algunos autores dicen que con la llegada de la era cristiana se puso fin al deporte, sin embargo autores como Cagigal (1996:154-155) afirman que "el pueblo medieval fue más deportivo que el de nuestros días; entendiendo el concepto en su más pura acepción: la lúdica". Gazapo (2010:45-46), que apoya la teoría de Cagigal, afirma que en época medieval aparecen "dos ámbitos sociales nuevos de realización de la actividad física: el nobiliario y el popular. La caza, las justas y los torneos definieron los primeros y los juegos populares, a los segundos". Como consecuencia, y de forma general, desaparecen los ejercicios corporales educativos y los espectáculos atléticos, como se entendían en la antigüedad, dejando paso a otro tipo de prácticas (Mathys, 1966; Díaz Crespo, 1997-1998).

Sin embargo, aunque la participación de la mujer tuvo relevancia "en la primera no se concibe el ideal caballeresco sin dama. En la segunda, porque la actuación de la mujer en los juegos populares fue un hecho histórico real", aunque como el propio Gazapo (2010: 46) reconoce no se tienen noticias suficientemente estudiadas.

La mujer en la Edad Media practicó hípica y participó en la caza. Tuvo predilección por determinados juegos de pelota –llegó a practicar el fútbol, es decir la *soule* (Alcoba, 2001)- , practicó la natación y participó en carreras pedestres exclusivas para ellas. También existe constancia de su participación en el tenis y en el patinaje sobre hielo⁸⁵, e incluso, a finales de la Edad Media de luchas rigurosamente legales entre hombre y mujer (Robles, Álvarez y Fernández, 2005).

Desde el Renacimiento hasta el siglo XVII, el papel de las mujeres en el ámbito deportivo no se diferencia mucho a la etapa histórica anterior. Las mujeres de clases altas tenían una predilección por las danzas como entretenimiento, e incluso como formación, también se dedicaban a la caza y a la equitación. La mujer del pueblo sigue participando de los juegos populares, fundamentalmente practicaban el juego de pelota.

⁸⁵ Se tiene referencia en 1396 de Santa Lydwine, patrona de los patinadores, como una de las primeras mujeres patinadoras sobre hielo de la historia.

Entre las razones que alejaron a la mujer de las competiciones deportivas, muchas aún persisten en la actualidad, destacan la consideración del deporte como un obstáculo para la fecundidad, la visión pecaminosa por lo provocativo de la vestimenta deportiva y fundamentalmente se consideraba una afrenta a su feminidad, debido a que deporte “tanto en la antigüedad como en la era moderna ha sido construido como una exhibición de las cualidades físicas morales masculinas” (Alfaro, Bengoechea y Vázquez, 2010: 12)

Los juegos tradicionales y otras actividades físicas competitivas existentes en Inglaterra, pronto “derivan en prácticas lúdicas organizadas por unos entes específicos que estructuran la actividad bajo un estricto código reglamentario” (Bazaco, 2011:143). En el siglo XVIII se dio el paso de los juegos al deporte, al deporte moderno como hoy se entiende, que verá la luz en el siglo XIX, fundamentalmente para los hombres. Pero también es en este período donde se crean la mayor cantidad de estereotipos sobre las diferencias entre la mujer y el hombre, basadas directamente en diferencias anatómico – fisiológicas (Cadavid, Monsalve, Castro, Hopf, Florez y Patiño, 2000).

La incorporación de la mujer en el deporte fue minoritaria, lenta y muy desigual. Las mujeres no participarán de forma activa en el deporte hasta después de la Primera Guerra Mundial.

Entre las diferentes iniciativas legislativas y políticas más importantes del siglo XX sobre el deporte femenino, destaca en EE.UU. la enmienda de 1972 al Título IX de la Ley de Educación, que prohíbe la discriminación sexual en las instituciones educacionales, que reciben fondos federales, los cuales incluyen prácticamente a todas las instituciones en EE.UU. (Lichter, Lichter y Rothman, 1986)

Hoy en día las mujeres toman parte en todo tipo de competiciones y hay deportes en los que destacan de forma clara. En la actualidad, los encuentros de confrontación mixta sólo se producen en la equitación, vuelos transoceánicos, automovilismo y carreras a pie y en esquí, con participación de ambos sexos masiva.

En los Juegos de la XXX Olimpiada en Londres, las mujeres compitieron en todos los deportes incluidos en el programa. Un 44% de los 10.875 atletas inscritos eran

mujeres⁸⁶, en el caso de Estados Unidos las mujeres superaron en número a sus compañeros hombres, y todos los Comités Olímpicos Nacionales enviaron mujeres.

4.2.4. LA MUJER EN LOS JUEGOS OLÍMPICOS MODERNOS

El deporte moderno nace en el siglo XIX en Inglaterra como un signo de status y distinción de sectores privilegiados, con el amateurismo como bandera, pero pronto evoluciona hacia la práctica profesional. En el siglo XX pasa de estar entre las élites a estar entre la masa, y los medios de comunicación juegan un papel muy importante en este sentido.

La celebración de los primeros Juegos Olímpicos en Atenas en 1896 es la confirmación del nuevo impulso que se le da al fenómeno deportivo desde el punto de vista institucional, vía Movimiento Olímpico y Comité Olímpico Internacional. Los Juegos Olímpicos repercutirán en el resto del mundo, conformando y confirmando al deporte como un hecho social universal (González Ramallal, 2004).

En los primeros Juegos Olímpicos modernos no participaron mujeres porque su fundador, Pierre de Coubertin, argumentaba: “el deporte femenino no es práctico, ni interesante, ni estético, además de incorrecto”, “la presencia de la mujer en un estadio resultaba antiestética, poco interesante e incorrecta”, e incluso propuso su prohibición, “en las competiciones deportivas la participación de las mujeres debería estar absolutamente prohibida”.

En los segundos Juegos Olímpicos de 1900 en París, a pesar de la reticencia de Pierre de Coubertin, 22 mujeres de un total de 997 atletas compitieron en cinco deportes: Tenis, Vela, Croquet, Equitación y Golf. Pero sólo Golf y Tenis fueron pruebas femeninas oficiales (COI). La primera mujer laureada olímpica fue la tenista Charlotte Cooper, de Gran Bretaña, venciendo en la final individual de tenis a la francesa Prevost (Duránte, 2004).

El cambio era evidente, pero la prensa del momento recuerda que tuvo mucho rechazo al principio a la participación femenina. Legrand, en una crónica de 1903, con motivo de una marcha que se realiza en París en 1903 que reunió a 2.500 mujeres,

⁸⁶ Si tenemos en cuenta que en Sydney 2000 el 38% de los 10.382 atletas inscriptos eran mujeres y que estas compitieron en 25 de los 28 deportes, el avance es considerable.

piensa que: “la vista de esas jóvenes desmelenadas, sudorosas, extenuadas, fue para el deporte femenino una prueba desastrosa” (Alfaro, Bengoechea y Vázquez, 2010: 13).

Posteriormente fueron aumentando la participación de atletas femeninas tanto en número como en disciplinas en las que podían competir. Así, en los Juegos Olímpicos de 1904 en San Luis, se añadió el Tiro con Arco; o en los juegos de 1908 en Londres, donde las mujeres también participaron en las pruebas de Patinaje Artístico (tabla 12).

Pero el movimiento deportivo femenino no puede ser entendido sin la figura de la francesa Alice Melliat dejando a un lado sus méritos deportivos – siempre practicó deporte, especialmente remo⁸⁷ - intuyó, desde el primer momento, que los Juegos Olímpicos eran el gran escaparate del deporte, pero no entendía que las mujeres apenas tuvieran acceso a ellos. Melliat fundó en 1915 el *Club Fémina* de París para promover el deporte entre las mujeres de la ciudad, la Federación de Sociedades Femeninas de Francia (FFSF) en 1917, y en noviembre de 1921, con el apoyo de Estados Unidos, Gran Bretaña, Italia, Checoslovaquia y Francia, la *Fédération Sportive Féminine Internationale* (FSFI). Las reivindicaciones de sufragistas deportivas como Alice Melliat, hicieron que en 1920 la situación comenzara a cambiar (Bahamonde, 2011:117).

La intención de la FSFI era incluir las pruebas femeninas en los Mundiales de Atletismo, y aunque en un principio no lo consiguieron⁸⁸, las pruebas femeninas aparecieron por vez primera en el programa olímpico en Ámsterdam, en 1928. La FSFI se fusionó finalmente con la Federación Internacional de Atletismo (IAAF), en 1936, y se disolvió en 1938.

⁸⁷ Alice Melliat fue la primera mujer en obtener el diploma que hasta la fecha correspondía a remeros de larga distancia.

⁸⁸ La FSFI, al ver que la Federación Internacional de Atletismo (IAAF) no les escuchaba en el sentido de incluir pruebas femeninas en los Mundiales de Atletismo, organiza los primeros Juegos Mundiales Femeninos en el estadio Pershing de París el 20 de abril de 1922. Gotemburgo, Suecia en 1926 es sede de los segundos Juegos Olímpicos femeninos, evento que empezó a ser visto y seguido por los organizadores y dirigentes de los Juegos Olímpicos. La IAAF pretenderá acabar con la organización incluyendo los 100m y 800m, el salto de altura, el lanzamiento de disco y los relevos de 4×1000m, en los Juegos Olímpicos de 1928 en Ámsterdam y firmando un protocolo de acuerdo con la IAAF. Alice Melliat, no contenta con la poca atención de los Olímpicos del 28 y el 32 a su movimiento mundial, decide realizar en 1930 1934 los Juegos Mundiales Femeninos en Praga Checoslovaquia y Londres respectivamente.

A partir de este momento la participación femenina ha ido en aumento hasta nuestros días, también el número de deportes donde la mujer participa (tabla 12), aunque su participación siempre ha estado rodeada de polémica. Avery Brundage, miembro del COI, hablaba así de la participación femenina tras los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936:

Estoy harto de oír hablar de las mujeres competidoras de atletismo... su encanto desaparece a menos de cero. Como nadadoras y buzas, las chicas son bellas y hábiles, igual que son inefectivas y desagradables en atletismo.

En otra ocasión dijo:

Pienso que los eventos femeninos deberían reducirse a aquellos apropiados para las mujeres, como natación, tenis, patinaje artístico y esgrima, pero no lanzamiento de peso (Hargreaves, 1994).

En los deportes “femeninos” estaba bien vista la participación de las deportistas pero en los deportes “masculinos” no eran bien recibidas, algo que sigue vigente hasta nuestros días. El boxeo femenino no ha sido incluido en las especialidades olímpicas hasta Londres 2012, habiendo estado prohibido por ley en países como Italia hasta el año 2001.

En los últimos veinte años, el COI ha aumentado el número de eventos femeninos en el programa de los Juegos Olímpicos, con la colaboración de las Federaciones Internacionales y la Comisión Organizadora (tabla 12). Desde 1991 todos los deportes que se incluyan en el programa olímpico deben contemplar pruebas femeninas. Con la incorporación de las mujeres al Boxeo, por primera vez, las mujeres han competido en todos los deportes del programa olímpico de verano, y será en el año 2014, con la incorporación de la prueba de Salto de Esquí femenina, cuando se complete la incorporación plena de las mujeres a todas las pruebas del programa olímpico, esta vez en los Juegos Olímpicos de Invierno. Bajo la presidencia de Juan Antonio Samaranch (presidente del Comité Olímpico Internacional entre 1980 y 2001) se permitió a las deportistas olímpicas ser recompensadas económicamente utilizando sus propias cuentas (Macías, 1999: 42).

Tabla 12. Evolución de la presencia femenina en los Juegos Olímpicos de Verano⁸⁹

Lugar	Año	Países que enviaron atletas femeninas	Atletas femeninas	Deportes / disciplinas donde se incorpora la mujer
Atenas	1896	0%	0%	
Paris	1900	21%	2,2%	Tenis, Golf
San Luis	1904	8%	0,9%	Tiro al Arco
Londres	1908	9%	1,8%	Tenis, Patinaje artístico
Estocolmo	1912	32%	2%	Natación
Amberes	1920	45%	2,4%	
París	1924	45%	4,4%	Esgrima
Ámsterdam	1928	54%	9,6%	Atletismo, Gimnasia
Los Ángeles	1932	49%	9%	
Berlín	1936	55%	8,3%	Esquí alpino
Londres	1948	54%	9,5%	Piragüismo
Helsinki	1952	59%	10,5%	Deportes ecuestres
Melbourne / Estocolmo	1956	51%	13,3%	
Roma	1960	54%	11,4%	Patinaje de velocidad
Tokio	1964	57%	13,2%	Voleibol, Trineo
Ciudad de México	1968	48%	14,2%	
Múnich	1972	54%	14,6%	
Montreal	1976	70%	20,7%	Remo, Baloncesto, Balonmano
Moscú	1980	70%	21,5%	Hockey hierba
Los Ángeles	1984	68%	23%	Tiro, Ciclismo
Seúl	1988	74%	26,1%	Tenis, Tenis de Mesa, Vela
Barcelona	1992	79%	28,8%	Bádminton, Judo, Biathlon
Atlanta	1996	85%	34%	Fútbol, Softbol
Sídney	2000	96%	38,2%	Levantamiento de pesas, Pentatlón, Triatlón, Taekwondo
Atenas	2004	96%	40,7%	Lucha
Pekín	2008	96%	42,4%	BMX (Bicycle Moto Cross)
Londres	2012	100%	44%	Boxeo

Elaboración propia

Fuente: página oficial el COI (<http://www.olympic.org>)

⁸⁹ Los datos que refleja la tabla 12 corresponden a los datos publicados por el Comité Olímpico Internacional (COI) en su página oficial <http://www.olympic.org/> (última consulta el 01-11-2012). Los datos ofrecidos por el COI en gran medida no coinciden con los ofrecidos por el COE, tampoco con las estadísticas publicadas en la mayoría de los medios de comunicación, por lo que llama la atención que en Londres 2012 la participación femenina mundial supuso un 44%, según fuentes oficiales, y no un 46% como indican gran parte de las informaciones publicadas en los medios.

Entre las mujeres que han marcado un hito en la historia de los Juegos Olímpicos, además de Charlotte Cooper como primera laureada olímpica, destacan: Fanny Blankers-Koen que ganó cuatro oros en Londres 1948 (100 metros, 200 metros, 80 metros vallas y relevos de 4 x 100 metros); la más laureada, Larissa Latynina, gimnasta ucraniana -aunque compitió por la URSS dado a que en aquellos años Ucrania aún no era un país sino una provincia-, que consiguió un total de 9 oros, 5 platas y 4 bronce en tres Juegos Olímpicos consecutivos (desde 1956 a 1964); Enriqueta Basilio Sotelo, corredora de salto vallas, que se convirtió en la primera mujer en portar y encender la llama Olímpica en 1968 en México; la Sueca Kerstin Palm, la mujer que ha competido en más ediciones de los Juegos Olímpicos, siete ediciones consecutivas (de 1964 a 1988); Nadia Comaneci, gimnasta rumana, consiguió la máxima puntuación otorgada en esta competición olímpica en toda su historia, un 10 en Montreal 1976, y ganó un total de 5 oros, 3 platas y 1 bronce en dos Juegos consecutivos (desde 1976 a 1980); la corredora americana Joan Benoit que ganó la medalla de oro en la primera maratón olímpica femenina - los Ángeles 1984 - con un tiempo de 2:24:52, su tiempo habría ganado 11 de las 20 maratones olímpicas anteriores para hombres; y también en los Ángeles la atleta marroquí Nawal El Moutawakel que ganó la medalla de oro de los 400 metros vallas, convirtiéndose así en la primera mujer de un país islámico que ganaba una medalla olímpica y en la primera mujer africana que ganaba una medalla de oro (Durántez, 2004).

En España, ámbito de la investigación, destacan cuatro tenistas que, aunque no ganaron la competición, fueron las primeras en participar en unos Juegos Olímpicos en París 1924: I. Fondorona, M.I. Marnet, Rosa Torras Buxeda y Elia María Álvarez González López-Chichén, Condesa de la Valdené, más conocida como Lili Álvarez que consiguió el mejor puesto llegando a cuartos de final (Durántez, 2004:178).

Fue Blanca Fernández Ochoa la primera deportista española que ganó una medalla Olímpica, en este caso de bronce en el eslalon gigante en los Juegos Olímpicos de Invierno de Albertville 1992.

Miriam Blasco fue la primera campeona olímpica española. En los Juegos de Barcelona'92 el 31 de julio venció a su rival británica en la final de judo para peso ligero consiguiendo así la primera medalla de oro olímpica para una española. Barcelona'92 fue "un antes y un después" y reconoció que fue importante para las mujeres españolas porque "conseguimos abrirnos la puerta del deporte olímpico

español" y "yo tuve la suerte de ser la primera, pero en esos Juegos hubo otras muchas⁹⁰".

En Barcelona las deportistas españolas consiguieron 8 medallas, cuatro eran de oro – dos en Judo, la ya mencionada Miriam Blasco y Almudena Muñoz Martínez; una en Vela Theresa Zabell Lucas y Patricia Guerra Cabrera; una en Hockey con el equipo formado por: M^a Carmen Barea Cobos, Sonia Barrio Gutiérrez, Mercedes Coghen Alberdingk-Thijm, Celia Correa Giner, Natalia Dorado Gómez, Nagore Gabellanes Marieta, María Victoria González Laguillo, Anna Maiques Dern, Silvia Manrique Pérez, Elisabeth Maragall Verge, María Isabel Martínez de Murguía Embarba, Teresa Motos Izeta, Nuria Olivé Vancells, Virginia Ramírez Merino, M^a Ángeles Rodríguez Suárez, Maider Tellería Goñi – tres medallas de plata - Natalia Vía-Dufresne Pereñaen Vela; Arantxa Sánchez Vicario y Conchita Martínez Bernat en tenis; y Carolina Pascual Gracia en Gimnasia Rítmica - y una medalla de bronce - Arantxa Sánchez Vicario en Tenis – fueron los mejores resultados conseguidos hasta el momento (Durántez, 2004).

Los Juegos Olímpicos de Barcelona supusieron un hito en el deporte español, los resultados son los mejores alcanzados hasta el momento con un total de 22 medallas, 13 de ellas de oro. La participación femenina en estos Juegos fue de un 28,8%, 2704 mujeres de un total de 9356 deportistas de 169 países. La participación española con un total de 430 deportistas, de las que 128 eran mujeres supuso un 29,8%, supera el porcentaje internacional.

En los Juegos de Verano Atlanta 1996 participaron 196 países. Por parte de España participaron 290 deportistas, de los que 95 eran mujeres, el 32,8%. De las diecisiete medallas conseguidas por la delegación española, seis las consiguieron mujeres, dos eran de oro – el equipo de Gimnasia rítmica compuesto por Marta Baldó, Nuria Cabanillas, Estela Giménez, Lorena Guréndez, Tania Lamarca, Estíbaliz Martínez; y en vela Begoña Vía-Dufresne, Theresa Zabell -, una de plata - Arantxa Sánchez Vicario en tenis- y tres de bronce – dos en judo, Yolanda Soler Grajera e Isabel Fernández Gutiérrez; y una en tenis, Conchita Martínez y Arantxa Sánchez Vicario, en dobles femenino-.

⁹⁰ As [en línea]. "“El deporte femenino necesita ser más visible”". 09 de marzo de 2011. http://www.as.com/mas-deporte/articulo/deporte-femenino-necesita-ser-visible/20110309dasdaimas_1/Tes [consulta: 12 de octubre de 2012].

Tabla 13. Evolución de la participación española en los Juegos Olímpicos de Verano⁹¹ según género

Lugar	Año	Mujeres	Hombres	% de atletas femeninas
Atenas	1896	0	0	
París	1900	0	3	0%
San Luis	1904	0	0	
Londres	1908	0	0	
Estocolmo	1912	0	0	
Amberes	1920	0	31	0%
París	1924	4	123	3,1%
Ámsterdam	1928	0	85	0%
Los Ángeles	1932	0	6	0%
Berlín	1936	0	0	
Londres	1948	0	63	0%
Helsinki	1952	0	29	0%
Melbourne / Estocolmo	1956	0	6	0%
Roma	1960	11	136	7,5%
Tokio	1964	3	50	5,7%
Ciudad de México	1968	2	126	1,6%
Múnich	1972	5	118	4,1%
Montreal	1976	11	104	9,6%
Moscú	1980	9	147	5,8%
Los Ángeles	1984	16	167	8,7%
Seúl	1988	31	198	13,5%
Barcelona	1992	128	302	29,8%
Atlanta	1996	95	195	32,8%
Sídney	2000	105	219	32,5%
Atenas	2004	138	182	43,1%
Pekín	2008	122	164	42,7%
Londres	2012	112	169	39,9%

Elaboración propia

Fuente: página oficial del COE (<http://www.coe.es/>)

⁹¹ Los datos que reflejan las tablas 13 y 14 corresponden a los datos publicados por el Comité Olímpico Español (COE) en su página oficial <http://www.coe.es/> (última consulta el 01-11-2012). Es importante destacar que gran parte de los datos del COE no coinciden con otras publicaciones emitidas por el propio organismo, tampoco las estadísticas publicadas en prensa, por lo que llama la atención que en Londres 2012 la participación femenina española supuso un 39,9%, según fuentes oficiales. Sin embargo, en la prensa se ha publicado que la participación española femenina ha sido de un 42%, destacando que ha sido su mejor dato, y citan al COE como fuente. El COE valida los datos oficiales ofrecidos por su página oficial.

Tabla 14. Evolución de la participación española en los Juegos Olímpicos de Invierno según género

Lugar	Año	Mujeres	Hombres	% de atletas femeninas
Chamonix	1924	0	0	
St. Moritz	1928	0	0	
Lake Placid	1932	0	0	
Garmisch-Partenkirchen	1936	2	4	33,33%
St. Moritz	1948	0	6	0%
Oslo	1952	0	4	0%
Cortina D'Ampezzo	1956	0	14	0%
Squaw Valley	1960	1	3	25%
Innsbruck	1964	0	6	0%
Grenoble	1968	0	19	0%
Sapporo	1972	1	2	33,33%
Innsbruck	1976	0	4	0%
Lake Placid	1980	4	5	44,44%
Sarajevo	1984	3	10	23,07%
Calgary	1988	4	7	36,36%
Albertville	1992	4	13	23,52%
Lillehammer	1994	3	8	27,27%
Nagano	1998	2	6	25%
Salt Lake	2002	1	3	25%
Turín	2006	5	6	45,45%
Vancouver	2010	4	9	30,76%

Elaboración propia

Fuente: página oficial del COE (<http://www.coe.es/>)

En Sydney 2000, de las once medallas conseguidas por la delegación española, cuatro las consiguieron mujeres, una de oro - Isabel Fernández Gutiérrez, en judo – y tres de bronce - María Vasco en 20 km marcha; Margarita Fullana Riera en ciclismo de montaña; y Nina Zhivanevskaya en natación -. En los Juegos Olímpicos de Verano celebrados en Australia participaron 10651 deportistas de los que 4069 eran mujeres, 38,2%. Por parte de España la participación femenina supuso el 32,5% del total de los deportistas 324 de los que 105 eran mujeres.

En los Juegos de Verano de 2004, en Atenas, la cuna de los Juegos Olímpicos, 4.329 mujeres, un 40,7% de la totalidad de los atletas⁹², compitieron y establecieron un récord de participación femenina en unos Juegos Olímpicos. En España el 43,1% de los 320 inscritos fueron mujeres, estableciendo un récord no superado tanto en porcentaje como en número de mujeres. De las diecinueve medallas de la delegación española

⁹² En total, 10.500 atletas disputaron los Juegos Olímpicos de Atenas 2004.

cuatro las ganaron las mujeres, tres de plata - Conchita Martínez Bernat, Virginia Ruano Pascual en tenis; María Quintanal Zubizarreta en tiro; y en vela Natalia Vía-Dufresne Pereña, Sandra Azón Canalda - y un de bronce - Patricia Moreno Sánchez en la prueba de suelo, gimnasia artística -, también Beatriz Ferrer-Salat consiguió dos medallas en hípica, pruebas mixtas, una de plata por equipos y una de bronce individual.

En Pekín 2008 se vuelve a batir el récord de participación femenina a nivel mundial, de un total de 11.328 deportistas de 206 países un 42,4% fueron mujeres. Por España participaron un total de 286 deportistas de los que un 42,7% eran mujeres, baja un punto con respecto a las anteriores la participación femenina española, pero se mantiene por encima de la media internacional. En esta ocasión de las dieciocho medallas conseguidas por la delegación española cuatro fueron merito de las mujeres, tres de plata - Anabel Medina y Vivi Ruano, en tenis; y dos en natación sincronizada, el dúo, Andrea Fuentes y Gemma Mengual, y por equipos, Alba Cabello, Raquel Corral, Andrea Fuentes, Thais Henríquez, Laura López, Gemma Mengual, Gisela Morón (reserva), Irina Rodríguez y Paola Tirados - y una de bronce - Leire Olaberria en ciclismo en pista -.

En los últimos Juegos celebrados el pasado verano, Londres 2012, la participación femenina aumentó llegando al 44%. En el caso español participaron 169 hombres y 112 mujeres, la participación femenina no llega al 40%. Once de las diecisiete medallas llevan nombre de mujer, por primera vez las mujeres consiguen sumar más metales al casillero nacional.

De las once medallas femeninas dos fueron de oro - Marina Alabau en el windsurf femenino; y Támara Echegoyen, Sofia Toro Prieto-Puga, Ángela Pumariega en vela -, seis de plata - dos en natación, merito de Mireya Belmonte en los 200 metros mariposa y en 800 metros libres; Andrea Fuentes y Ona Carbonell en el dúo de natación sincronizada; selección española de waterpolo femenino compuesta por Marta Bach, Andrea Blas, Ana Copado, Anna Espar, Laura Ester Ramos, María del Carmen García, Laura López, Ona Meseguer, Lorena Miranda, Matilde Ortíz, Jennifer Pareja, María del Pilar Peña, Roser Tarragó; y, en taekwondo, Brigitte Yagüe -; cuatro de bronce - la selección femenina de balonmano compuesta por Macarena Aguilar, Nely Carla Alberto, Jessica Alonso, Vanessa Amorós, Andrea Barno, Mihaela Ciobanu, Verónica María Cuadrado, Patricia Elorza, Beatriz Fernández, Begoña Fernández, Marta López, Marta Elisabet Mangué, Silvia Navarro y Elisabeth Pinedo; el equipo

español de natación sincronizada, Clara Basiana, Alba María Cabello, Ona Carbonell, Margalida Crespi, Andrea Fuentes, Thaïs Henríquez, Paula Klamburg, Irene Montrucchio y Laia Pons; Maialen Chourraut en la categoría de aguas bravas de piragüismo; y Maider Unda en lucha libre. Además las mujeres consiguieron once de los treinta diplomas españoles.

En la historia de los Juegos Olímpicos, España ha tenido dos mujeres abanderadas en los de verano - la Infanta Cristina en Seúl 1988 (aunque participaba como reserva en el equipo de vela) e Isabel Fernández (yudo) en Atenas 2004 – y tres en los de invierno - Blanca Fernández Ochoa en Sarajevo 1984 y Albertville 1992, Ainhoa Ibarra Astelarra en Calgary 1988 y en Lillehammer 1994 y María José Rienda Contreras en Turín 2006 – todas deportistas de la especialidad esquí alpino.

Londres 2012 será recordado como los Juegos de la mujer, pero no sólo en España, donde por primera vez las mujeres superan las medallas logradas por los hombres - once de diecisiete -, también en el mundo donde la participación femenina ha supuesto un 44% del total y por primera vez los 204 países contaban con mujeres en su equipo, entre los que destacan Catar, Arabia Saudí y Brunei. Pero no hay que olvidar, como destaca Javier Olivera (2012) en el editorial de la revista *Apunts. Educación Física y deportes*, que:

Las mujeres deportistas y olímpicas todavía están claramente discriminadas en los diversos países del mundo olímpico, incluso en los países más progresistas y con mayor potencial, en algunos países su presencia en los Juegos está cuestionada y sólo esfuerzos importantes e imaginación permiten desbloquear la situación, en otros su presencia, participación y vestimenta está limitada por tradiciones religiosas y culturales (Olivera, 2012: 9)

El COI se ha comprometido a la igualdad de género en deporte. La Carta Olímpica del 8 de Julio de 2011 establece que uno de los papeles del COI es “fomentar y apoyar la promoción de las mujeres en el deporte a todos los niveles y en todas las estructuras, con el fin de aplicar el principio de igualdad entre hombres y mujeres” (artículo 2, párrafo 7). Su compromiso se extiende más allá de sus esfuerzos por incrementar la participación de la mujer en los Juegos Olímpicos. También se reconoce que la igualdad de género es un factor crítico de la administración deportiva y continúa apoyando la promoción de las mujeres y las niñas en el deporte a todos los niveles y estructuras.

Existe un bajo porcentaje de mujeres en los distintos comités olímpicos, su pobre representación como técnicas y dirigentes deportivos y su presencia minoritaria y restringida en las distintas delegaciones olímpicas. Por una cuestión de tradición y marginación secular las mujeres han estado siempre en un segundo plano en el amplio complejo del Movimiento Olímpico y las Olimpiadas (Olivera, 2012: 8-9).

El gran reto del siglo XXI es la participación de la mujer en aspectos de dirección deportiva. Juan Antonio Samaranch, Presidente del COI desde 1980 hasta 2001, decía:

Afortunadamente, la mentalidad respecto a las mujeres ha evolucionado enormemente con el paso del tiempo, lo que, naturalmente, ha repercutido en el movimiento Olímpico (Contrecha, 2000).

Él fijó como prioridad al ser elegido Presidente del COI en 1980 que las mujeres tendrían acceso a la directiva del COI y efectivamente desde 1981, por primera vez en la historia Olímpica, las mujeres son elegidas como miembros del COI. Las dos primeras mujeres miembros del Comité Olímpico Internacional fueron Flor Isava Fonseca (Venezuela) y Pirjo Haggman (Finlandia).

En 1990, por primera vez en la historia del COI, una mujer, Flor Isava Fonseca, fue elegida para ocupar un cargo ejecutivo, y en 1997, otra mujer, Anita DeFrantz, se convirtió en Vicepresidenta del COI (1997-2001). En el año 2004 Gunilla Lindberg también fue elegida como Vicepresidenta del COI.

La primera conferencia Internacional sobre la mujer y el deporte tuvo lugar en Brighton, Reino Unido, del 5 al 8 de Mayo de 1994, y fue organizada por el British Sport Council, con el apoyo del Comité Olímpico Internacional; allí se reunieron los responsables de las políticas y decisiones del mundo deportivo. La conferencia decidió establecer y desarrollar una estrategia internacional para el deporte femenino que abarque todos los continentes. Uno de los objetivos del documento o declaración de Brighton es el desarrollo de una cultura deportiva que permita y valore la plena participación de las mujeres en todos los campos del deporte.

En octubre de 1996, se organizó en Lausana la primera conferencia mundial sobre Mujer y Deporte, se evaluaron los avances realizados en el área de la mujer y el deporte; se escucharon y compartieron experiencias y además se definieron políticas para promover el liderazgo femenino en la familia Olímpica. El COI se fijó como meta que para finales del 2000 en todos los Comités Olímpicos Nacionales y en todas las

Federaciones Internacionales el 10% de los cargos directivos deberían ser ocupados por mujeres, y el 20% para el 2005.

La IV Conferencia Mundial del COI sobre Mujer y Deporte en Jordania, celebrada en marzo de 2008, concluyó con un plan de acción más fuerte, donde se volvió a recordar el papel de los medios de comunicación como promotores de la igualdad de género.

La V edición se celebró en Los Ángeles, EE.UU., en febrero de 2012 con la asistencia de más de 700 delegados de 121 países. Los delegados aprobaron por unanimidad “La Declaración de Los Ángeles”, con una serie de recomendaciones destinadas a la promoción de género, a la igualdad en el deporte y el uso del deporte como herramienta para mejorar las vidas de las mujeres alrededor del mundo. La Declaración se centró en dos temas principales: la necesidad de incorporar más mujeres en la gestión y liderazgo; y la necesidad de aumentar la colaboración de asociaciones, especialmente con la ONU, para promover la igualdad de género.

El estudio realizado en enero de 2010 por el Comité Olímpico Internacional y el Instituto de Política del Deporte y el Tiempo Libre de la Universidad de Loughborough (Reino Unido) titulado *Women, Leadership and the Olympic Movement* destaca mejoras, aunque no las deseadas, en este ámbito. Destaca que las mujeres representan en las juntas ejecutivas de los Comités Olímpicos Nacionales el 17,6%, dos décimas más que en el mismo informe realizado en el 2004, también hay un aumento de presidentas y secretarías nacionales. En la actualidad la meta fijada para el 2005 del 20% de mujeres ocupando cargos directivos en el COI no se ha completado. Hoy en día no se ha conseguido, solo veinte de los ciento seis miembros del COI son mujeres, lo que supone un 18,8% en el año 2012. En España de los 119 miembros del COE, que son nombrados por elección, 103 son varones y 16 mujeres, es decir, sólo un 13,45% de mujeres está en el espacio de toma de decisiones.

Tabla 15.- Mujeres en el ámbito de la dirección deportiva

	Comités Olímpicos Nacionales	Federaciones Internacionales
Mujeres en juntas ejecutivas	17.6%	18.0%
Presidentas	4%	3.2%
Secretarías Generales	9%	3.9%

Elaboración propia

Fuente: International Olympic Committee e Institute of Sport y Leisure Policy (2010)

En el siglo XX la mujer en el ámbito competitivo ha logrado la consideración de deportista, en todos los sentidos, y se ha hecho efectiva durante el siglo XXI con la incorporación a todos los deportes. El cambio de paradigma a nivel internacional es un hecho, aunque la incorporación no es igual en todos los países. El reto del siglo XXI es la plena incorporación de la mujer al ámbito de la gestión deportiva.

Esperamos que lo que vamos a decir sobre la representación de género en los medios lo tomen en serio los directores de los medios (Abebech Wolde. GMMP, 2010)

5. INVESTIGACIÓN SOBRE LA IMAGEN DE LAS MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Aunque existe numerosa producción científica sobre mujer y medios de comunicación y mujer y deporte, es reseñable que la unión de los dos ámbitos de los que se ocupa esta investigación, mujer deportista y prensa deportiva, rara vez son objeto de estudio específico (Fink y Kensicki, 2002). Como consecuencia, la revisión de la producción científica se centra en aquellas investigaciones donde se analiza el tratamiento de la información en los medios de comunicación y que incluyen la perspectiva de género, de manera directa o indirecta, y de las que incluyen como objeto de estudio la información deportiva, aunque el análisis englobe a medios generalistas.

5.1. INFORMACIÓN GENERALISTA

En el ámbito de los Estudios de Mujeres, una de las líneas de investigación más prolífera son los que centran sus intereses en el tratamiento que los medios de comunicación ofrecen de la situación de la mujer con respecto a la del hombre en los medios de comunicación, es decir, los que abordan la representación del género.

A nivel internacional destacan Courtney y Lockeretz (1971) que realizaron uno de los primeros estudios en los que se relacionaban las categorías de género y comunicación. Aunque el análisis se centra en el discurso publicitario utilizan el análisis de contenido como herramienta, de ahí su importancia, que pronto se convertiría en un recurso metodológico común en otras investigaciones interesadas en el estudio de la representación de género en la publicidad, Culley y Benet (1976), Belkaoui y Belkaoui (1976) y Williamson (1978).

Las primeras investigaciones centradas en los medios de comunicación concluyen que los medios reflejan la “realidad” pero que a menudo es sesgada, “solo reflejan un porcentaje” (Ghanem, 1996; Tuchman, 1978a; Funkhouser, 1973). A este respecto, Tuchman (1978a y b) sostiene que las noticias en particular y los medios de comunicación en general construyen una versión de la realidad que no se puede correlacionar con la realidad misma, pero normalmente sirve para legitimar el statu quo.

Entre los primeros estudios de análisis de los contenidos de información destacan los relacionados con el medio televisivo donde se introdujo por primera vez la idea de que los estereotipos están claramente relacionados con el consumo televisivo (Tan, 1982; Zemach y Cohen, 1986). Litchter, Litchter y Rothmann (1986) analizaron el papel de la mujer como presentadora y la imagen que de ellas ofrecían las series de televisión norteamericanas, entre 1975 y 1985.

Todos los estudios ponen de manifiesto la escasa incidencia que el género femenino tiene en cuanto a la producción de contenidos o el diseño, desarrollo y producción de la programación y puesta en marcha de la misma. Tal y como establecieron Tuchman (1983) y Gallagher (1983 y 1987), la mujer como periodista tenía menos oportunidades de formar parte de la estructura jerárquica de los medios de comunicación, al encontrarse éstos dominados por hombres.

Los estudios de Margaret Gallagher (1983 y 1987) se asientan sobre la hipótesis de que la imagen que de las mujeres ofrecen los medios está relacionada con la estructura interna de éstos. Afirma en su estudio “Unequal Opportunities” (1983: 40) que “el personal femenino de los medios de comunicación social ocupa una posición claramente desventajosa en comparación con la de sus colegas masculinos” y esto influye en la imagen que de la mujer ofrecen.

En esta línea también Gaye Tuchman con su libro “La producción de la noticia” (1983) y, en los años noventa, Martha Burkle (1998) en “La post-televisión y la construcción de la sexualidad de la mujer”, reafirman esta tesis.

Por otro lado, Pearson, Turner y Todd- Mancillas (1993) en “Comunicación y género”, ofrecen una visión global de las investigaciones que se realizan a propósito de las relaciones comunicativas entre las mujeres y los hombres, analizando las diferencias y similitudes de los comportamientos comunicativos en los contextos privado e íntimo, público y de los medios de comunicación.

En el siglo XXI, los estudios sobre mujer y medios de comunicación se han generalizado. Instraw (2005) realiza una revisión de la influencia de los medios de comunicación como potenciales agentes de cambio con relación a la igualdad de género; sin embargo, denuncia que también pueden contribuir a la difusión de una imagen estereotipada de la mujer que refuerza su subordinación en una sociedad patriarcal.

El Proyecto Global de Monitoreo de Medios (1995, 2000, 2005, 2010⁹³) es el estudio longitudinal más grande sobre la representación de las mujeres en los medios de comunicación del mundo. Los objetivos fundamentales de esta investigación internacional denominada Global Media Monitoring Project: Women's Participation in the News 1995 (GMMP 1995), fueron los de crear una corriente solidaria y sensibilizada a nivel internacional, generar conciencia en los medios y fomentar el análisis desde la perspectiva de género. En los cuatro informes se analiza a los protagonistas, los periodistas y las fuentes de las informaciones publicadas en la prensa, la radio y la televisión generalista a nivel internacional. En el informe de 1995 un 17% de las informaciones eran protagonizadas por la mujer y en el del 2010 este porcentaje asciende a un 24%. En el último informe publicado en el año 2010 se observan mejoras significativas a nivel mundial de la presencia de la mujer en la información, el incremento es lento aunque constante.

Por lo que respecta a los estudios sobre la variable de género en España, habría que señalar una serie de investigaciones que continúan la estela de las iniciadas a nivel internacional. Entre los estudios pioneros en nuestro país destacan los de Franquet (1982) "Por un discurso no androcéntrico en los medios de comunicación"; Fagoaga y Secanella (1984) "Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española"; Comas i Marine (1988) "Mujer y medios de comunicación en España"; o el de Franquet (1991) "La mujer: sujeto y objeto de la información radiotelevisiva".

Concha Fagoaga y Petra Secanella (1984:13) destacan en su estudio sobre la prensa de Madrid y Barcelona, que la representación femenina en la prensa supone sólo el 7%. También incluye un análisis de la dirección de los diarios donde la presencia de la mujer es de un 6,5%.

⁹³ Realizado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) en el informe del 2010 participaron 108. Se analiza prensa, radio y televisión.

Pero el estudio de referencia, en la línea marcada por Gallagher, es el que realizó Natividad Abril titulado “La presencia de las mujeres en los medios de comunicación: propietarias, directivas, reporteras” para el Instituto de la Mujer, Madrid (1998), aunque no establece relaciones entre la imagen de la mujer y los puestos directivos en los medios de estas. El informe señala que la representación de la mujer en el ámbito de los consejos de administración de los medios de comunicación escritos y audiovisuales, a nivel de grupo o en el propio medio, no alcanza ni siquiera el 1%. Y añade que el único puesto de televisión en el que hay más mujeres que hombres es el de azafata o auxiliar en los concursos.

Juana Gallego (1998) realiza un estudio en la línea del realizado por Fagoaga y Secanella catorce años antes, donde se demuestra que la evolución en el sector de la prensa escrita es casi nula cuando se habla de puestos de responsabilidad. Más tarde, en su estudio “La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género” (2002), Gallego se centra en cómo se establecen los criterios de selección de la información que llega a las redacciones y concluyen que la incorporación de las mujeres no cambia cualitativamente el tratamiento informativo.

Ana Jorge Alonso (2004) analiza la imagen y la presencia femenina en Canal Sur TV. Concluye que el dominio casi absoluto del hombre en lo que respecta a puestos de responsabilidad influye en la presencia mayoritaria de imágenes masculinas, al margen de una presencia casi igualada de redactores y redactoras.

López Díez (2004 y 2005) niega que algún estudio demuestre que las periodistas, por el sólo hecho de ser mujeres, tengan mayor cuidado en la representación no estereotipada de las mujeres y de los hombres.

En el caso de la Comunidad Autónoma Vasca, Rosa Martín y Mila Amurrio (2007) en una investigación desarrollada sobre los periodistas que trabajan en informativos en medios audiovisuales constataban que entre los periodistas jóvenes destacan las mujeres (hasta un 65% del total de la franja de los 20 a los 25 años) mientras que, a medida que aumenta la edad, esa proporción disminuye drásticamente hasta dar literalmente, la vuelta.

El equipo de la UPV/EHU dirigido por Iñaki Zabaleta (2007), referencia que las mujeres se concentran en cargos de poca responsabilidad y en áreas consideradas tradicionalmente como periféricas (revistas especializadas, medios locales, gabinetes

de comunicación, etc.), mientras que la situación en secciones masculinas como los deportes, es todavía más negativa.

En esta línea, un estudio más reciente, el Coordinado por Ruth Mateos de Cabo (2007: 124), bajo el mismo título que el de Natividad Abril, promovido por la Dirección de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid, donde sí se establece esta relación. En este estudio se constata que:

Las mujeres tienden a incluir a más mujeres en las noticias que firman que los hombres. Por otro lado, la presencia de mujeres en los cargos de responsabilidad de las redacciones influye positivamente en el porcentaje de mujeres que aparecen en las noticias.

Las investigaciones sobre contenidos, desde los primeros estudios a los últimos - independientemente del medio analizado y la temática en la que se centra la investigación - denuncian la invisibilidad de la mujer. También constatan que cuando aparecen, los medios tienden a destacar informaciones donde prima el conflicto, actividades ornamentales, triviales, y el enfrentamiento de posturas, minimizando sus logros y aportaciones (Fagoaga y Secanella, 1984; Bueno, 1996; López Díez, 2002, 2004, 2008; Diezhandino, 2008, 2009; Franquet, 1992, 2002; Franquet, Luzón y Ramajo, 2007; Herrero, 2010). Parece ser que a pesar de que la mujer se incorpora a los medios de comunicación, adquiriendo un rol profesional, no se han producido los cambios en relación al panorama descrito en los medios de comunicación.

Pilar López Díez realiza dos estudios sobre el tratamiento mediático de la mujer en los informativos de radio y televisión (2002, 2005). Al comparar los datos aportados por estas investigaciones, explica que a pesar del incremento de las mujeres como protagonistas y actrices del debate político, más en TV - pasan del 18% al 21% - que en radio - donde se mantiene el porcentaje en un 15% -, un gran número de mujeres que aparecen en los informativos lo hacen como "ilustración" de la noticia (no se declara ni su nombre y apellidos, ni su profesión).

Franquet, Luzón y Ramajo (2007) llegan a la conclusión de que en los medios *online* se sigue la tradición de representación de género en la que el hombre aún es objeto y sujeto mayoritario de las noticias. Un 82% de las menciones de género contabilizadas son masculinas, frente al 17% que son femeninas. Respecto a la utilización de nombres propios, en un 46% se utiliza cuando hay mención de género masculino, en contraposición al 26% cuando la mención es femenina. Cifras que destaca el gran

desequilibrio de la representación de género existente en los contenidos informativos *on-line*.

M^a Pilar Diezhandino ha coordinado y dirigido diversos proyectos. En todos se analiza el género, tanto de los protagonistas de las informaciones como el de las fuentes. Y el resultado siempre es el mismo: el perfil del personaje que aparece mayoritariamente en las noticias es el de un político de género masculino - Hombre: 88,5% y Mujer: 8,4% (2008); Hombre: 62,73% y Mujer: 11,92% (2009) -; y lo mismo ocurre con las fuentes, la mujer es apenas visible - Hombre: 59,29% y Mujer: 10,63% (2008). Y aún en los casos en los que se incurre en 'el pecado' periodístico de eludir la referencia a las fuentes, en un 97,63% de los casos en la información referida a la inmigración, el género es preferentemente masculino: Hombre: 2,03% y Mujer: 0,34% (2009).

El perfil del personaje que aparece en las noticias en todos los medios analizados es el de un político y varón. Tanto en el papel de protagonista o personaje de la historia que se cuenta, como en el de fuente a la que se acude. Pocas veces son mujeres, y si lo son, serán políticas también en su mayoría. Los medios feminizaron sus redacciones, pero el acento de sus contenidos sigue siendo masculino. Lo cual es sintomático de que la mujer periodista ha asumido los valores y criterios que marca toda una tradición de imperativo masculino. Una voz parece hacerse más creíble si procede de un varón. Sólo el cargo permitirá que hablen las mujeres. (Diezhandino, 2008: 23)

3.2. INFORMACIÓN DEPORTIVA

Entre los diferentes estudios realizados por Raymond Boyle, destaca *Power Play: Sport, The Media and Popular Culture* (2000) y la segunda edición revisada (2009) junto con Richard Haynes, en el que analiza la relación del periodismo deportivo con temas como el género, el origen étnico y la cultura popular. En España, Miguel de Moragas (1992, 1994 y 2001) es uno de los investigadores pioneros en el estudio de las relaciones existentes entre los Juegos Olímpicos, y el deporte en general, con la cultura y los medios de comunicación.

Messner (1988) afirma que el deporte ha proporcionado un mecanismo culturalmente relevante para demostrar el poder sobre las mujeres. Blinde,

Greendorfer y Shanker (1991: 109) conceptualizan el deporte como un sistema de prácticas sociales basado en dos supuestos simbólicos: en primer lugar, que el cuerpo humano sirve como una herramienta de poder y segundo, que la construcción social del cuerpo humano es género.

En EE.UU. en los años noventa se produce un aumento de la información deportiva femenina, fundamentalmente tras los éxitos de las atletas estadounidenses en los Juegos olímpicos de 1996. Sin embargo, autores como Kane y Greendorfer (1994:40) ya anunciaban que aunque se estaba produciendo un cambio a nivel de cobertura, existía una mayor atención por la mujer deportista, sin embargo este cambio era superficial.

The mass media have been used as one means of resisting ideological change, as media practices, production, content and messages continue to perpetuate notions of sexual difference, gender difference, and gender hierarchy. The media have transformed the meanings of women's physicality - women becoming active agents with and of their own bodies and women using their bodies in skilled, physical activity-to commodification, sexuality and femininity.

Coakley (2004), en 1998, destacaba que el hecho de que los medios de comunicación, y en concreto la prensa deportiva, ignore ciertos aspectos de la participación femenina en el deporte influye en la opinión del público a la hora de valorar a las deportistas femeninas. Cunningham, Sagas, Satore, Amsden, y Schellhase (2004: 861) añadieron que si las niñas y las mujeres no están representadas de manera equitativa por los medios de comunicación, entonces las niñas no gozan de ejemplos necesarios para emular. Así, como resultado de ello, existe la posibilidad de un descenso en la futura participación femenina en el deporte (Pedersen, 2002).

Fink y Kensicki (2002) realizan un estudio donde analizan la construcción de género en publicaciones estadounidenses cuya audiencia principal es la mujer, *Sports Illustrated* y *Sports Illustrated for Women*. Según estos autores los artículos diferenciaban a la atleta femenina del masculino con historias donde se destacaban los estereotipos femeninos, y donde el atractivo físico primaba sobre la superioridad atlética. En él destacan que los medios retratan a las mujeres deportistas como objetos sexuales o les atribuyen roles que no son propios del deporte (madre o esposa).

De hecho, una revisión de la investigación académica destaca que en la cobertura deportiva de los medios de comunicación persiste un desequilibrio en cuanto a

género, aportan datos concluyentes a favor del modelo masculino en la información deportiva, independientemente del medio, a nivel internacional y nacional (tabla 16).

Tabla 16.- Revisión de la investigación académica: porcentaje de informaciones deportivas en relación al género

Autores	País	Medio	Mujeres	Hombres	Ambos	Neutro
Duncan y cols. (1989)	EE.UU.	TV	5,0 %	92,0 %	–	3,0 %
Duncan y cols. (1991)	EE.UU.	Periódico	3,5 %	81,5 %	12,1%	3,4 %
Duncan y cols. (1994)	EE.UU.	TV	5,0 %	94,0 %	–	1,0 %
García y cols. (1995)	España	TV	4,0 %	96,0 %	–	–
Koivula (1999)	Suecia	TV	11,7 %	86,7 %	1,7 %	–
Duncan y cols. (2000)	EE.UU.	TV	8,7 %	88,5 %	–	3,1 %
GMMP (2000)	España	TV/Radio/ Prensa	9%	91%	–	–
Ibáñez (2001)	España	Prensa	2-4 %	96-98 %	–	–
GMMP (2005)	España	TV/Radio/ Prensa	16%	84%	–	–
Frideres y cols. (2006)	España	Prensa Digital	5,8%	91,4%	1,6%	1,1%
Frideres y cols. (2006)	EE.UU.	Prensa Digital	5,9%	86,6%	4%	3,5%
Angulo (2007)	España	Prensa deportiva (Sin fútbol)	8,61 %	91,39%	–	–
CAA (2008)	España	TV	4,75%	90,15%	5,11%	–
Ramajo y cols. 2009	España	TV	2,6%	93,5%	3,9%	–
GMMP (2010)	España	TV/Radio/ Prensa	11%	89%	–	–

Elaboración propia

Margaret Carlisle Duncan y Alan Michael Messner, en ocasiones junto a otros investigadores, (1989, 1991, 1994, 2000) han centrado su labor investigadora en el género y la sociología del deporte, prestando especial atención a la cobertura televisiva en EE.UU. Sus trabajos son obras de referencia a la hora de analizar la presencia de la mujer en la información deportiva y la imagen que los medios transmiten de ella.

Frideres y Palao (2006), en un estudio sobre los modelos transmitidos a través de periódicos digitales en EE.UU. y España destacan que por cada noticia referida a las mujeres hay quince noticias referidas a los hombres.

Marta Angulo (2007) en su estudio *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación* introduce el análisis de prensa deportiva, en concreto, analiza *Marca*, *As y Mundo Deportivo*. Teniendo en cuenta que no analiza las páginas de los diarios dedicadas al fútbol – lo que supone más de un 50% -, y que su estudio se centra en dos semanas concretas de 2007, los datos son relevantes, sólo un 8,61% de las informaciones las protagonizan mujeres, frente al 91,39% de las informaciones protagonizadas por el hombre, y respecto a las fotografías un 7% representaban a

mujeres deportistas, periodistas ó dirigentes deportivas, de un total de 1.586 fotos de deporte polideportivo (sin fútbol).

Estudio sobre género y deporte en televisión, realizado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) (2008) destaca que solo el 4,75% de las emisiones televisivas de deporte corresponden a deporte practicado por mujeres, frente al 90,15% de deporte masculino, perteneciendo el resto, un 5,11%, al deporte mixto.

Al revisar el GMMP en el caso concreto de España⁹⁴, en el año 2010 las mujeres representan el 23% de las personas que aparecen en la información, un punto por debajo del nivel mundial. Sin embargo, cabe destacar que aunque se ha producido un aumento general en todos los sectores informativos desde el año 2000, en el caso de la información deportiva ha descendido. Mientras que en el año 2000 las mujeres solo fueron sujeto de las noticias deportivas en el 9% de los casos, en el 2005 aumentó hasta el 16% para caer hasta el 11% en el 2010.

A este respecto se refiere Pilar López Díez (2011) en un estudio reciente sobre el tema concreto de la investigación, *Deporte y Mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*, que edita el Consejo Superior de Deportes. En él se analiza el estado de la cuestión manejando diferentes estudios sobre el tratamiento de la información, centrándose en los datos que tienen que ver con mujer y deporte. La aportación más valiosa de López Díez es la realización de una clasificación de los estereotipos de la mujer deportista, para concluir con una serie de recomendaciones a los medios.

⁹⁴ El informe realiza resúmenes desde el año 2000 donde se exponen los resultados por países del GMMP. En España, el GMMP, se realizó con la información aparecida en los medios de comunicación el 10 de noviembre de 2009. Se monitorearon 13 medios: 5 periódicos, 4 informativos radiofónicos y 5 de televisión, un total de 315 noticias.

III.

MÉTODO

El objetivo oficial del investigador es siempre contribuir al enriquecimiento del conocimiento científico. Se sobreentiende que aquél publicará los resultados obtenidos sin restricciones ni deformaciones, y que proporcionará suficientes informaciones sobre sus métodos a fin de que otros investigadores puedan reproducir este estudio si así lo desean. (Caplow, cit. por Cea D'Ancona, 1996: 377)

6. METODOLOGÍA

Según Cantón y Ruiz (2005: 3), “Las Ciencias Sociales quieren para sí el rigor de la ciencia. y la ciencia exige método”. Una metodología precisa y definida es una de las claves para el éxito de cualquier investigación. Las características fundamentales del método científico, la validez, capacidad de generalización de las averiguaciones científicas, y la replicabilidad -por la que los hallazgos de un investigador pueden ser utilizados por cualquier otro investigador que utilice los mismos métodos.

Se presentan los rasgos generales de la investigación, los materiales que se han empleado en el análisis, las decisiones adoptadas durante los primeros pasos del proyecto, el proceso de selección de muestra y se justifican las variables que se han analizado en el protocolo de análisis aplicado en el proyecto de manera exhaustiva.

El fenómeno de la información deportiva ha de abordarse necesariamente dentro de una realidad espacial, temporal y de relación determinada. Por lo que se refiere al primero de los aspectos, el espacial se ha de señalar que esta investigación se circunscribe al ámbito español, lo cual no es óbice para que, en determinados momentos de la investigación, se aluda a otros ámbitos espaciales de carácter internacional (principalmente la sociedad occidental) o local, con el fin de obtener una visión más amplia y precisa del objeto de investigación en términos comparativos y en un nivel intermedio, es decir, comparando ciertos rasgos parciales de la información deportiva versus la comparación sistemática de dos o más realidades sociales proyectadas por los medios de comunicación.

En cuanto al aspecto temporal, la parte histórica de la investigación referida a mujer y deporte, se extiende, someramente, desde los albores de la civilización hasta nuestros días. Sin embargo, en el análisis general de la información deportiva en la

prensa española y al analizar la presencia de la mujer en los medios de comunicación, se retoma en la medida de lo posible al ámbito estatal y limitándose temporalmente desde la transición democrática española 1978 hasta nuestros tiempos. Más específico desde el punto de vista temporal es el análisis de contenido que se realiza del deporte en los medios de comunicación, se circunscribe a un período muy concreto y localizado en el tiempo: desde 1979 al 2010.

Se ha recurrido a un tratamiento longitudinal, que resulta la columna vertebral del conjunto de la investigación. Se ha respetado escrupulosamente el campo semántico del concepto longitudinal que siempre está relacionado con espacios largos de tiempo comprendido de forma continuada. Como consecuencia la resultante será una base de datos válida y necesaria para futuras investigaciones. Es un estudio minucioso a partir del cual se podrán analizar ramificaciones temáticas con mayor peso cualitativo.

Finalmente, el ámbito relacional ha de buscarse en la relación y vinculación (o no) de la información deportiva y el género de sus protagonistas, y entre los tres fenómenos que se analizarán sobre el papel de la mujer en la de la prensa deportiva española: la mujer como creadora de la información -como periodista-, la mujer como fuente y la mujer como protagonista de la información. Así, se evaluará el grado de relación existente entre estas variables.

6.1. DISEÑO

Para responder a los objetivos, se realizó un estudio “Ex Pos Facto” (Anguera, 2005), de manera que, de cada una de las informaciones se analizaron las variables objeto de estudio.

6.2. MUESTRA

Para el estudio observacional de la prensa escrita, se han utilizado la metodología observacional propuesta por Anguera (2011).

La muestra a analizar son los cuatro diarios deportivos de pago con mayor audiencia y mayor tirada nacional: *Marca* y *As*, editados en Madrid y, *Mundo Deportivo* y *Sport*, editados en Barcelona.

Mediante un muestreo aleatorio, se han analizado todas las informaciones de prensa deportiva de los periódicos *Marca*, *As*, *Mundo Deportivo* y *Sport*, que se publicaron durante una semana de duración desde el año 1979 hasta el año 2010. Se han analizado, por tanto, un total de 4 periódicos x 32 semanas x 7 días, es decir 896 periódicos, con un total de 95.439 informaciones. Para ello, y siguiendo la propuesta de Pérez (2009), se escogió mediante un muestreo aleatorio simple un número de semana al año (52 semanas al año, 56 en los años bisiestos) y un día de la semana, registrando todas las informaciones desde ese día de la semana hasta el día anterior de la semana siguiente⁹⁵.

En concreto fueron analizadas las semanas siguientes: 1979 (3-10 de noviembre); 1980 (18-26 de diciembre); 1981 (1-9 de noviembre); 1982 (7-14 de enero); 1983 (10-18 de mayo); 1984 (25-31 de julio y 1 de agosto); 1985 (6-13 de septiembre); 1986 (4-11 de septiembre); 1987 (29-31 de marzo y 1-5 de abril); 1988 (3-10 de octubre); 1989 (21-27 de junio); 1990 (15-21 de diciembre); 1991 (3-9 de julio); 1992 (7-13 de septiembre); 1993 (4-10 de noviembre); 1994 (2-8 de agosto); 1995 (20-26 de julio); 1996 (1-7 de junio); 1997 (21-27 de enero); 1998 (13-19 de febrero); 1999 (15-21 de febrero); 2000 (24-30 de noviembre); 2001 (17-23 de abril); 2002 (7-13 de mayo); 2003 (11-17 de abril); 2004 (24-31 de diciembre); 2005 (12-18 de marzo); 2006 (13-19 de agosto); 2007 (19-25 de octubre); 2008 (25-31 de octubre); 2009 (19-25 de septiembre); 2010 (27-31 de octubre y 1-2 de noviembre).

El análisis observacional se compone de seis grandes apartados con un total de 51 variables (anexo I).

De cada una de las informaciones⁹⁶ (N= 95.439) se analizaron las siguientes variables: a) título; b) medio; c) fecha de publicación; d) clasificación de títulos periodísticos según el acto de habla; e) inclusión de un nombre propio en el título; f)

⁹⁵ Aquellos días comprendidos en el período de análisis en los que no se ha podido localizar la fuente primaria para su análisis se opta por analizar el diario del día consecutivo.

⁹⁶ Se analiza como unidad el texto independiente con sentido en sí mismo. No se analizan las páginas dedicadas a la programación televisiva, cine y espectáculos, el tiempo u horóscopo, tampoco la publicidad.

tema general; g) deporte; g) género de los protagonistas que aparecen en la información.

Por otro lado, y con el objetivo de profundizar en el objeto de estudio, del total de informaciones en las que la mujer aparecía como protagonista, fuente o en las fotografías (n=4.877) se analizaron las siguientes variables: i) sección; j) género periodístico; k) procedencia de la información; l) jerarquización de la información; m) número de la página; n) extensión en páginas; ñ) extensión por número de columnas; o) ubicación; p) número de fotografía; q) número de tablas; r) número de infografías y gráficos; s) número de sumarios; t) número de despieces; u) número de otro tipo de apoyos; v) ámbito; w) referencias a legislación sobre género; x) son las mujeres las protagonistas centrales; y) enfatización de los temas concernientes a la igualdad entre mujeres y hombres; z) la información desafía o refuerza estereotipo de mujer / hombre; aa) las mujeres pertenecen al ámbito deportivo.

Por separado, de manera individual, se analizan los protagonistas, las fuentes, las fotografías y los informadores.

De los protagonistas⁹⁷ (n=20.928) se analizaron las siguientes variables: ab) número de protagonistas; ac) protagonista principal o secundario; ad) género del protagonista; ae) edad del protagonista; af) ocupación del protagonista; ag) función en la información del protagonista; ah) relación familiares mencionados; ai) presentación de la persona o de sus actos; aj) persona citada en el artículo.

De todas las fotografías (n=3.474) se analizaron: ak) en la fotografía aparece al menos un protagonista de los que se ha analizado; al) género del protagonista o de los protagonistas en la imagen; am) la fotografía refuerza estereotipo de mujer / hombre.

De todas las fuentes⁹⁸ (n=841), siempre que la información esté elaborada por el medio, firmadas por uno o más periodistas, las siguientes variables: an) número de fuentes; añ) clasificación de fuentes; ao) fuentes directas; ap) atribución; aq) género de la fuente.

⁹⁷ Se analizan hasta ocho protagonistas, los más destacados.

⁹⁸ Medios a los que se ha recurrido el periodista para obtener los datos de la información. Se considerarán como fuentes sólo aquellas que sean mencionadas de forma expresa.

De los periodistas e informadores (n=2.143) se analizaron: ar) género del periodista; as) rol del periodista; at) nombre del periodista; au) fotografía del periodista.

6.3. INSTRUMENTO. PROTOCOLO DE ANÁLISIS DE PERIÓDICOS

Para el registro de las variables objeto de estudio se diseñó la “Guía de Análisis de Periódicos” (anexo I). Los diferentes apartados de los que consta el formulario tratan de ofrecer datos acerca de la elaboración y la presentación de la información, así como del tratamiento y su contenido.

Para el diseño de la Guía se siguieron las siguientes fases: revisión de la literatura relacionada con la temática objeto de estudio; metodología de investigación específica; elaboración provisional de la Guía, validación de la Guía (Jueces Expertos); y, finalmente, elaboración de la Guía definitiva.

6.3.1. REVISIÓN DE LA LITERATURA RELACIONADA CON LA TEMÁTICA OBJETO DE ESTUDIO

Tras una revisión inicial (ver el apartado 3 del marco teórico, pág. 100-108) se apreciaron diferentes trabajos de investigación relacionados con el objeto de estudio, la gran mayoría de ellos relacionados con género y deporte. Tras la revisión de los estudios existentes sobre el género y que utilizan como referencia las informaciones deportivas, (Duncan, Messner, Williams y Jensen, 1989; Duncan, Messner y Williams, 1991 y 2005; Duncan y Messner, 1994; García, Moragas y Gómez, 1995; Koivula, 1999; Duncan y Messner, 2000; GMMP, 2000; Ibáñez, 2001; GMMP, 2005; Palao y Frideres, 2006; Angulo, 2007; CAA, 2008; Ramajo y Luzón, 2009; GMMP, 2010), se observa que en la mayoría de ellos se ha analizado la televisión, y en tan sólo cinco la prensa escrita (Duncan, Messner y Williams, 1991; Ibáñez, 2001; Palao y Frideres, 2006; Angulo, 2007; GMMP, 2010).

6.3.2. DISEÑO DEL INSTRUMENTO

Partiendo de estas ideas y de los instrumentos observacionales utilizados por el grupo de investigación Periodismo y Análisis Social: Evolución, Efectos y Tendencias

(PASEET) de la Universidad Carlos III de Madrid y del Proyecto Global de Observación de los Medios (GMMP) se ha elaborado el instrumento objeto del presente estudio.

Teniendo en cuenta que los estudios realizados por ambos grupos utilizan como referencia todo tipo de informaciones, no sólo las deportivas, y no analizan prensa especializada deportiva, la originalidad del nuevo instrumento se basa en su adaptación a la prensa deportiva y a sus contenidos.

Así, el grupo de investigación Periodismo y Análisis Social: Evolución, Efectos y Tendencias (PASEET) de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), dirigido por M^a Pilar Diezhandino Nieto, cuenta con un instrumento de análisis de prensa impresa y on-line. Este equipo de la UC3M aborda análisis sistemáticos sobre tendencias en el tratamiento de la información en el panorama mediático español. Se trata del análisis tanto de las tendencias de los contenidos, como del sistema organizativo de las redacciones, el tratamiento de la información, la configuración de las agendas mediáticas y el acceso a las fuentes. Fruto de estas investigaciones son los informes publicados por Ariel y Fundación Telefónica: “Periodismo digital en tiempos de crisis. Un caso de estudio: el tratamiento de la inmigración en los medios” (2009) y “Periodismo en la era Internet. Claves para entender la situación actual de la información periodística en España” (2008).

Por otro lado, la Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC), a través del Proyecto Global de Observación de los Medios (Global Media Monitoring Project - GMMP) plantea un estudio global, desde la perspectiva de género, que se hace cada 5 años desde 1995 (en 2010 se ha realizado en 130 países). Utilizan como referencia todas las informaciones difundidas en medios generalistas, televisión, radio y prensa.

6.3.3. ELABORACIÓN PROVISIONAL DE LA GUÍA (ANEXO II)

La Guía provisional constaba de 7 grandes apartados en los que se agrupan 37 variables.

Un apartado con **información básica** y con información que recogía datos acerca de la **elaboración y la presentación de la información**, así como del **tratamiento** y el **contenido** de la misma.

El apartado **periodista** que recogía el rol y el género del periodista que firma la información.

El apartado **instituciones y personajes protagonistas** de la información donde se analizaba sólo al protagonista principal e incluía: su ocupación o cargo, su función, la edad y el género y su identificación.

El apartado **fuentes** que incluía una clasificación en oficial y no oficial, su ocupación o cargo y el género.

El apartado **fotografías** se centraba en el protagonista: su género, su papel en la información y si reforzaba estereotipos sobre la mujer/el hombre.

El apartado **conclusiones** que se centraba en si la mujer es central en la información, si se enfatiza los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres, si la información desafía o refuerza claramente los estereotipos sobre la mujer/el hombre.

6.3.4. VALIDACIÓN DE LA GUÍA (JUECES EXPERTOS)

Tras el diseño inicial del instrumento, la siguiente fase tenía por objetivo adquirir la validez de contenido. Para alcanzar niveles óptimos de validez de contenido se utilizó la técnica de jueces expertos (Downing, y Haladyna, 2004; Wiersma, 2001). Para ello, se envió la Guía a un grupo de 15 jueces expertos. De ellos, ocho poseían la titulación de licenciado en periodismo, y siete eran licenciados en ciencias de la actividad física y el deporte. En todos los casos tenían amplia experiencia profesional (más de 10 años).

Se solicitó a los expertos que hiciesen una valoración cualitativa sobre los ítems que componían la Guía, así como se les solicitó que hicieran una valoración global de ella. Además, en relación a cada uno de los ítems de la Guía se les solicitó que indicasen:

- 1) Grado de pertenencia al objeto de estudio (contenido). Se registró en qué medida cada uno de los ítems debía formar parte de la Guía. Para ello, los jueces expertos indicaban en una escala de 0 a 10 el grado de pertenencia del ítem a la Guía (0= nada pertinente, 10= muy pertinente).
- 2) Grado de precisión y adecuación (forma). Se registró el grado de precisión en la definición y redacción de cada uno de los ítems. De igual modo, los jueces expertos indicaban en una escala de 0 a 10 el grado de precisión en la definición y redacción de la Guía (0= nada adecuado, 10= muy adecuado).

Posteriormente se interpretó la respuesta de cada uno de los quince jueces expertos, tras las cuales se eliminaron y/o modificaron algunos aspectos de la Guía.

En concreto se eliminaron aquellos ítems que:

- a) En la valoración cualitativa, más de tres jueces expertos indicaban algún inconveniente en el diseño del ítem. En este sentido se eliminó el ítem: actores que protagonizan la información (persona, institución, fuente secundaria).
- b) Disponían de valores en la V de Aiken de contenido inferiores a 0.80 (Penfield y Giacobbi, 2004). En este sentido se eliminaron los ítems: clasificación de la fuente por su profesión, institución y dedicación.

Por otro lado se modificaron aquellos ítems que:

- a) En la valoración cualitativa, algún juez experto indicaban algún inconveniente en la redacción del ítem. En este sentido se modificaron los ítems: titulares, número de apoyos: despieces, sumarios, informaciones de apoyo y fotonoticias por fotografías, tablas y gráficos, infografía, sumarios, despieces y otros. Tema general: de 15 temas posibles se amplió a 20 temas posibles.
- b) Disponían de valores en la V de Aiken entre a 0.80 y 0.90 (Bulger y Housner 2007; Penfield y Giacobbi, 2004). En este sentido se modificaron los ítems: clasificación de las fuentes en oficial y no oficial por clasificación de la fuente por su profesión, institución y dedicación, y por fuentes directas.

Además en los últimos dos apartados de la elaboración provisional de la Guía, “Personas en las Informaciones” y “Análisis” basados en el GMMP, los jueces expertos señalaron que tenían un carácter que se distanciaba del objeto de estudio, por lo que se reformularon de manera que se potenciara el análisis comunicativo periodístico, objeto del presente estudio. En este sentido se eliminaron los ítems: identificación del protagonista como víctima; identificación del protagonista como superviviente; estereotipos de la información; y estereotipos de la imagen. Se crearon nuevos ítem: cómo presenta la información a esta persona o a la acción de esta persona en la información (héroe, éxito, fracaso, decepción [anti-héroe; ángel caído], víctima, superviviente y otros); la información refuerza los estereotipos entre mujeres y hombres.

También se tuvieron en cuenta las recomendaciones de los jueces expertos cuando indicaban inconvenientes en la presentación y denominación de los apartados y la inclusión de variables nuevas antes no contempladas:

- En el apartado de información: se propuso analizar el titular, en concreto los títulos de acto de habla: en forma de cita textual, en forma de cita indirecta, títulos de acto de habla (López Hidalgo, 2001:48-56). También se incluyó un apartado donde se indica la inclusión de un nombre propio en el título, permitiendo así identificar el o los protagonistas de la información sólo con el titular: nombre propio: masculino, femenino, ambos; de equipo: masculino, femenino, ambos; no hay nombre propio.
- En el apartado autoría: procedencia de la información si el artículo es de elaboración propia, está firmado por uno o más miembros de la redacción, o fue realizado por una agencia de prensa, o si corresponde a un informe o estudio sociológico; nombre del autor; y marcar si aparece la fotografía del informador; número de autores.
- En el apartado fuentes: número de fuentes; existencia o ausencia de atribuciones; y género de la fuente.
- Y en el apartado protagonista, teniendo en cuenta que recomendaron analizar todos los protagonistas, y no sólo al principal, el ítem se trata de un protagonista principal o secundario; número de protagonistas.

- En el apartado conclusiones se analizó si una o varias mujeres pertenecen al ámbito deportivo o, si por el contrario, no pertenecen.

Posteriormente, se aplicó la nueva Guía (anexo I) a once nuevos jueces expertos, diferentes a los utilizados en la validación previa. En este sentido, fueron tres licenciados en ciencias de la actividad física y el deporte y ocho licenciados en periodismo. Todos ellos, con una experiencia mínima de diez años. En este caso, tanto mediante las aportaciones cualitativas, como con las cuantitativas todos los jueces expertos consideraron muy apropiado el instrumento. En concreto se obtuvo unos valores mínimos de V de Aiken de contenido de .81, y de forma de .90, (ver tabla x), valores muy superiores a los mínimos indicados por Penfield y Giacobbi (2004).

Finalmente para la consecución de un adecuado nivel de la fiabilidad en el registro de los datos (fiabilidad de la Guía), se siguió el proceso de entrenamiento de observadores elaborado por Behar (1993). Para ello, a partir de las propuestas de Nevil, Lane, Kilgour, Bowes, y Whyte (2001) y Balluerka, Gorostiaga, Alonso-Arbiol, y Aramburu, (2007), se utilizó la técnica de Test-retest.

Así, a partir de la Guía en la que aparecen definidas las variables objeto de estudio, las diferentes hojas de registro y la manera de registrar dichas variables en las hojas de registro, para la formación en el contexto de la observación se realizaron cuatro sesiones de dos horas de observación, en el que se registraron dos ejemplares de cada uno de los cuatro diarios objeto de estudio, escogidos al azar, pertenecientes a la población pero no a la muestra final. Trascurrido una semana, y en circunstancias prácticamente idénticas al anterior registro (Baumgartner, 2000), se volvió a registrar los mismos ejemplares analizados anteriormente. Se observaron índices de fiabilidad muy altos ($Kappa = 0.94$, en el peor de los casos) (ver tabla 17).

Con el objetivo de asegurar el buen comportamiento del observador, y evitar que durante el proceso de toma de datos se arrastrase un error, o hubiese pequeñas modificaciones de criterio, se decidió realizar una última prueba, posterior a la recogida de datos. Esta prueba de fiabilidad consistió en volver a analizar un ejemplar de cada uno de los cuatro diarios de pago objeto de estudio, analizados en el proceso de entrenamiento del observador. Se observaron de nuevo índices de fiabilidad muy altos ($Kappa = 0.95$, en el peor de los casos).

En la tabla 17 se aprecian los valores obtenidos para la validez de contenidos de V de Aiken, y del índice de concordancia de Kappa. En concreto los valores más bajos

de V de Aiken se aprecian en el ítems como el número de la página y el nombre del periodista con un 0.81, y valores muy elevados de fiabilidad en la recogida de datos (Altman, 1991; Atkinson y Nevill, 2000), con un valor mínimo de 0.94 en los ítem “título y presentación de la persona protagonista en la información.”

Tabla 17.- Valoración cuantitativa de los expertos sobre el contenido y la forma de los ítems, de la Guía

Ítems	V Aiken Contenido	V Aiken Forma	Índice de Kappa
Número de información	1	1	1
Medio	1	1	1
Fecha de publicación	1	1	1
Título	0.97	0.94	0.94
Clasificación de títulos periodísticos según el acto de habla	0.97	0.98	1
Inclusión de nombre propio en el título	0.97	0.97	0.98
Tema general	0.92	0.94	0.98
Deporte	1	0.98	0.98
Género de las personas que aparecen en la información	1	1	1
Sección	0.89	0.94	0.98
Género periodístico	0.85	0.95	0.96
Procedencia de la información	0.87	0.98	0.98
Jerarquización de la información	0.92	0.94	1
Número de la página	0.81	0.96	1
Extensión en páginas	0.89	1	1
Extensión por número de columnas	1	0.98	1
Ubicación	0.97	0.98	1
Nº de tablas	0.87	0.90	0,94
Nº de infografía y gráficos	0.87	0.96	1
Nº de sumarios	0.87	0.96	1
Nº de despieces	0.92	0.96	0.98
Nº de otros apoyos a la información	0.86	0.96	1
Nº de fotografías	1	1	1
Ámbito	0.92	0.94	0.98
Referencia a legislación sobre equidad de género	0.84	0.90	1
Son las mujeres protagonistas centrales en la información	1	0.98	1
Enfatización de temas concernientes a la igualdad	0.96	0.90	0.98
La información refuerza o desafía estereotipos	0.96	0.92	0.96
La mujer es protagonista por pertenecer al ámbito deportivo	0.98	1	0.98
Nº de protagonistas analizados	0.86	1	1
Protagonista principal o secundario	0.98	0.92	1
Género del protagonista	1	1	1
Edad del protagonista	0.86	0.92	1
Ocupación del protagonista	0.94	0.94	0.96
Función en la información del protagonista	0.94	0.90	0.98
Relación familiares mencionados	0.90	0.90	0.98

Ítems	V Aiken Contenido	V Aiken Forma	Índice de Kappa
Presentación de la persona en la información	0.92	0.90	0.94
Persona citada en el artículo	1	0.98	1
En la fotografía aparece el protagonista	1	1	0.98
Género del protagonista en la imagen	0.92	0.92	1
La fotografía refuerza estereotipo de mujer / hombre	0.94	0.90	0.96
Nº de fuentes	0.92	1	0.98
Clasificación de fuentes	0.94	0.94	0.96
Fuentes directas	0.90	0.94	0.98
Atribución	1	1	0.98
Género de la fuente	1	1	1
Nº de periodistas	1	1	1
Género del periodista	1	1	1
Rol del periodista	0.86	0.86	0.98
Nombre del periodista	0.81	1	1
Foto del periodista	0.92	1	1

6.3.5. ELABORACIÓN FINAL DE LA GUÍA (ANEXO I)

La Guía definitiva de Análisis de Periódicos consta de seis grandes apartados, cinco fichas (el primer y segundo apartado se recogen en la misma ficha), en los que se agrupan 51 variables.

A) Análisis de todas las informaciones⁹⁹

La primera ficha recoge las variables a analizar en toda la muestra. Se compone de un apartado con información básica que recoge: el número de identificación de la información; el nombre del periódico (*Marca, As, Sport, Mundo Deportivo*); y la fecha de publicación. Y un apartado que ofrece datos acerca de la elaboración y la presentación de la información, así como del tratamiento y el contenido de la misma: inclusión de acto de habla en el título; inclusión de un nombre propio en el título; la temática general; el deporte sobre el que versan; y el género de las personas que aparecen en la información.

El titular de las informaciones en los diarios de papel ha tenido tradicionalmente tres funciones: la propiamente informativa, la de atraer al lector a su lectura y la de

⁹⁹ Se analiza como unidad el texto independiente con sentido en sí mismo. No se analizan la publicidad, las páginas dedicadas a la programación televisiva no deportiva, cine, teatros y espectáculos, el tiempo u horóscopo y las cartas al director.

identificar y diferenciar esa información de otras. Gomis (1989:142) dice que un buen titular puede servir para dos cosas aparentemente contrarias: para incitar al lector a leer la información que viene a continuación o para darla por leída y continuar adelante, teoría que apoyan otros autores (Neal, 1933: 117; Garst y Bernstein, 1940: 91; Escribano, 2006: 17; López Hidalgo, 2009: 28). Gomis (1991: 28) considera que funcionan con “cierta autonomía respecto a los textos que resumen y anuncian”, gozan de independencia sintáctica (Garst y Bernstein, 1940: 133) y, hasta cierto punto, semántica, los títulos de las informaciones se convierten en textos en sí mismos (Charaudeau, 1983; Muñiz, 1990).

Frank Glenn, a finales de los años veinte del siglo XX, advirtió que “poca gente que lee más allá de los titulares y qué proporción de la opinión pública se basa y surge a través de los mismos”, Emig Elmer, en la misma década y Allport y Lepkin, en la década de los cuarenta, llegaron a la misma conclusión a través de sendos estudios (López Hidalgo, 2009: 18). Somos lectores de titulares, es un hecho.

Atendiendo a las características propias del estudio se ha optado por analizar las siguientes variables: de la clasificación, detallada, propuesta por Antonio Hidalgo (2001: 49-56) de los títulos periodísticos en siete modalidades, interesan únicamente de los denominados títulos de actos de habla o títulos declarativos. Hidalgo propone tres procedimientos de cita en los títulos: la cita directa, la indirecta y la mixta, donde se combina la directa e indirecta. En este sentido, en el presente estudio interesa conocer la tendencia existente en la prensa deportiva de “la situación comunicativa predominante en la información periodística que consiste en que alguien informa sobre lo dicho por alguien” (Hurtado, 2009: 192) y como se representa en los títulos.

La segunda variable a analizar es la inclusión de un nombre propio en el título, se ha optado indicar, en el caso que el título incluya un nombre propio, si el nombre es un nombre propio de persona (femenino, masculino, o ambos) o de un equipo (femenino, masculino, o ambos)¹⁰⁰.

¹⁰⁰ Para su correcta codificación se han hecho las siguientes indicaciones: en el caso de que aparezca un nombre propio de persona y de equipo en el mismo título se da prioridad a los nombres propios de persona frente a los de equipo. En el caso de que el nombre jurídico de una persona se sustituyan por un diminutivo o “mote” (sobrenombre que se da a una persona por una cualidad o condición suya) se sustituya por apelativos sustitutivos, no se tendrá en cuenta, sólo si su identificación es de carácter universal sin necesidad de continuar leyendo la información, como es el caso de “el pelusa” sustituyendo el nombre de Maradona o “la saeta

Los temas tratados donde se busca cuantificar los asuntos que predominan en los textos desde dos perspectivas: La temática general o principal y el deporte en el que se centra la información.

Para el análisis de la temática general se ha desarrollado una lista con veinte temas posibles, agrupados en categorías amplias. Temas propiamente deportivos: actos relacionados con la competición (inauguración, clausura, entrega de premios, etc.); competición; entrenamiento; deportistas; equipo técnico; equipo directivo; deportistas jubilados, celebridades deportivas; árbitros, jueces, etc.; instalaciones y/o material deportivo; federaciones, instituciones deportivas, comités organizadores, asociaciones deportivas; salud, lesiones; tecnología y/o investigación; aficionados y/o peñas deportivas; normativa propia, sanciones; financiación; patrocinio. Otros temas que, aunque no son propiamente deportivos, aparecen en la prensa deportiva junto con otros que sí lo son: política, miembros del gobierno nacional, regional o local, legislación, justicia; medios de comunicación; eventos no deportivos; celebridades, famosos, cantantes, artistas, etc. se contempla una variable con el término “otros” para los temas que no sean asimilables a tales categorías, se especifica el tema que sugiere para su posterior codificación si procede.

El criterio básico para la elección de un tema, teniendo en cuenta que un mismo evento puede ser cubierto y contado en diferentes maneras, debe ser el que mejor describa cómo la información fue cubierta y contada. Se elige al que le han dado más relevancia, por ejemplo, en términos de la cantidad de tiempo o comentario que se le ha dedicado.

Para el análisis de los deportes en los que se centra la información se ha desarrollado, siguiendo la clasificación¹⁰¹ propuesta por el Comité Olímpico Español

rubia” sustituyendo el nombre de Alfredo Di Stefano. En el caso los nombres de equipos no se acepta cualquier denominación alternativa por poderse identificar con varios de ellos según el lugar. Un ejemplo claro sería “los blancos”, “merengues” o “los blaugranas”, en el primer y segundo caso podrían referirse al Real Madrid, Valencia F. C., Sevilla F. C., etc., en el segundo caso al F. C. Barcelona o al Levante U. D. Sólo se permite en el caso de las selecciones en el ámbito internacional y en deportes colectivos las denominaciones “la selección” (solo para la española), nombre del país como por ejemplo “España” o “el equipo español”.

¹⁰¹ Existen múltiples formas de clasificar los deportes, Alcoba (1993: 124) lo resume con una frase muy clarificadora “cien deportes, miles de especialidades”. Existen clasificaciones en base a sus modalidades, el lugar donde se practican (aire libre o pista cubierta), según sus categorías (sénior, junior, juvenil, etc.), según especialidades, según el tipo de prueba, según su práctica

(COE), una lista con 67 deportes posibles, los cuales están agrupados en categorías por deportes y una variable con el término “otros”, donde se especifica el deporte al que se refiere la información para una posible recodificación posterior. También se añade una variable con el término “varios”, donde se especificará, si es el caso los deportes de los que se habla. Y por último una categoría “ninguno” en el caso de que la información no tenga nada que ver con el deporte.

El género de las personas que aparecen en la información, sea cual sea su papel - protagonista principal o secundario de la información, fuente o protagonista de la fotografía si la hubiera - es clave para continuar con el análisis. En el caso de que una de las personas o varias que aparecen en la información únicamente sea hombre o sea una información centrada en una institución, instalación u otros que puedan considerarse como ‘neutro’ no se continuará con el análisis. Si una o varias de las personas son mujer, aunque también aparezca uno o varios hombres – codificado como ‘mixta’ – se continuará analizando la información en base a todos los criterios que a continuación se especifican.

Figura 16.- Ficha de análisis de los periódicos (1)

FICHA DE ANÁLISIS DE PERIÓDICOS

Análisis de todas las informaciones

	Número de identificación	Medio	Fecha	Título	Actos de habla	Nombre propio	Tema general	Deporte	Género
n	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼
n	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼
n	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼
n	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼
n	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼	Seleccione ▼

B) Análisis de las informaciones donde al menos aparece una mujer

En el segundo apartado, dentro de la misma ficha, se analizan únicamente los casos en que una de las personas o varias que aparecen en la información sea mujer.

individuales o colectivos, etc. Esto ha motivado que se opte por una clasificación sencilla, en deportes siguiendo el listado del COE en el año 2011.

Ya es sabido que el lector no es igualmente permeable a unos u otros géneros o estilos informativos¹⁰², así se codificarán de acuerdo a las siguientes variables el género periodístico: información, diferenciando entre extensas y breves; reportaje; crónica; entrevista; perfil; editorial; géneros de opinión (que no sea el editorial); ilustración, dibujo o tira cómica; fotonoticia; tablas de resultados. La tabla de resultados, que aunque no suele considerarse como género periodístico por sí mismo, en la prensa deportiva adquiere una relevancia singular porque es habitual que aparezca como una unidad de información independiente. Este hecho implica que se considere un ítem de análisis dentro de los géneros periodísticos.

La procedencia de la información se refiere a quién firma la información, de quién es la iniciativa de la cobertura: no se indica; agencias; firmada por uno o más miembros de la redacción; o informes, estudios sociológicos. Cuando figura agencia/medio se considera que el medio reelabora el texto sobre lo que ha enviado la agencia, por lo tanto se codifica como “agencias”.

El apartado relevancia de la información analiza la ubicación y construcción de la información, según su ubicación y el espacio y la extensión.

Según su ubicación en el periódico: en las páginas, en las secciones y en la página.

Según su ubicación en las páginas del diario analiza el orden de aparición en el periódico: información de portada, en portada, en contraportada, en sumario o en páginas interiores, se diferencian las páginas pares de las impares.

La sección donde se trata de indicar dónde ubica el medio la información, pues el enfoque variará de una sección a otra. La prensa deportiva en general no tiene unas secciones claras y constantes en el tiempo, varían según los acontecimientos, de ahí que se ha codificado con posterioridad.

Durante el análisis se han recogido 309 nombres diferentes de secciones donde aparece la mujer. Para facilitar su análisis se procedió a la recodificación de las secciones. Se aporta la siguiente clasificación: deportes individuales; deportes colectivos; el nombre de la sección sugiere varios deportes; secciones de breves;

¹⁰² Para su codificación se han consultado las clasificaciones dadas por Alcoba (1993), Yanes (2004), Benavides y Quintero (2004), Diezhandino (2009), pero no se sigue al cien por cien ninguna en concreto por las peculiaridades propias del periodismo deportivo.

ámbito no deportivo.; eventos deportivos internacionales; eventos deportivos nacionales; y competición nacional. También existen páginas donde no se hace referencia a ningún tipo de sección (anexo III). Posteriormente, se envió la nueva recodificación a cuatro jueces expertos, utilizados en la validación previa, dos licenciados en ciencias de la actividad física y el deporte y dos licenciados en periodismo. En este caso, tanto mediante las aportaciones cualitativas, como con las cuantitativas todos los jueces expertos consideraron muy apropiada la recodificación de la variable "sección". En concreto se obtuvo el valor mínimo de V de Aiken tanto de contenido como de forma de .92, valores muy superiores a los mínimos indicados por Penfield y Giacobbi (2004).

Respecto a la ubicación de la información en la página: puede ser de cabecera - la información de apertura o cuyo titular parta de la mitad superior de la página - o secundaria - si, por el contrario, el titular se sitúa en la mitad inferior de la página-.

Según el espacio y su extensión dedicada a cada información, teniendo en cuenta los siguientes criterios: número de la página; extensión en páginas; extensión por número de columnas; y el número de apoyos que acompañan a la información: fotografías, tablas, infografía y gráficos, sumarios, despieces y otro tipo de apoyos.

El ámbito o propósito de la información donde se codifica el objetivo geográfico de la información: local o regional (si tiene importancia dentro de un pueblo, una ciudad o comunidad autónoma); nacional (si tiene importancia dentro de España); nacional y otro¹⁰³ (si tiene importancia dentro de España y en otros países); exterior, internacional (donde se tratan temas de otros países o el mundo en general siempre que la información no trate de un deportista o equipo español).

Las cuestiones que se plantean en esta parte del análisis de la información son las siguientes: ¿Cuándo y cómo las mujeres se vuelven noticia? ¿Hasta qué punto las informaciones fomentan las desigualdades entre mujeres y hombres? ¿Los estereotipos femeninos y masculinos se ven reforzados o desafiados en las informaciones? Para su codificación se plantean cinco variables: las mujeres son centrales en la información que se relata (no se sabe; sí; no, es el hombre; no, es una institución, un acto, etc.); el artículo enfatiza claramente los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre

¹⁰³Puede darse el caso de que un deportista o un equipo español compita en el extranjero y a la inversa que en una competición celebrada en España compita un deportista o equipo extranjero, será codificada como Nacional y otro.

mujeres y hombres (no se sabe, no se puede decidir; sí, de acuerdo; no, en desacuerdo); la existencia de citas o referencia a cualquier legislación o política que promueva la equidad de género o los derechos humanos¹⁰⁴ (sí; no); la información desafía o refuerza claramente los estereotipos sobre la mujer/el hombre (no se sabe, no se puede decidir; sí, los refuerza; sí, los desafía; no); y, por último, las mujeres que aparecen pertenecen al 'Ámbito Deportivo' (sí; no)¹⁰⁵ o por el contrario son mujeres que aparecen en calidad de 'Invitadas'¹⁰⁶.

Los estereotipos reflejan creencias populares sobre las actitudes y los comportamientos asignados social y culturalmente. Para una codificación precisa de la variable la información desafía o refuerza claramente los estereotipos sobre la mujer/el hombre se tiene en cuenta la clasificación propuesta por López Díez (2011) de los estereotipos habituales que los medios construyen sobre las deportistas: el de belleza, es el estereotipo de la deportista como objeto sexual de deseo, es más abundante; las referencias sexistas destacan aspectos de las deportistas que, en el contexto deportivo en que se producen, no tendrían ninguna entidad para ser objeto de atención informativa; la representación de las mujeres vinculadas al ámbito familiar; la asignación de roles de género en función al sexo; el control de las emociones en función del sexo; los deportes estereotipados como femeninos o masculinos; y la utilización de un lenguaje exclusivo. Se añade a esta clasificación el estereotipo de mujer marimacho, donde se asocian rasgos físicos que se consideran masculinos a mujeres, lo que conlleva a una puesta en duda de su feminidad. Se completa así la clasificación de López Díez con uno de los estereotipos sobre las deportistas vigente desde la antigüedad.

¹⁰⁴ Existen varios instrumentos internacionales, regionales y nacionales que promueven la equidad de género y los derechos humanos. Estos pueden ser legislación o política internacional, entre los cuales se encuentra el CEDAM (Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres), los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), la Plataforma de Acción de Beijing, resoluciones del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, etc.

¹⁰⁵ Ámbito Deportivo: deportista, equipo, equipo técnico, miembros de comités y federaciones, directivas de clubes, árbitra y celebridades o deportistas jubiladas.

'Invitadas': famosas y celebridades, realeza, funcionarias del gobierno y políticas, profesionales de los medio, profesionales de las ciencias de la salud, policía, militares y seguridad, académicas, familiares, aficionadas, otros.

¹⁰⁶ Las mujeres 'Invitadas' son aquellas que protagonizan informaciones de la prensa deportiva pero que en realidad pertenecen a otros ámbitos: una aficionada, la mujer o familiar de un deportista o una famosa, normalmente no serían protagonistas de la información deportiva por sí solas, porque en su día a día su ámbito es otro.

Figura 17.- Ficha de análisis de los periódicos (2)

FICHA DE ANÁLISIS DE PERIÓDICOS								
Análisis de las noticias donde al menos una mujer aparece								
Número de identificación	Sección	Género informativo	Procedencia	Jerarquización	Nº pág.	Extensión pág.	Nº columnas	Ubicación
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Apoyos								
Fotografías	Tablas	Infografía y gráficos	Sumarios	Despieces	Otro tipo de apoyos			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Análisis de la información								
Ámbito	Legislación	La mujer es central	Temas igualdad/desigualdad	Esteretipos	Es deportista			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Resumen de las fichas posteriores								
Nº Protagonistas	Nº de fuentes	Nº de periodistas						
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>						

C) Análisis de los protagonistas

El tercer apartado se recoge en una ficha diferente siendo la unidad de análisis el protagonista, pertenezcan o no a la misma información¹⁰⁷. En primer lugar se recoge el Número total de protagonistas analizados por información (se refleja en la primera ficha).

Por cada uno de los protagonistas se han recogido los siguientes datos: si se trata de un protagonista Principal o Secundario; el género (Femenino, Masculino); la Edad (si se sabe); la ocupación o cargo, si la persona está descrita con dos ocupaciones, se elige la ocupación que parece más relevante en el contexto de la información y en el caso de personas que son muy conocidas para el público en general codifica la ocupación aún si no se evidencia del contexto de la información (No mencionado, Deportista, Equipo Técnico; Árbitro, Miembros de comités, federaciones, Celebridades / deportistas jubilados, Directivos de clubes, Realeza, Profesionales de los medios, periodistas, Profesionales de las ciencias de la salud, Funcionarios del gobierno, Académicos, profesionales de la educación, Profesionales de las ciencias o tecnología,

¹⁰⁷Se analizan solo los casos en que una de las personas o varias que aparecen en la información sea mujer. Por cada información se codifican hasta ocho protagonistas. Sólo se codifica si el protagonista es una persona, a la que se refiere la nota, aun cuando no la hayan entrevistado ni la citen y su profesión. En todos los casos se repite la casilla del número de información al que pertenece cada protagonista para, en un posterior análisis, tener la referencia de los datos completa.

Otros, Neutro); su función en la información (tema, portavoz, experto o comentarista, experiencia personal, testigo, opinión popular u otros); si existen relaciones familiares mencionadas (si está descrita en algún sitio del artículo, en términos de una relación familiar: sí, no); cómo presenta la información a esta persona o a la acción de esta persona en la información (héroe, éxito, fracaso, decepción [anti-héroe; ángel caído], víctima, superviviente, ninguna de las anteriores); y, por último, si el protagonista está directamente citado en el artículo (sí, no).

Figura 18.- Ficha de análisis de los periódicos (3)

FICHA DE ANÁLISIS DE PERIÓDICOS

Análisis de los protagonistas

Número de identificación	Principal o secundario	Género	Edad	Ocupación o cargo	Función en la noticia	Relaciones familiares	Presentación en la noticia	Está directamente citada
Seleccione ▾	Seleccione ▾	Seleccione ▾	Seleccione ▾	Seleccione ▾	Seleccione ▾	Seleccione ▾	Seleccione ▾	Seleccione ▾

D) Análisis de las fotografías

El cuarto apartado se recoge en una ficha diferente siendo la unidad de análisis la fotografía, pertenezcan o no a la misma información¹⁰⁸. No se analizan las fotografías de los periodistas que aparecen acompañando su firma, se deja para el siguiente apartado. Por cada una de ellas se refleja: si la imagen corresponde a uno de los protagonistas analizados (sí, no); el género del protagonista de la imagen (femenino, masculino, 'mixto', 'neutro'); y finalmente si la fotografía desafía o refuerza claramente los estereotipos sobre la mujer y el hombre (sí, no). Se tiene en cuenta la clasificación de los estereotipos descritos en el apartado B, en el análisis de las informaciones donde aparece al menos una mujer.

Figura 19.- Ficha de análisis de los periódicos (4)

FICHA DE ANÁLISIS DE PERIÓDICOS

Análisis de las fotografías

Número de identificación	Aparece un protagonista	Género del protagonista	Estereotipos
▾	▾	▾	▾

¹⁰⁸ Se analizan todas las fotografías que acompañan a la información. En todos los casos se repite la casilla del número de información al que pertenece cada protagonista para, en un posterior análisis, tener la referencia de los datos completa.

E) Análisis de las fuentes

El quinto apartado se recoge en una ficha diferente siendo la unidad de análisis la fuente informativa, pertenezcan o no a la misma información. En el caso de que la información provenga de agencia, no se analizarán las fuentes al ser éstas de la agencia y no del medio. Lo mismo ocurrirá cuando figura agencia/ medio, porque en este caso se considera que el medio reelabora el texto sobre lo que ha enviado la agencia.

El apartado fuentes cuantifica y clasifica los medios a los que se ha recurrido el periodista para obtener los datos de la información, se analiza todas aquellas que sean mencionadas de forma expresa. En primer lugar se recoge el número total de fuentes analizadas por información (se refleja en la primera ficha), cada una de ellas se clasifica entre institucionales y no institucionales; fuentes directas (sí, no); la existencia o ausencia de atribuciones (sí, no); y el género de la fuente (femenino, masculino, 'neutro', no se sabe).

Figura 20.- Ficha de análisis de los periódicos (5)

FICHA DE ANÁLISIS DE PERIÓDICOS

Análisis de las fuentes

Número de identificación	Clasificación	Fuente directa	Atribución	Género
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

F) Análisis de los periodistas e informadores

Como hipótesis de estudio se plantea si la irrupción de la mujer en las redacciones ha provocado un aumento de la información y un cambio de la imagen de la mujer en la prensa deportiva española. Hay que tener en cuenta que cada información puede ir firmada por uno o varios periodistas, se analizará uno por uno. El último apartado se recoge en una ficha diferente siendo la unidad de análisis el periodista, pertenezcan o no a la misma información, donde se analiza: el género (femenino, masculino, no se sabe); el rol; su nombre; y si aparece o no su fotografía acompañando su firma.

Figura 21.- Ficha de análisis de los periódicos (6)

FICHA DE ANÁLISIS DE PERIÓDICOS				
Análisis de los periodistas e informadores				
Número de identificación	Género	Rol	Nombre	Aparece o no su fotografía
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

6.4. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS APLICADAS

Una vez elaborado el instrumento, la autora de esta tesis realizó el registro del total de periódicos objeto de estudio.

Finamente se introdujeron los datos en el programa estadístico Spssv.19.0. En primer lugar se realizó un análisis descriptivo, a partir de los resultados observados, con el fin de detallar y analizar las características de la muestra participante en el estudio. Una vez recogidos los datos, se seleccionaron, eliminando los obtenidos incorrectamente, se ordenaron para disponerlos en tablas resumen y se construyeron representaciones gráficas. Finalmente, se procedió a resumir los datos en unos valores o características descriptivas que proporcionarán la máxima información posible sobre la muestra. En concreto se realizó un análisis descriptivo para variables continuas calculándose la media, la desviación típica, mínimo, máximo y moda; y para las variables categóricas se utilizaron las frecuencias y porcentajes de la información recopilada.

En segundo lugar se realizó un análisis inferencial, se utilizaron diferentes pruebas estadísticas, para analizar las posibles diferencias y relaciones entre las distintas variables objeto de estudio. En concreto se utilizó las pruebas T de Student para muestras independientes, la prueba ANOVA de un factor (posc hoc Shefee) y la prueba Chi cuadrado de Pearson. Todos los análisis estadísticos se han realizado con un nivel de significación de $p \leq 0.05$.

En tercer lugar, para conocer la fiabilidad para las variables categóricas se recurrió al índice de Kappa (Conroy y Metzler, 2003). Para el cálculo de la validez de contenido, se utilizó la prueba de V de Aiken (Penfield y Giacobbi, 2004)

IV.

ESTUDIO DE LA PRENSA DEPORTIVA ESPAÑOLA (1979-2010) ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Este estudio sobre el tratamiento de la información deportiva en España ha exigido utilizar el repertorio metodológico propio de las ciencias sociales que permita la consecución de tres hitos decisivos: la validez, la capacidad de generalización de las averiguaciones científicas y la replicabilidad. Importante esta última exigencia para que los hallazgos contrastados y conseguidos en este trabajo puedan ser utilizados y continuados por otros investigadores que utilicen parámetros iguales o análogos. En este sentido, el presente estudio, ofrece las características de una investigación que plantea rigurosas aportaciones pero que posee un carácter abierto; no se trata de un discurso categorialmente cerrado.

Se ha abordado la información deportiva dentro de una triple realidad: espacial (España), temporal (1979-2010) y de Género¹⁰⁹. En gran medida esta última realidad constituye la espina dorsal del discurso de esta investigación, es decir, la vinculación (o no) de la información deportiva y el Género de sus protagonistas.

Y se ha analizado el quehacer periodístico: a qué temas o ámbitos temáticos de la realidad deportiva se confiere importancia, qué personajes aparecen, qué género periodístico prevalece, sobre qué fuentes se construye el relato, quién firma las informaciones. El discurso de esta investigación se construye a partir del análisis de los cuatro diarios deportivos con mayor número de lectores a nivel nacional. Se han tratado todas las noticias de los diarios desde la perspectiva de Género y, en el que aparecían Mujeres, se ha profundizado para discernir los perfiles que de ellas traslada a la sociedad la prensa deportiva.

El estudio está conformado por dos partes: una general que analiza todas las noticias de los diarios (95.439 informaciones de las que: 22.803 pertenecen a *Marca*, 24.503 a *As*, 18.167 a *Sport* y 29.966 a *Mundo Deportivo*). Otra, específica - el análisis sobre un campo temático de interés que entendemos especial - el tratamiento de las Mujeres en la prensa deportiva española, el perfil de sus protagonistas y la imagen que de estas transmiten (un total de 4.877 informaciones de las que: 983 pertenecen a *Marca*, 1.573 a *As*, 683 a *Sport* y 1.638 a *Mundo Deportivo*).

La visión longitudinal del estudio (1979-2010) permite observar la evolución – o el inmovilismo – de los contenidos deportivos y de la imagen que de las Mujeres

¹⁰⁹ Para facilitar la lectura, se ha optado por utilizar mayúsculas a la hora de escribir las categorías relativas al Género: Mujer, Hombre, 'Mixta', 'Neutra' o, los sustitutivos, Femenino, Masculino, o 'Ambos'.

proyectan los medios. En definitiva, se ha analizado a la Mujer deportista en un contexto de superación del viejo paradigma, en el que, a lo largo del siglo XX, ha conseguido la consideración de deportista, o sea con plenos derechos a la actividad física, en tanto que competidoras, y no como meras observadoras o como excepción anecdótica (ver marco teórico).

Por primera vez las deportistas españolas han obtenido mejores resultados que los Hombres en los últimos Juegos Olímpicos de Londres 2012. Hecho demostrativo de que el deporte femenino ha pasado en el siglo XX de ser anecdótico – recordemos que no se supero el 10% de participación femenina hasta los Juegos de Seúl 1984 y que, a escala internacional no se ha conseguido que todos los países envíen Mujeres representándolos hasta el año 2012 –.

No obstante a pesar de estos avances, todavía existen muchos muros que superar, como es la plena integración de la Mujer en materia directiva. Romper el techo de cristal es el gran reto del siglo XXI, pero no sólo en las instituciones deportivas, también en las políticas y empresariales¹¹⁰.

El nuevo escenario de igualdad y equidad que defienden las instituciones nacionales e internacionales insiste en los medios de comunicación como una herramienta imprescindible de transformación. Como transmisor de la realidad, el periodismo español tiene ante sí una oportunidad histórica para adentrarse en ese entorno multiforme y ofrecer un adecuado reflejo de la situación. Una tarea imprescindible, porque cuando la información no permite acceder al conocimiento, se potencia la construcción de estereotipos que acrecientan las desigualdades entre Hombres y Mujeres.

¹¹⁰ El Parlamento Europeo estudia desde hace años cómo aumentar la presencia de Mujeres en los puestos directivos. En octubre de 2012 se plantean a golpe de ley establecer cuotas obligatorias para acabar con la escasa presencia de féminas en altos cargos en las empresas y las instituciones políticas lo que ha abierto una brecha entre países contrarios y partidarios de la medida (*El País*, 5 de octubre de 2012).

7. RASGOS GENERALES DE LA PRENSA DEPORTIVA

El Género como categoría de análisis nos remite a una noción de relación: relación de las Mujeres con su entorno, pero también como contraposición a los Hombres. En este capítulo se exponen los resultados de la evolución de los personajes de las informaciones de la prensa deportiva según Género¹¹¹ y de los contenidos de las mismas, temas y deportes, teniendo en cuenta el total de la muestra (N = 95.439).

Se trata de mostrar el panorama general de la prensa deportiva, sus protagonistas y los temas que aborda. Por lo tanto, se impone la necesidad de abordar el papel de las Mujeres desde una posición de unión, no aisladas en un mundo sin ningún tipo de vínculos con el exterior. Ese papel que las Mujeres desempeñan en el nuevo entorno social no puede entenderse en un mundo segregado del de los Hombres. Ambos son parte integrante de un mismo sistema, de una misma realidad. Una realidad en la que los medios de comunicación se convierten en transmisores de los valores y esquemas presentes en la sociedad, pero también en generadores de nuevas formas de relación.

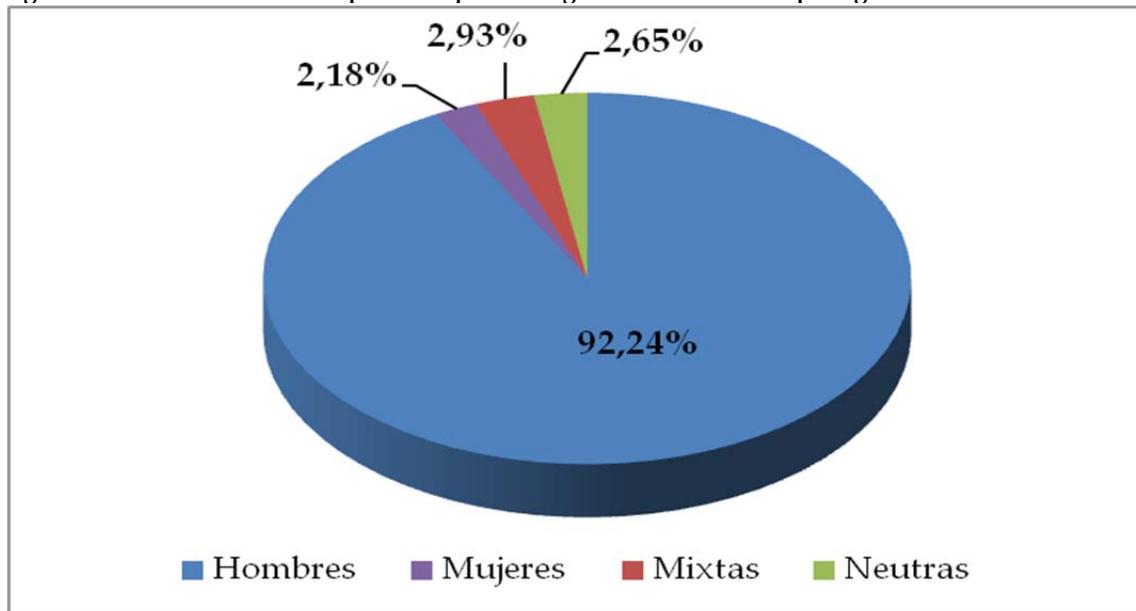
7.1. PREDOMINIO ABSOLUTO DE LOS HOMBRES

Los Hombres son los protagonistas indiscutibles de la prensa deportiva. Los resultados de la investigación muestran que las Mujeres siguen estando infrarrepresentadas en las páginas de los diarios deportivos españoles, es más, a lo largo del tiempo disminuyen su presencia.

En la figura 22 se observa el porcentaje del total de informaciones según el Género de los protagonistas en los diarios deportivos. El porcentaje de las informaciones protagonizadas por Hombres es de un 92,24%. Únicamente en el 5,11% de los casos las Mujeres son sujeto noticioso, unas veces sola (2,18%) y otras acompañada por al menos un protagonista Masculino (2,93%), codificadas como 'Mixtas'. En un 2,65% las informaciones las protagoniza una institución, ley, normativa, competición, instalaciones, medios de comunicación, etc., codificadas como 'Neutras'.

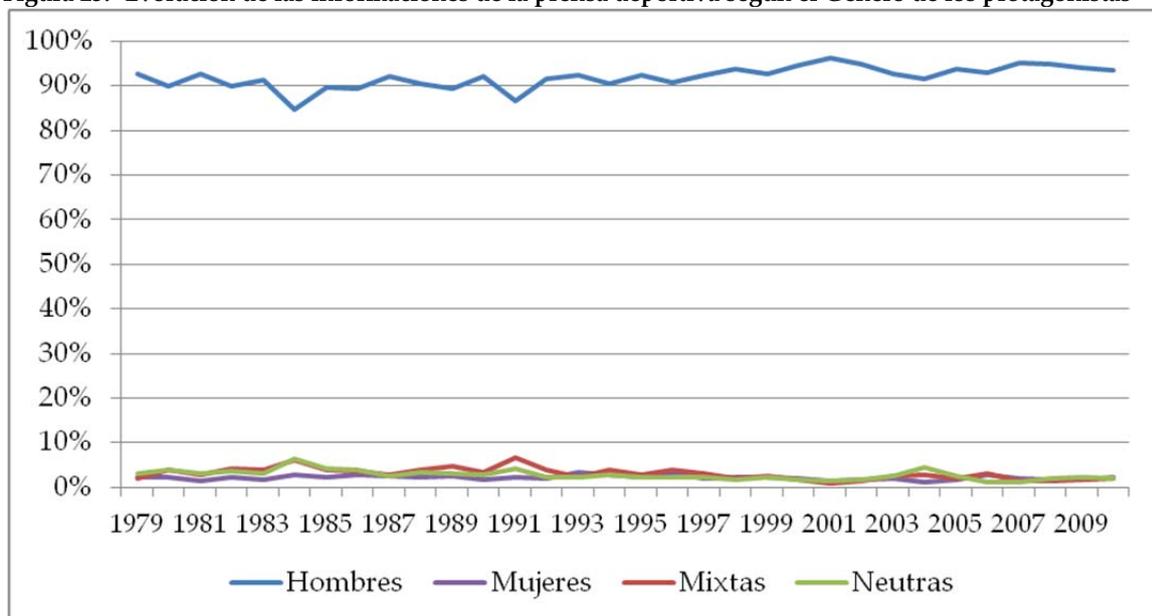
¹¹¹ La variable Género de los protagonistas de las informaciones tiene en cuenta a todos los personajes de la información, independientemente de su papel. Se consideran todos los protagonistas, principales o secundarios, del texto informativo.

Figura 22.- Informaciones de la prensa deportiva según el Género de los protagonistas



En la figura 23 se aprecia la evolución, desde el año 1979 hasta el año 2010, del porcentaje de informaciones en la prensa deportiva según el Género de los protagonistas.

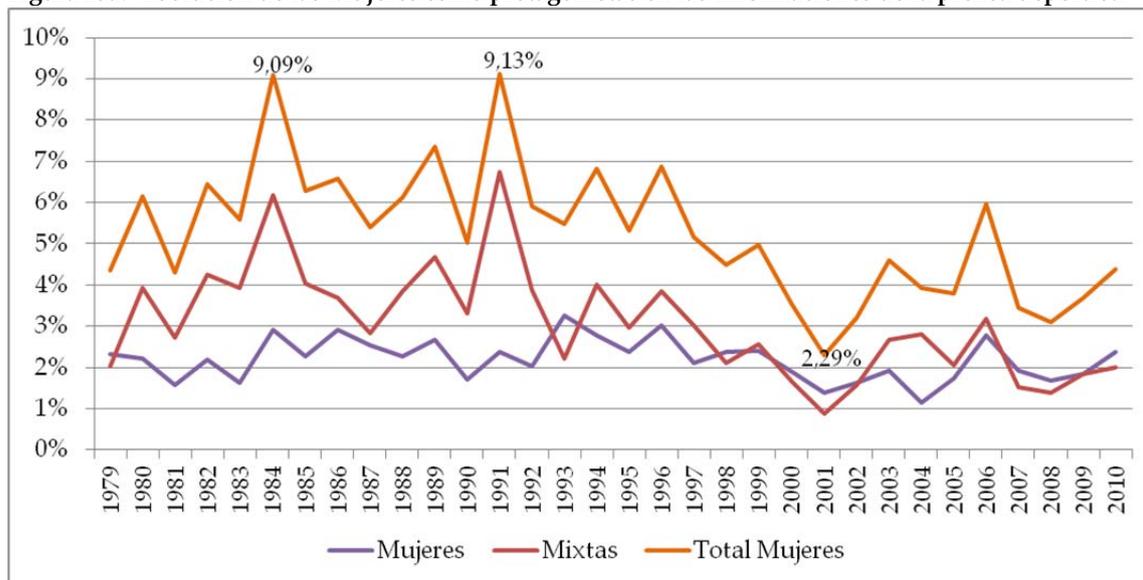
Figura 23.- Evolución de las informaciones de la prensa deportiva según el Género de los protagonistas



En términos generales, en la figura 23 no se aprecian grandes cambios a lo largo de los 32 años estudiados. La información protagonizada por Hombres describe una tendencia al alza. En concreto, en la figura 23a, se puede analizar de manera

pormenorizada cómo han evolucionado las informaciones en el que las Mujeres aparecen como sujetos noticiosos, sola o acompañada por el Hombre, con respecto del total de informaciones de cada año.

Figura 23a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones de la prensa deportiva



En la figura 23a se puede ver que la información 'Mixta' es superior a la información en el que sólo las Mujeres son protagonistas, en la mayoría de los años analizados.

Se observa una leve tendencia a la baja de la frecuencia con que las Mujeres aparecen como protagonistas únicas, aunque irregular en el tiempo. La frecuencia más alta se produce en los años 1993 y 1996 (supera el 3%) y la más baja se produce en 1981, 1983, 1990, durante los años comprendidos entre 2000 y 2005, 2007 y 2009 (por debajo del 2%).

Las informaciones 'Mixtas', en las que Mujeres y Hombres comparten protagonismo, sí marcan una clara tendencia a la baja aunque con picos de sierra.

Al sumar todas las informaciones en el que una o varias de las personas protagonistas son Mujeres, la tendencia a la baja queda más marcada. La frecuencia más alta del total de las informaciones protagonizadas por Mujeres se produce en los años 1984 y 1991 (superando el 9%); en la década de los noventa sufre un paulatino descenso que se enfatiza en el año 2000 y siguientes - marca el dato más bajo el año 2001 (2,29%) - en el que la presencia de la Mujer en ningún caso supera el 6%, llegando

a estar por debajo del 4% en la mayoría de los años, sobre todo en los últimos. En el año 2010 la cifra total de las informaciones en el que la Mujer es sujeto noticioso vuelve a superar el 4%.

En la tabla 18 se puede observar la evolución¹¹² de las informaciones según el Género de los sujetos noticiosos.

Tabla 18.- Evolución de las informaciones según el Género de los protagonistas

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Hombres	92,65	89,85	90,25	90,8	92,46	94,2	94,23	93,59
Mujeres	2,32	2,08	2,54	2,46	2,45	1,62	1,96	2,37
'Mixtas'	2,04	4,13	3,8	3,93	2,87	1,87	1,96	2,01
'Neutras'	3	3,93	3,41	2,81	2,21	2,31	1,85	2,03

Los datos de la tabla 18 señalan que los Hombres mantienen su hegemonía como sujeto noticioso en la prensa deportiva española durante los últimos 32 años, sólo en el período comprendido entre los años 1980 y 1984 se contempla un pequeño descenso, por primera y única vez, por debajo del 90%. Durante los años siguientes aumenta y llega a superar el 94% de las informaciones totales.

La Mujer como sujeto noticioso se sitúa en torno al 2% en los años analizados. En la primera década del siglo XXI permanece por debajo del 2%, observándose así un descenso de la información sobre Mujer en la prensa deportiva. En el año 2010 se recupera y vuelve a estar por encima del 2%.

Hombre y Mujer comparten protagonismo en el 2,04% de las informaciones analizadas en el año 1979. Durante la década de los ochenta aumenta llegando a situarse dos puntos por encima; sin embargo, en los noventa comienza a disminuir la información 'Mixta' paulatinamente y llega a situarse por debajo del 2% en la primera década del siglo XXI. En el año 2010 la información 'Mixta' supone un 2,01%.

En 1979, al analizar las informaciones con protagonistas 'Neutros' suponen un 3%. Durante la década de los ochenta la información 'Neutra' aumenta (más de medio punto), pero en los años noventa comienza a disminuir y llega a situarse en torno al 2% en el año 2010.

¹¹² Durante la exposición de las tablas de evolución se opta por mostrar los datos íntegros del primer y último año y agrupar los años centrales en lustros para facilitar la descripción de la muestra.

Los datos de la tabla 18 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y la Evolución Temporal ($\chi^2(21, N=95439) = 529,173, p=.001$).

Se puede concluir que la información protagonizada por Hombres se incrementa a lo largo del tiempo en detrimento del resto. De hecho, si se comparan estos datos con los ofrecidos por otras investigaciones, a las que se hace referencia en el marco teórico (tabla 16), se observa que la invisibilidad de la Mujeres en la prensa deportiva española, además de aumentar a lo largo del tiempo, es mayor que en las informaciones deportivas registradas en otros medios y otros países.

7.1.1. LA INVISIBILIDAD DE LAS MUJERES UNA CONSTANTE EN TODOS LOS DIARIOS

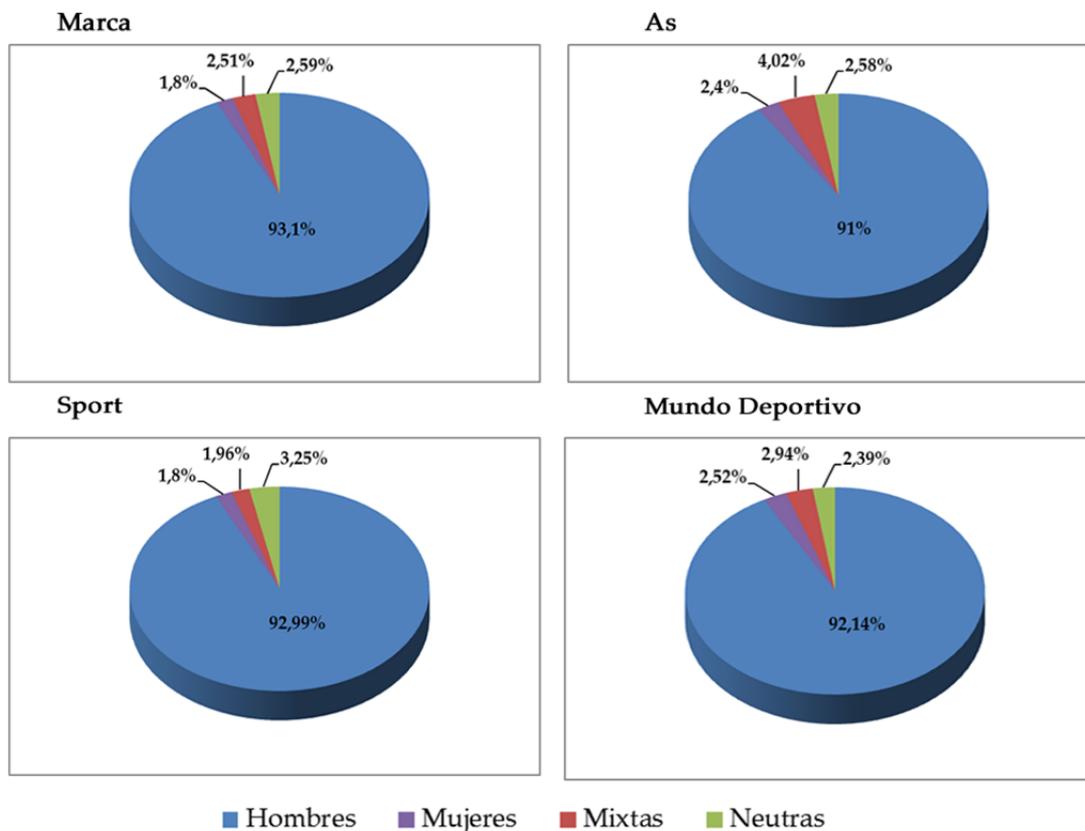
En la figura 24 se observa el porcentaje de informaciones según el Género de los protagonistas en los cuatro diarios deportivos analizados.

No se aprecian grandes diferencias entre los diferentes medios analizados en el Género de los protagonistas de las informaciones. La hegemonía de los Hombres es indiscutible en *Marca* (93%), *Sport* (92,99%), *Mundo Deportivo* (92,14%) y *As* (91%).

La invisibilidad de las Mujeres como protagonistas queda vigente si se tiene en cuenta que en los cuatro diarios sus porcentajes son inferiores a las 'Mixtas', en el que los Hombres también están presentes, e incluso a las 'Neutras', únicamente en *Mundo Deportivo* las protagonizadas por Mujeres (2,52%) son más frecuentes que las 'Neutras' (2,39%), aunque la diferencia es mínima.

Los datos de la figura 24 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y Medio ($\chi^2(9, N=95439) = 260,088, p=.001$).

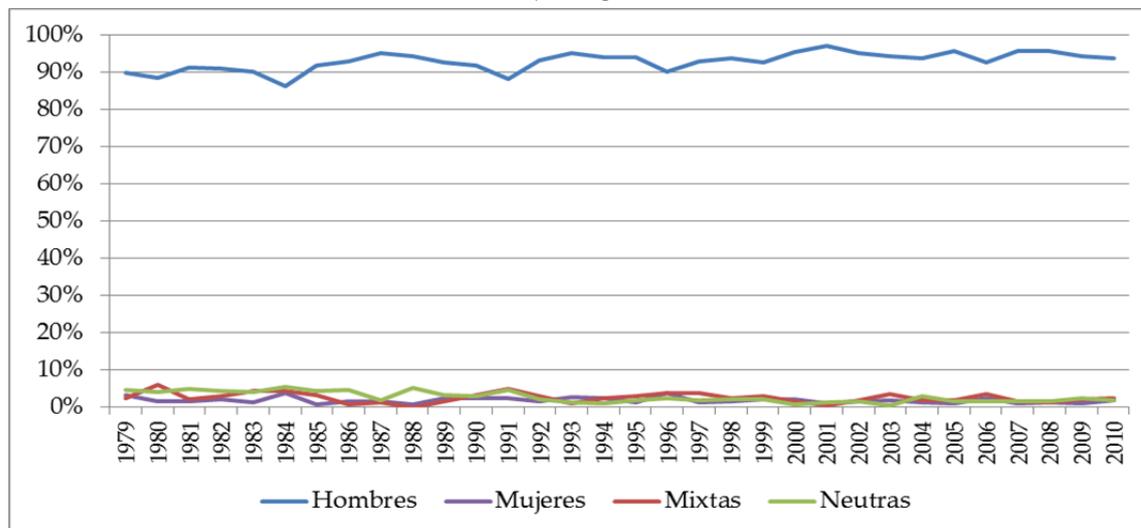
Figura 24.- Informaciones de la prensa deportiva según el Género de los protagonistas por Medio de comunicación



A continuación se profundiza en la evolución de las informaciones según el Género de los protagonistas en cada diario, con el objetivo de evaluar si existen diferencias entre las diferentes cabeceras deportivas a lo largo del tiempo.

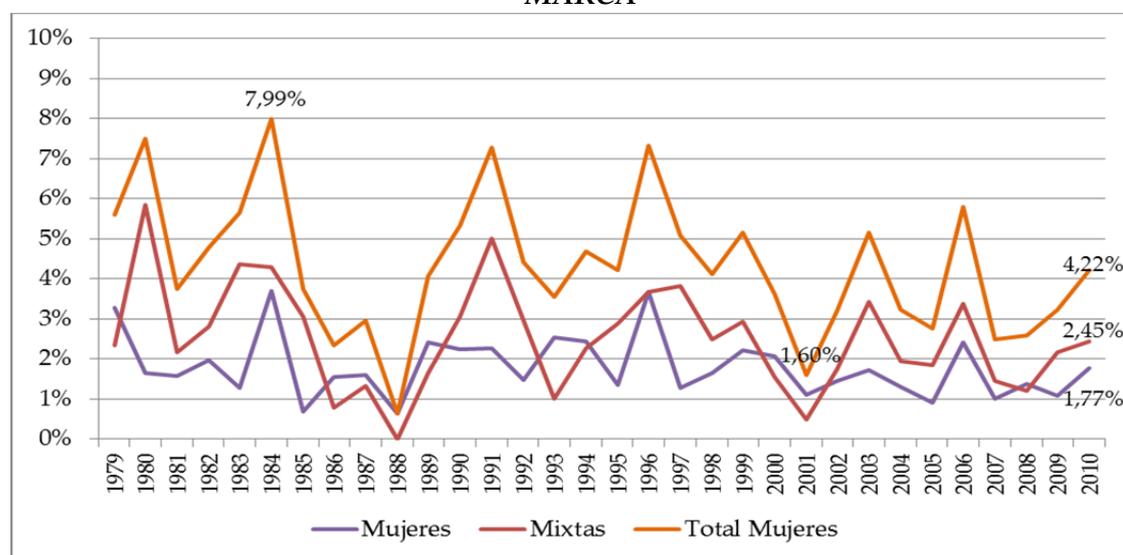
En la figura 25 se observa la evolución, desde el año 1979 hasta el año 2010, del porcentaje de informaciones del diario *Marca* según el Género de los protagonistas. Se aprecia una tendencia al alza de los Hombres como protagonistas, aunque en general no se observan grandes cambios a lo largo de los 32 años estudiados en los porcentajes de los sujetos noticiosos según el Género.

Figura 25.- Evolución de las informaciones del diario *Marca* según el Género de los protagonistas
MARCA



En concreto, en la figura 25a, se puede analizar de manera pormenorizada cómo han evolucionado las informaciones en las que las Mujeres aparecen como sujetos noticiosos, sola o acompañada por el Hombre, en el diario *Marca*.

Figura 25a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones del diario *Marca*
MARCA



En la figura 25a se aprecia que las informaciones protagonizadas por Mujeres en *Marca* no superan el 4% en ningún caso. La mayor frecuencia se produce en los años 1984 y 1996. Por el contrario, los años en el que la frecuencia es menor, por debajo del 1% son: 1988 (0,64%), 1985 (0,68%) y 2005 (0,92%). En el siglo XXI la frecuencia se

mantiene por debajo del 2%, exceptuando 2006 (2,41%). En 2010 la cifra es de solo un 1,77%, se confirma una clara tendencia al descenso. Las 'Mixtas' se comportan de manera similar, pero siempre con porcentajes más elevados que en el caso de las de Mujeres. Como curiosidad destacar que en 1988 no se ha analizado ninguna información en el que Mujeres y Hombres comparten protagonismo.

Si se analizan todas las informaciones en el que una o varias de las personas protagonistas son Mujer, las de Mujeres y las 'Mixtas', se aprecia de manera más clara la tendencia descendente, aunque con marcados picos de sierra. Así, los años en el que aparece la Mujer con mayor frecuencia, por encima del 7% son: 1980, 1984, 1991 y 1996. Por el contrario, 1988 (0,64%) es el año con el menor porcentaje de informaciones sobre Mujer seguido del año 2001 (1,60%). En la primera década del siglo XXI la tendencia al descenso se confirma al no superar nunca el 6%, situándose su promedio en torno a un 3%.

En la tabla 19 se analiza la evolución de las informaciones publicadas en el diario *Marca* según el Género de los protagonistas.

Tabla 19.- Evolución de las informaciones del diario *Marca* según el Género de los protagonistas

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Hombres	89,89	89,83	93,44	92,61	92,73	95,54	94,9	93,87
Mujeres	3,27	1,9	1,45	2,2	2,02	1,54	1,34	1,77
'Mixtas'	2,33	3,8	1,42	2,82	3,18	1,65	2	2,45
'Neutras'	4,51	4,47	3,7	2,37	2,07	1,27	1,76	1,91

Los datos de la tabla 19 confirman nuevamente que los Hombres han incrementado su hegemonía como sujeto noticioso en el diario *Marca* durante los últimos 32 años llegando a superar en el primer lustro del siglo XXI el 95% de las informaciones totales.

Las Mujeres como sujeto noticioso se sitúan por debajo del 2% durante los años analizados. Sin embargo, en el año 1979 superaban el 3% y en la década de los noventa se mantuvieron por encima del 2%. Es en la primera década del siglo XXI cuando el descenso se confirma y llega al año 2010 con 1,77%.

Por otro lado, las informaciones 'Mixtas', aunque sus porcentajes son heterogéneos, han sufrido un descenso sobre todo en los últimos años del análisis, aunque en el año 2010 se produce una pequeña recuperación llegando a superar el 2%.

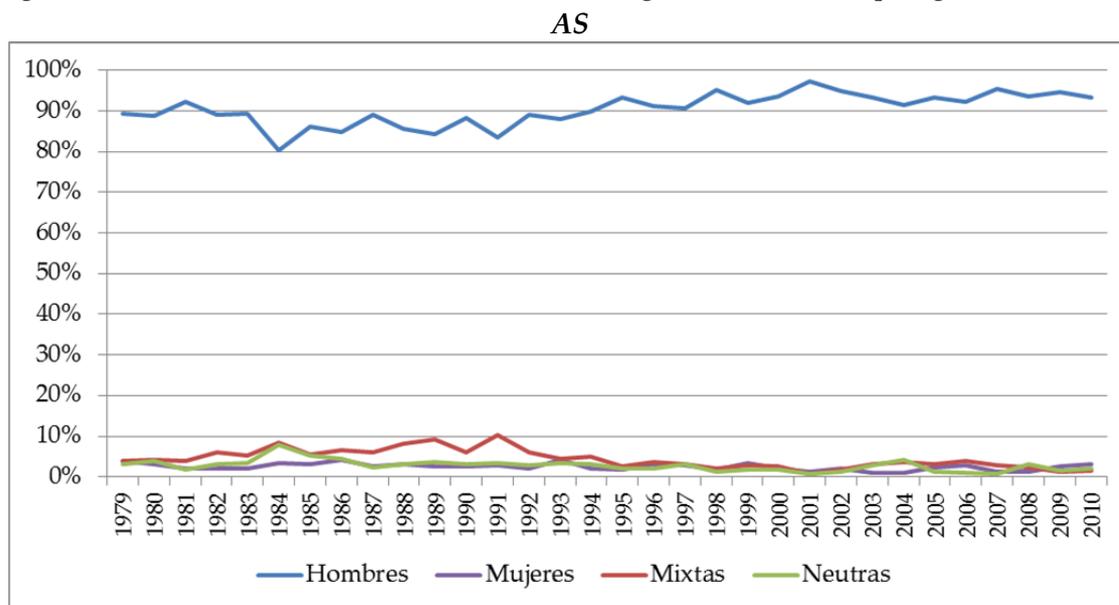
Al analizar las informaciones 'Neutras' se aprecia también un claro descenso, esta vez más homogéneo, que varía desde más de un 4%, en el año 1979 y el primer lustro de la década de los ochenta, a un 3,70%, en el período comprendido entre 1985-1989, por debajo del 3%, durante la década de los noventa, hasta por debajo del 2% en el siglo XXI.

Los datos de la tabla 19 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y la Evolución Temporal en el diario *Marca* ($\chi^2(21, N=22803) = 200,728, p=.001$). Se puede concluir que en el diario *Marca* el mayor descenso se produce en las informaciones en las que las Mujeres son protagonistas, seguidas de las 'Neutras' y, por último, de las 'Mixtas'. Todo a favor del incremento de las informaciones en el que los Hombres son protagonistas.

En la figura 26 se aprecia la evolución, desde el año 1979 hasta el año 2010, del porcentaje de informaciones del diario *As* según el Género de los protagonistas.

En términos generales se observa una tendencia al aumento de las informaciones cuyos protagonistas son Hombres: durante la década de los ochenta y hasta mediados de los noventa se sitúa por debajo del 90% - con la excepción del año 1981 (92,28%) -; a partir del año 1995 permanece siempre por encima del 90%. Las informaciones protagonizadas por Hombres marcan su índice más alto en el año 2001 (97,25%), y supera el 95% en los años 1998 y 2007.

Figura 26.- Evolución de las informaciones del diario *As* según el Género de los protagonistas



En la figura 26a se analiza, en el diario *As*, de manera pormenorizada las informaciones en las que las Mujeres aparecen como sujeto noticioso, incluyendo las 'Mixtas'.

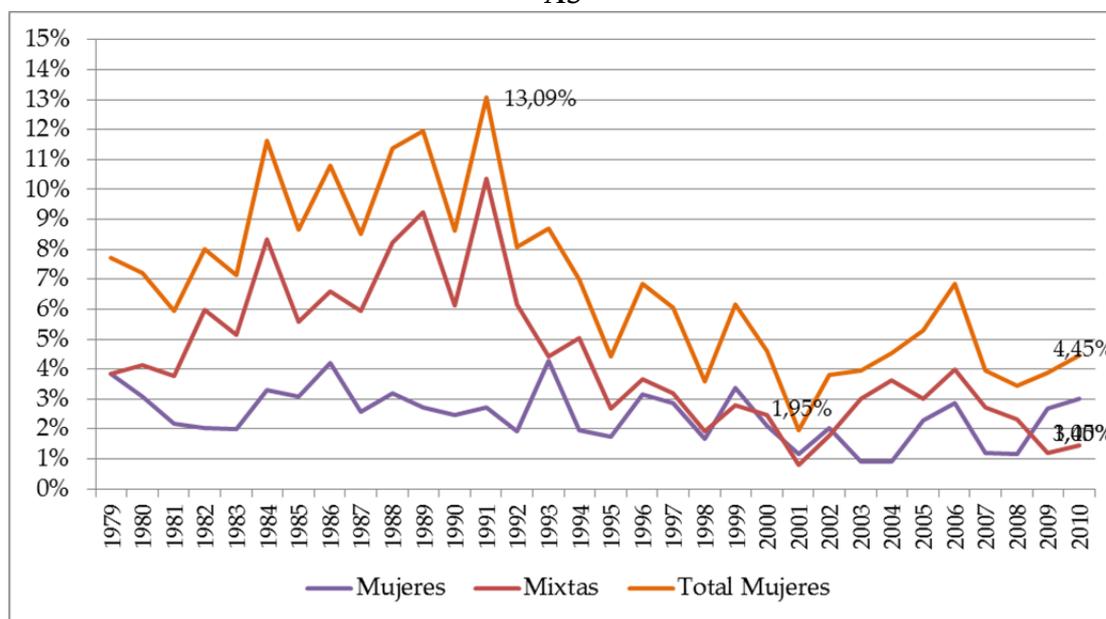
Se aprecia que en el caso de las informaciones protagonizadas por Mujeres las cifras en ningún caso superan el 4,3%, siendo los años que más se publican 1986 y 1993. Durante la década de los noventa la información protagonizada por la Mujer descende, aunque de manera desigual. Mientras que en los primeros años del siglo XXI se continua con esta tendencia y disminuye (llegando en los años 2003 y 2004 a estar por debajo del 1%); en los años posteriores sufre un pequeño y variado aumento hasta el año 2010 en el que su frecuencia es de un 3%.

Las informaciones en las que Mujeres y Hombres comparten protagonismo, las 'Mixtas', se produce una tendencia ascendente durante la década de los ochenta (en 1989 supera el 9%); en los noventa se produce un descenso de más de tres puntos en el primer año para alcanzar en 1991 (con más de un 10%) su mayor frecuencia. A partir de ese momento descende y desde el año 1995 en adelante nunca supera el 4%, llegando a estar por debajo del 2% en 1998. En el año 2001 es cuando la información 'Mixta' llega a su frecuencia más baja (0,8%); en el año 2010 no supera el 1,5%.

En el diario *As* la tendencia al descenso de las informaciones en el que aparecen Mujeres es claramente mayor en el caso de las 'Mixtas' que en el caso de las protagonizadas por Mujeres.

Al analizar el total de las informaciones en el que aparecen Mujeres, la tendencia descendente queda más patente, aunque con marcados picos de sierra. En los años ochenta la tendencia es ascendente, en 1984 (11,62%) y 1989 (casi un 12%) marca sus índices más altos. En la década de los noventa se inicia un descenso de casi tres puntos en 1990 para alcanzar su mayor frecuencia en 1991 (13,09%). En el año 1992 la información sobre Mujer descende bruscamente alcanzando su índice más bajo, por debajo del 2%, en el año 2001. En el año 2010 el total de las informaciones en las que aparecen Mujeres es de un 4,45%, por lo que se confirma la tendencia al descenso (de más de seis puntos) de las publicadas en el diario *As*.

Figura 26a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones del diario AS



En la tabla 20 se analiza la evolución de las informaciones publicadas en el diario *As* según el Género de los protagonistas.

Los datos confirman que los Hombres han incrementado su hegemonía como sujeto noticioso, con una diferencia entre el año de inicio del análisis, 1979, y el año final, 2010, de más de cuatro puntos. Durante la década de los ochenta y el primer lustro de los años noventa estas informaciones protagonizadas por Hombres no superaban en ningún caso el 90%. En el período posterior se mantienen por encima del 90% pero en ningún caso superan el 95% de las informaciones totales.

Las Mujeres como protagonistas presentan una media total del 2,40%, y aunque tienden a disminuir lo hacen de manera muy heterogénea. En el año 2010 vuelven a aumentar y alcanzan el 3% del total de las informaciones.

En las informaciones 'Mixtas' se produce el mayor descenso: durante los años ochenta la tendencia es en aumento - superando el 7% en el período comprendido entre 1985-1989 -; a principios de los años noventa se produce una leve disminución, que se acrecienta en períodos posteriores, marcando su índice más bajo en el año 2010 (1,5%).

Las informaciones 'Neutras' disminuyen su presencia a lo largo del tiempo. Este descenso es menor que en el caso de las 'Mixtas' puesto que su frecuencia es siempre

inferior. Sin embargo, en el año 2010 la presencia de las informaciones 'Neutras' es de un 2,13%, lo que le sitúa por encima de las 'Mixtas'.

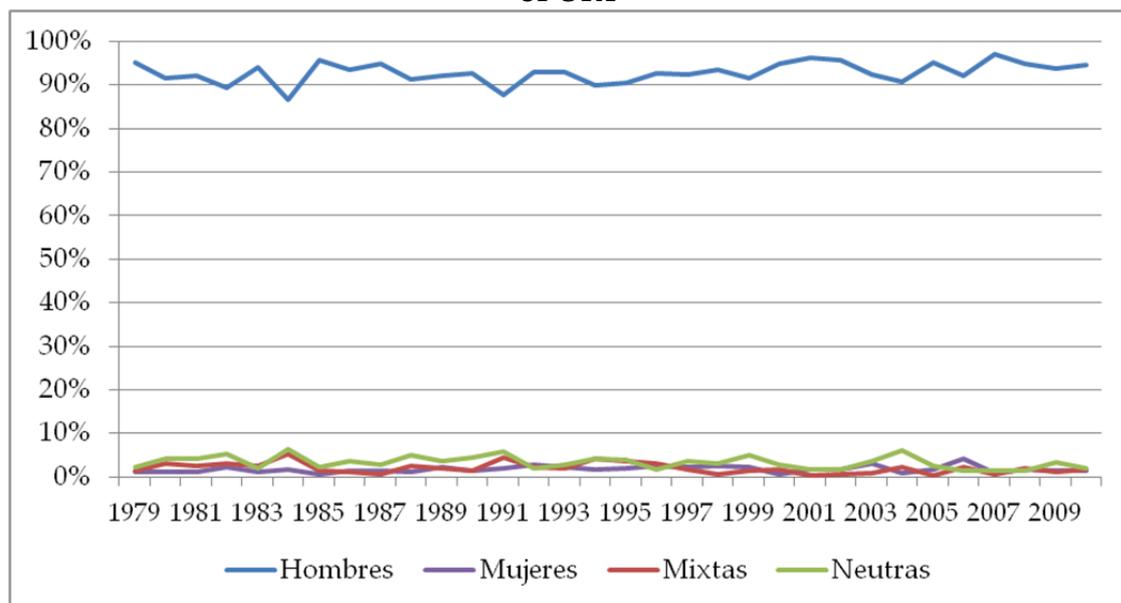
Tabla 20.- Evolución de las informaciones del diario *As* según el Género de los protagonistas

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Hombres	89,23	88,39	85,98	88,01	92,42	94,23	93,89	93,41
Mujeres	3,86	2,46	3,16	2,7	2,6	1,42	2	3
'Mixtas'	3,86	5,35	7,05	6,17	2,87	2,29	2,57	1,45
'Neutras'	3,05	3,81	3,81	3,11	2,11	2,06	1,53	2,13

Los datos de la tabla 20 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y la Evolución Temporal en el diario *As* ($\chi^2(21, N=24503) = 346,474, p=.001$). Se confirma un incremento de la hegemonía de los Hombres en la información deportiva publicada en el diario *As*.

En la figura 27 se aprecia la evolución, desde el año 1979 hasta el año 2010, del porcentaje de informaciones del diario *Sport* según el Género de los protagonistas.

Figura 27.- Evolución de las informaciones del diario *Sport* según el Género de los protagonistas
SPORT



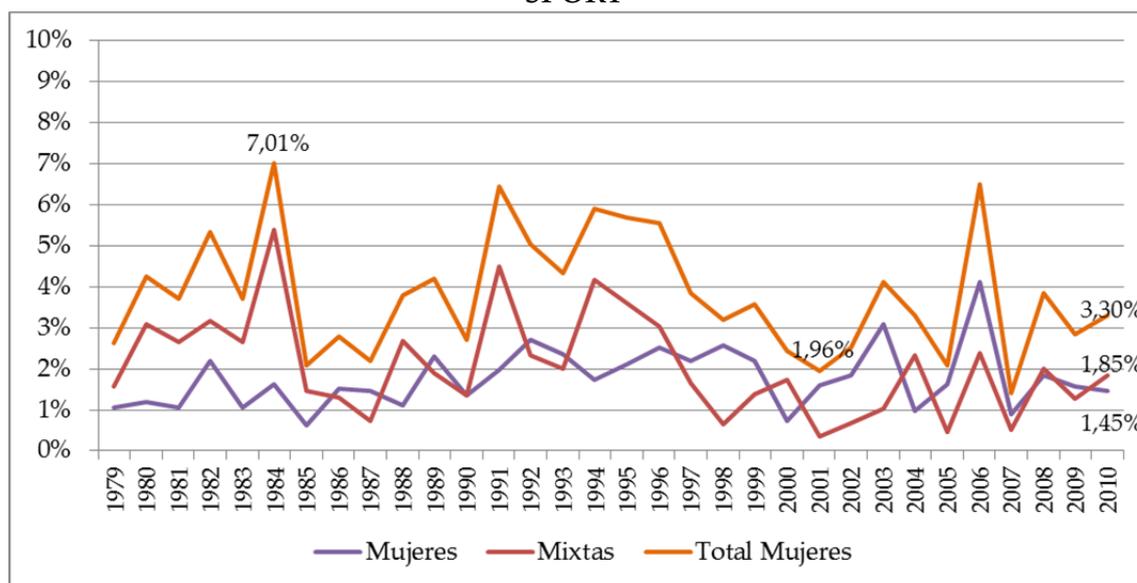
En términos generales, en la figura 27 no se aprecian grandes cambios a lo largo de los 32 años estudiados en los porcentajes de los sujetos noticiosos según el Género.

En la figura 27a se observa de forma específica la evolución de las informaciones en las que la Mujer aparece como sujeto noticioso, las de Mujeres y las 'Mixtas'.

La frecuencia de las informaciones protagonizadas por Mujeres se mantiene por debajo del 4%, sólo en el año 2006 consigue llegar al 4,13%. En la mayoría de los años se sitúan en una media inferior al 2%, destacando los años 1985, 2000, 2004 y 2007 en el que la información no supera el 1%. Aun así, la línea de tendencia, aunque leve, es ascendente.

Las 'Mixtas' marcan, claramente, una línea de tendencia descendente. En seis años diferentes, 1987, 1998, 2001, 2002, 2005 y 2007, la frecuencia no alcanza el 1%. Al principio de los años ochenta se observa una tendencia al alza - en 1984 llega a superar el 5% - que a finales de la década se invierte. Lo mismo ocurre en la siguiente década siguiente, aunque con datos siempre inferiores a los de los años ochenta. Durante los años analizados del siglo XXI las informaciones 'Mixtas' se mantienen en índices que rondan el 1,3% de media, sólo en el 2004 se supera el 2%.

Figura 27a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones del diario *Sport*



Al analizar el total de las informaciones en el que aparecen Mujeres, en la figura 27a, se observa una tendencia descendente muy marcada, aunque con picos de sierra. El año en el que aparecen las Mujeres con mayor frecuencia, siempre teniendo en cuenta la suma global, es 1984 (por encima del 7%), seguido de los años 2006 y 1991 (con un porcentaje en torno al 6,5%). Por el contrario 2001 y 2007 son los años con el menor porcentaje de informaciones en el que al menos una aparece Mujer (por debajo del 2%). En la primera década del siglo XXI la tendencia al descenso se confirma y el

porcentaje de la información no supera el 4,2%, con una media en torno al 3% (exceptuando el año 2006 con el 6,51%).

En la tabla 21 se analiza la evolución de las informaciones publicadas en el diario *Sport* según el Género de los protagonistas.

Los datos de la tabla 21 señalan que los Hombres como protagonistas han incrementado su presencia como sujeto noticioso en el diario *Sport* durante los últimos 32 años. Aunque al comparar el año 1979, año de comienzo de la muestra, y el 2010, último año de la muestra, la información sobre Hombres pierde tres décimas.

Las Mujeres como protagonistas, incrementan su presencia a lo largo del tiempo, aunque su aumento es mínimo. Durante la década de los ochenta aumentan levemente su presencia y llega a sus índices más altos en la década de los noventa (por encima del 2%). En el primer lustro del siglo XXI pierden presencia (en más de medio punto) y sufren una leve mejoría a finales de la década.

En las informaciones 'Mixtas' se observa una clara, aunque heterogénea, tendencia a la baja. Entre 1980 y 1984 (3,54%) la frecuencia de la información 'Mixta' es muy superior al resto de los períodos, se confirma una disminución de las informaciones 'Mixtas' en el diario *Sport* a lo largo del tiempo.

Por otro lado, al analizar las informaciones 'Neutras' se aprecia un claro descenso, esta vez más homogéneo, que varía desde un 4,61%, para el período comprendido entre 1980 y 1984, hasta 2,10%, para el último período analizado. En el año 2010 se confirma la tendencia descendente con una frecuencia por debajo del 2%.

Tabla 21.- Evolución de las informaciones del diario *Sport* según el Género de los protagonistas

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Hombres	95,08	90,4	93,51	91,18	92,15	93,99	94,73	94,72
Mujeres	1,05	1,44	1,4	2,04	2,32	1,67	1,93	1,45
'Mixtas'	1,58	3,54	1,62	2,95	1,93	1,22	1,24	1,85
'Neutras'	2,28	4,61	3,47	3,82	3,6	3,12	2,1	1,98

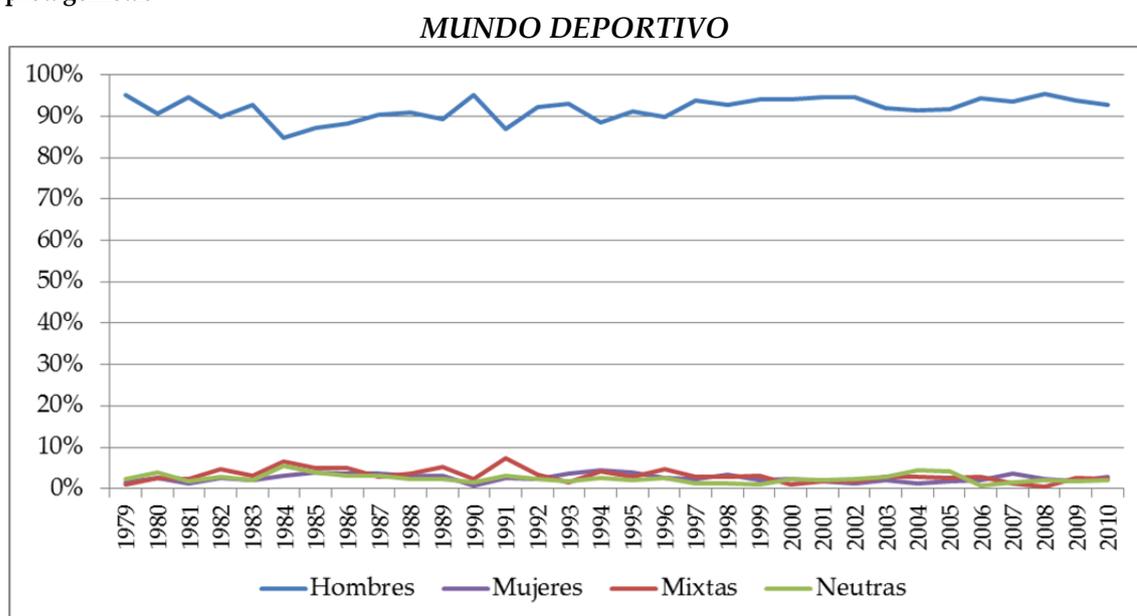
Los datos de la tabla 21 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y la Evolución Temporal en el diario *Sport* ($\chi^2(21, N=18167) = 114,074, p=.001$). Se puede concluir que las informaciones protagonizadas por Mujeres en el diario *Sport* han aumentado levemente a lo largo del tiempo, sin embargo tanto las 'Mixtas' como las 'Neutras', han descendido en más de

dos puntos respectivamente, favoreciéndose el incremento de las informaciones protagonizadas por Hombres.

El porcentaje de la evolución, desde el año 1979 hasta el año 2010, de las informaciones del diario *Mundo Deportivo* según el Género de los protagonistas se puede ver en la figura 28.

En términos generales, se observa una mínima tendencia al aumento de las informaciones protagonizadas por Hombres, manteniéndose en los últimos años el porcentaje siempre por encima del 90%.

Figura 28.- Evolución de las informaciones del diario *Mundo Deportivo* según el Género de los protagonistas



En la figura 28a se observa de forma específica la evolución de las informaciones protagonizadas por las Mujeres y por Mujeres y Hombres, las 'Mixtas'.

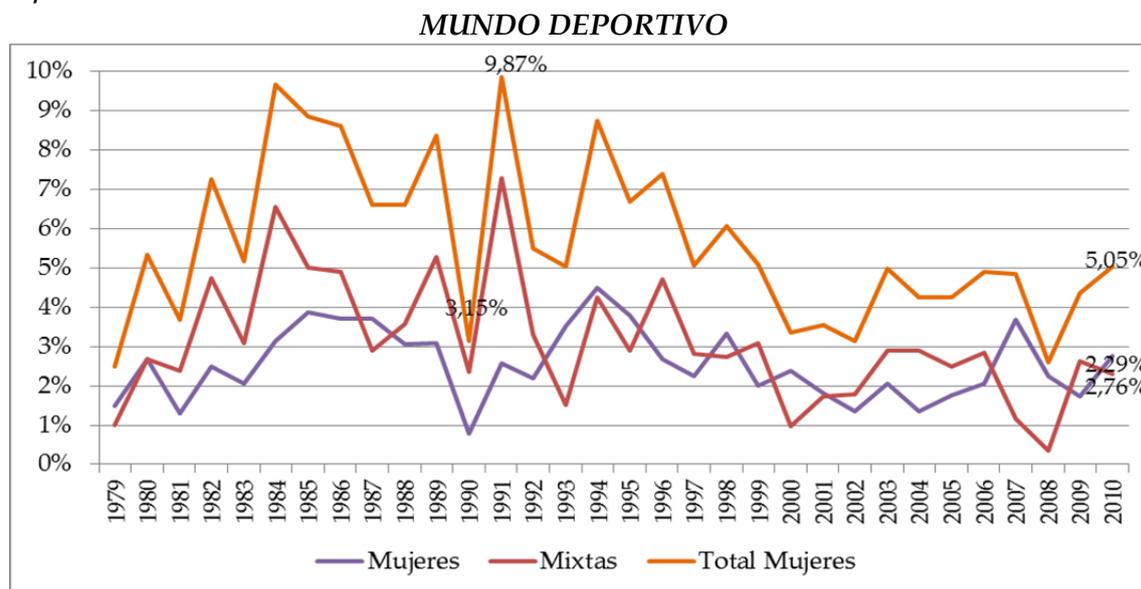
La frecuencia de las informaciones protagonizadas por Mujeres marca una tendencia a la baja. Durante los años ochenta el promedio se sitúa en un 2,9%. Durante la década de los noventa baja dos centésimas; es en esta década cuando su frecuencia es más heterogénea, marcando su índice más bajo en 1990 (0,79%), y su índice más alto en 1994 (4,5%). Ya en el siglo XXI, el promedio se sitúa en torno al 2%, perdiendo más de siete centésimas.

En las informaciones 'Mixtas' se aprecia una gran irregularidad. Su índice más alto lo marca en 1991(7,30%) y el más bajo se produce en el 2008 (0,35%), casi desaparecen. Su comportamiento condiciona el comportamiento de la suma total puesto que se mueve en unos porcentajes más altos que los de las protagonizadas por Mujeres.

En este sentido, al contemplar el total de las informaciones en el que aparece al menos una Mujer como protagonista, se aprecia una gran irregularidad. Durante los años ochenta se mantiene en torno al 7%, pero con grandes desigualdades, en 1981 se sitúa por debajo del 4% y en 1984 llega a superar el 9%. Igual ocurre en los siguientes 10 años, en el año 1990 marca su índice más bajo (3,15%), para el año siguiente marcar el más alto (9,87%). Sin embargo el promedio para la década de los noventa es casi un punto inferior que para la década anterior. Los primeros años del siglo XXI marcan una clara disminución, esta vez más homogénea, situándose la frecuencia en torno al 4%.

Se concluye que en el diario *Mundo Deportivo* la tendencia a la baja se produce en todos los casos en el que las Mujeres son protagonistas, pero en las informaciones 'Mixtas' es mucho más pronunciada.

Figura 28a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones del diario *Mundo Deportivo*



En la tabla 22 se analiza la evolución de las informaciones publicadas en el diario *Mundo Deportivo* según el Género de los sujetos noticiosos.

Los datos señalan que los Hombres han incrementado su presencia gradualmente como sujetos noticiosos en el diario *Mundo Deportivo*, con un aumento entre 1980-1984 y 2005-2009 de tres puntos.

Las informaciones en el que las Mujeres son protagonistas (con una media total de 2,5%) tienden a disminuir, aunque lo hacen de manera heterogénea. En el 2010 aumentan y vuelven a alcanzar el 3%.

En protagonizadas por Mujeres y Hombres, las 'Mixtas', se produce un mayor descenso: durante los años ochenta la tendencia es en aumento llegando a suponer el 4,23%; en la década de los noventa entra en retroceso hasta finales de la primera década del siglo XXI en el que se sitúa en un 1,83%.

Las informaciones 'Neutras' también disminuye pero de manera desigual: en el período comprendido entre 1980 y 1984 alcanza su índice más alto (3,15%); a partir del lustro siguiente entra en recesión y se mantiene así hasta finales de los años noventa cuando marca su frecuencia más baja (1,54%); en el siglo XXI aumentan, pero finalizan el análisis en torno al 2%.

Tabla 22.- Evolución de las informaciones del diario *Mundo Deportivo* según el Género de los protagonistas

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Hombres	95,24	90,75	89,42	91,42	92,46	93,34	93,79	92,89
Mujeres	1,5	2,31	3,46	2,72	2,79	1,80	2,33	2,76
'Mixtas'	1	3,8	4,23	3,56	3,22	2,1	1,83	2,29
'Neutras'	2,25	3,15	2,88	2,3	1,54	2,75	2,05	2,05

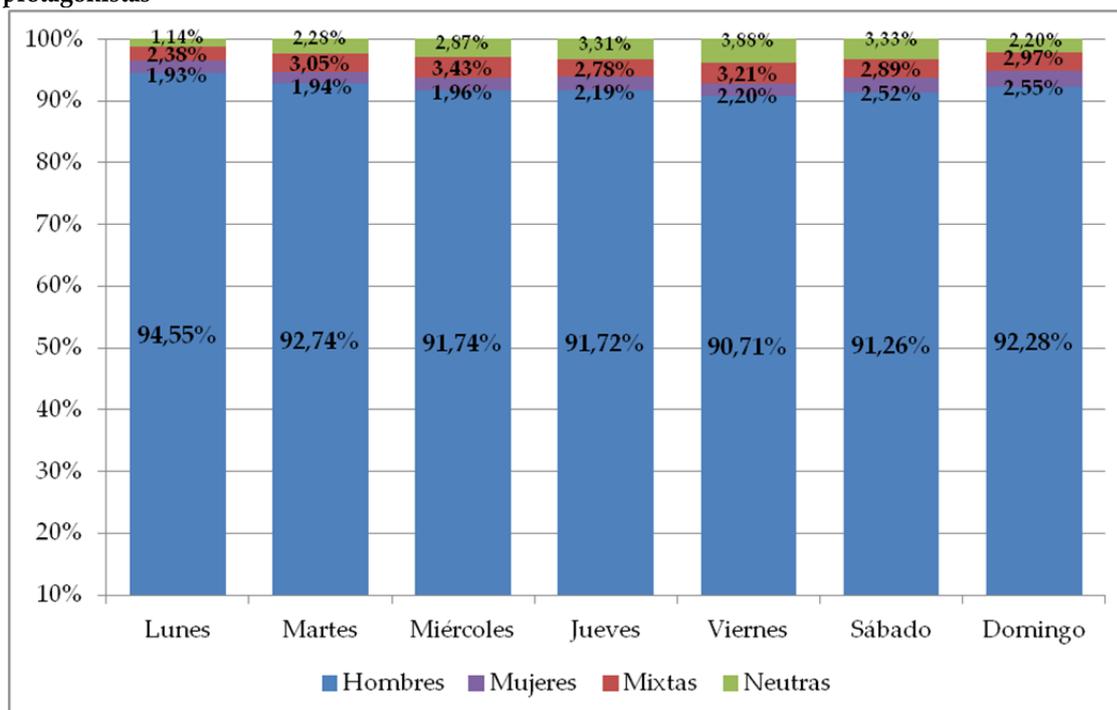
Los datos de la tabla 22 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y la Evolución Temporal en el diario *Mundo Deportivo* (χ^2 (21,N=29966) = 163,525, p=.001). Se observa que el mayor descenso se produce en las informaciones 'Mixtas' y se confirma un incremento gradual de los Hombres como protagonistas en las informaciones publicadas en el diario *Mundo Deportivo*.

En ninguno de los diarios existe una explicación lógica al ascenso o descenso de las informaciones protagonizadas por Mujeres, puesto que las Mujeres siguen compitiendo durante esos años a nivel profesional.

7.2. LOS HOMBRES PREFIEREN EL LUNES

En la figura 29 se observa el porcentaje de informaciones según el Género de los protagonistas por día de la semana.

Figura 29.- Informaciones en la prensa deportiva por días de la semana según el Género de los protagonistas



Los lunes son los días en el que mayor protagonismo tienen los Hombres (94,55%). A partir del martes la información Masculina desciende gradualmente hasta el viernes, cuando llega a su nivel más bajo (90,71%), para volver a iniciar una tendencia ascendente en el fin de semana.

Por el contrario, las informaciones protagonizadas por Mujeres marcan sus niveles más bajos los lunes (1,93%). El resto de los días marca una tendencia positiva, aunque leve: los martes y miércoles se mantiene por debajo del 2% y los jueves supera dicho porcentaje hasta llegar al domingo con la frecuencia más alta (2,55%). La diferencia entre los lunes y los domingos es de medio punto.

La tendencia de las informaciones 'Mixtas' es ascendente a lo largo de la semana pero de manera muy variable: los lunes su frecuencia es menor (2,38%) y los miércoles mayor (3,43%); los jueves descienden y los viernes asciende para volver a descender los sábados y ascender los domingos (2,97%).

Las informaciones 'Neutras' tienen una tendencia ascendente de lunes (1,14%) a viernes (3,88%). Los sábados la tendencia cambia, y las informaciones 'Neutras' descienden en fin de semana. El comportamiento es homogéneo.

Los datos de la figura 29 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y Día de la Semana ($\chi^2(18, N=95439) = 369,968, p=.001$).

En la tabla 23 se puede observar la evolución en el tiempo de las informaciones según el Género de los sujetos noticiosos en los diferentes días de la semana:

- Se observa una tendencia al alza de la información publicada los lunes protagonizada en exclusiva por Hombres. Del mismo modo la tendencia del resto de los protagonistas muestra una tendencia a la baja.
- Con la información publicada los martes ocurre lo mismo pero esta vez de manera más mitigada.
- Los miércoles, la información protagonizada por Hombres y la protagonizada por Mujeres evoluciona de manera ascendente, aunque de manera más leve, en detrimento de la información 'Mixta' y 'Neutra'.
- Los jueves, asciende el porcentaje de informaciones protagonizada por Hombres en detrimento de las demás, en este caso las informaciones protagonizadas por Mujeres pierden menos de medio punto.
- Los viernes continúa la tendencia marcada, aumenta las informaciones protagonizadas por Hombres en detrimento de las 'Mixtas' y las 'Neutras', sin embargo las protagonizadas por Mujeres se mantienen, marcando sus índices más altos en la década de los noventa.
- Como no podía ser menos, durante el fin de semana la tendencia a lo largo del tiempo de las informaciones protagonizadas por Hombres es a aumentar. Las protagonizadas por Mujeres descienden los sábados pero los domingos aumentan casi un punto. Las informaciones 'Mixtas' y las 'Neutras' disminuyen en fin de semana, en el último caso de manera más pronunciada.

Tabla 23.- Evolución de las informaciones según el Género de los protagonistas por días de la semana

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
LUNES	Hombres	94,26	91,99	91,46	92,98	94,93	96,79	96,46	97,05
	Mujeres	4,24	2,13	2,69	1,94	1,73	1,4	1,81	1,35
	'Mixtas'	1	3,84	3,42	3,62	2,7	1,31	1,13	0,86
	'Neutras'	0,5	2,04	2,43	1,46	0,65	0,5	0,6	0,74
MARTES	Hombres	96,64	89,24	90,05	90,91	93,22	93,8	94,58	93,68
	Mujeres	2,52	2,29	1,97	2,12	2,05	1,65	1,63	2,83
	'Mixtas'	0	3,66	3,94	4,69	2,77	2,66	2,08	1,53
	'Neutras'	0,84	4,81	4,03	2,27	1,96	1,89	1,72	1,96
MIÉRCOLES	Hombres	93,97	89,62	90,73	90,51	91,75	93,69	93,94	89,77
	Mujeres	1,1	1,72	2,05	2,27	2,57	1,47	1,66	2,92
	'Mixtas'	1,92	4,81	4,09	4,35	2,93	2,56	2,24	3,55
	'Neutras'	3,01	3,84	3,13	2,87	2,75	2,28	2,15	3,76
JUEVES	Hombres	91,16	90,49	90,85	89,22	92,5	92,81	93,75	92,53
	Mujeres	2,38	2,24	2,46	3,1	2,03	1,64	1,71	2,63
	'Mixtas'	1,36	3,76	3,51	4,07	2,47	1,55	1,97	2,02
	'Neutras'	5,1	3,51	3,18	3,61	3	3,99	2,57	2,83
VIERNES	Hombres	95,1	88,28	88,2	89,57	90,73	92,25	92,82	94
	Mujeres	0,86	2,1	2,2	2,49	3,11	1,85	2,01	1,07
	'Mixtas'	1,73	4,57	4,14	3,6	3,3	2,15	2,45	2,14
	'Neutras'	2,31	5,05	5,46	4,34	2,87	3,75	2,71	2,78
SÁBADO	Hombres	89,13	88,64	89,99	90,78	91,21	93,24	93,2	93,84
	Mujeres	2,97	2,04	2,88	2,76	3,14	1,94	2,11	2,55
	'Mixtas'	3,62	3,62	3,75	3,39	2,71	1,83	2,2	2,12
	'Neutras'	4,28	5,71	3,37	3,07	2,93	2,99	2,5	1,49
DOMINGO	Hombres	92,97	89,57	90,16	91,23	92,26	95,5	93,71	92,24
	Mujeres	1,62	2,3	3,21	2,62	2,7	1,53	2,78	3,63
	'Mixtas'	2,16	4,26	3,93	3,78	3,28	1,35	2,07	2,48
	'Neutras'	3,24	3,87	2,7	2,36	1,76	1,62	1,45	1,65

Como conclusión, la tabla 23 indica que en todos los días de la semana la tendencia general es al aumento de las informaciones en el que los Hombres son protagonistas en detrimento de las demás. Este descenso en el caso de las protagonizadas por Mujeres es menos pronunciado fundamentalmente los miércoles, viernes y domingos.

7.3. PREDOMINIO DE LOS NOMBRES PROPIOS: EL CASO DE LOS TITULARES

Los titulares en los diarios han tenido tradicionalmente tres funciones: la propiamente informativa, la de atraer al lector a su lectura y la de identificar y diferenciar esa información de otras. En esta última función nos centramos a la hora de analizar la identificación de los protagonistas en el título - con el que el lector tiene su primer acercamiento - con sus nombres propios, de persona o de equipos, y sus voces, las citas, dos características frecuentes en los títulos de las informaciones. En la prensa deportiva la inclusión de un nombre propios (65,88%) en los títulos periodísticos es más frecuente que la inclusión de citas (8,26%).

En la tabla 24 se puede observar la evolución de la inclusión de los nombres propios en los títulos periodísticos de las informaciones en la prensa deportiva.

Los títulos que incluyen nombres propios evolucionan a lo largo del tiempo de manera ascendente. Al comparar el primer período, 1980-1984 (61,01%), y el último, 2005-2009 (67,31%), asciende más de siete puntos. Sin embargo, al comparar el año 1979 (61,77%) y el año 2010 (65,88%) el ascenso es menor. Por lo que se puede decir que existe una tendencia ascendente hasta principios del siglo XXI en el que se inicia un retroceso vigente en los últimos años analizados.

Tabla 24.- Evolución de la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos

EN LOS TÍTULOS	1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010	Total
Nombres propios	61,77	61,01	63,80	68,10	65,35	66,41	69,39	67,31	65,88
No hay nombres	38,23	38,99	36,2	31,9	34,65	33,59	30,61	32,69	34,12

Los datos de la tabla 24 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Nombres Propios en los Títulos y la Evolución Temporal ($\chi^2 (7, N=95439) = 309,487, p=.001$).

En la tabla 25 se puede observar la evolución de la inclusión de citas en los títulos periodísticos de las informaciones en la prensa deportiva.

Se observa que el porcentaje del total de citas en los títulos es de un 8,26%: de los que un 7,85% lo hace en forma de cita Textual, un 0,37% en forma de cita indirecta y un 0,04% combina cita directa e indirecta.

Debido a la baja frecuencia y a la inconstancia en el tiempo de los títulos que incluyen citas indirectas y los títulos en el que se combinan las citas directas e

indirectas, en el resto de resultados se exponen los datos de forma agrupada, teniendo en cuenta las citas totales que aparecen en los títulos.

En general la inclusión de citas en los títulos aumenta hasta los años noventa, cuando se producen las frecuencias más altas (un 10,15% a principios de la década y un 9,31% a finales). En el siglo XXI desciende la frecuencia, aunque su frecuencia es mayor que en los primeros años del análisis.

Tabla 25.- Evolución de la inclusión de citas en los títulos periodísticos

EN LOS TÍTULOS	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010	Total
En forma de cita textual	7,27	6,07	7,35	9,69	8,72	6,9	8,08	8,15	7,85
En forma de cita indirecta	0,12	0,32	0,23	0,42	0,53	0,41	0,26	0,53	0,37
Mixtos de cita directa e indirecta	0	0,01	0,02	0,04	0,06	0,07	0,05	0,08	0,04
Total citas	7,39	6,4	7,6	10,15	9,31	7,38	8,39	8,76	8,26
No incluye cita	92,61	93,6	92,4	89,85	90,69	92,62	91,62	91,24	91,74

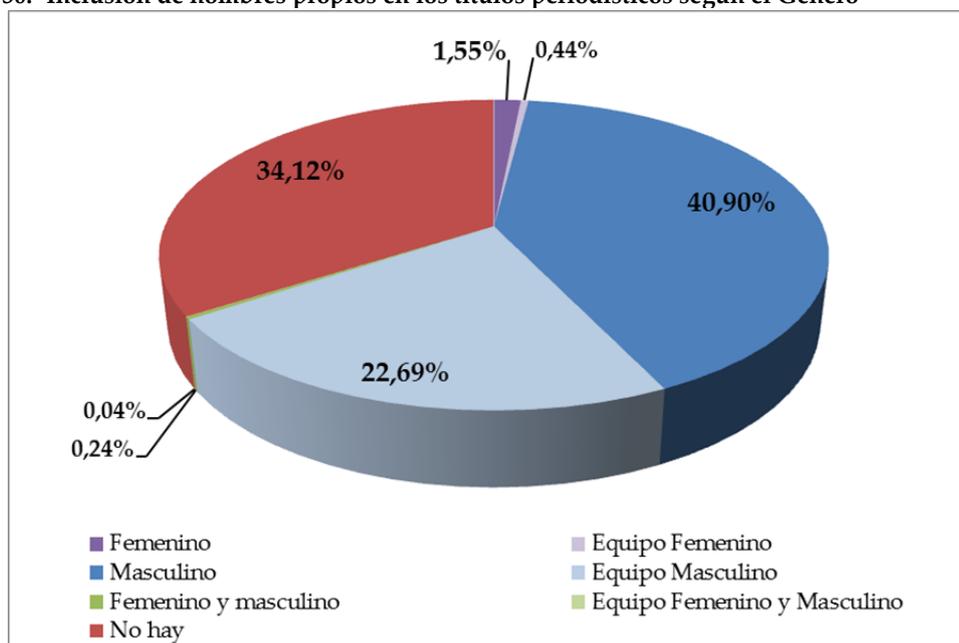
Los datos de la tabla 25 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Citas en los Títulos y la Evolución Temporal ($\chi^2(7, N=95439) = 174,675$, $p=.001$).

7.3.1. SOBRE TODO, EL NOMBRE MASCULINO

En la figura 30 se observa el porcentaje general de la inclusión de un nombre propio en los títulos periodísticos, diferenciando entre nombres de persona y de equipo, Masculinos y Femeninos, y en las que se combinan 'Ambos'.

El nombre de persona Masculino es el que más abunda (40,90%), seguido del de equipo Masculino (22,69%), el de persona Femenino (1,55%), el de equipo Femenino (0,44%), cuando comparten título el nombre persona Femenino y Masculino (0,24%) y por último cuando comparten título el nombre de equipo Femenino y Masculino (0,04%).

Figura 30.- Inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos según el Género



En la tabla 26 se puede observar la evolución de la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos de las informaciones en la prensa deportiva.

Los títulos que incluyen un nombre de persona Masculino evolucionan a lo largo del tiempo de manera ascendente: al comparar el primer período, 1980-1984 (34,27%), y el último, 2005-2009 (43,32%), asciende más de nueve puntos; a finales de los ochenta los títulos con un nombre de persona Masculino superan a los que en ningún caso incluyen nombre propio, pero es en el período comprendido entre 1990-1994 cuando se produce la frecuencia más alta (44,25%).

En gran medida el aumento del nombre de persona Masculino viene condicionado por el descenso de los títulos que No Incluyen nombres. Al comparar el primer período, 1980-1984 (38,99%), y el último, 2005-2009 (30,61%), desciende más de ocho puntos.

Los títulos que incluyen nombre de equipo Masculino mantienen su frecuencia por encima del 20% durante todos los períodos analizados. En el año 2010 suponen un 25,3%, su frecuencia más alta.

Los títulos que incluyen nombre de persona Femenino evolucionan de manera ascendente hasta el periodo 1990-1994, en el que marcan su frecuencia más alta

(2,16%). A partir de ese momento descienden y en el año 2010 suponen tan solo un 1,32%.

Los nombres de equipo Femenino y los de persona y de equipo que incluyen en el mismo título Femeninos y Masculinos, mantienen frecuencias muy bajas durante todo el análisis, por debajo del 1%. En este sentido, parece que los equipos Femeninos no interesan a la prensa deportiva.

Tabla 26.- Evolución de la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos según el Género

EN LOS TÍTULOS	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Persona Masculino	36,32	34,27	38,97	44,25	42	41,87	43,32	40,05
Equipo Masculino	23,29	24,34	21,93	21,02	20,95	22,98	24,13	25,3
Persona Femenino	0,72	1,23	1,97	2,16	1,8	1,04	1,4	1,32
Equipo Femenino	1,24	0,75	0,58	0,43	0,32	0,28	0,28	0,37
Persona Femenino y Masculino	0,2	0,34	0,26	0,22	0,23	0,23	0,22	0,18
Equipo Femenino y Masculino	0	0,06	0,08	0,03	0,04	0,02	0,04	0,08
No hay nombres	38,23	38,99	36,2	31,9	34,65	33,59	30,61	32,69

7.3.2. LAS VOCES SON TAMBIÉN MASCULINAS

En la tabla 27 se observa la inclusión de citas en los títulos periodísticos según el Género de los protagonistas.

Se observa que los títulos de las informaciones en las que los Hombres son protagonistas incluyen citas en un 8,78%: de los que un 8,35% son citas textuales, un 0,39% son indirectas y en un 0,05% se combinan la cita directa e indirecta.

En el caso de los títulos de las informaciones protagonizadas por Mujeres incluyen en un 3,07% de sus títulos citas: de los que un 2,98% son citas directas, un 0,1% son indirectas y en ningún caso se combinan la cita directa e indirecta.

En el caso de los títulos de las informaciones 'Mixtas' incluyen en un 3,08% de sus títulos citas: de los que un 2,93% son citas textuales, un 0,14% son indirectas y en ningún caso se combinan la cita directa e indirecta.

Tabla 27.- Inclusión de citas en los títulos periodísticos según el Género de los protagonistas

EN LOS TÍTULOS	Hombre		Mujer		'Mixto'		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Incluye citas	8,78	98,1	3,07	0,81	3,08	1,09	0	0	8,26
No incluye citas	91,22	91,71	96,93	2,3	96,92	3,09	100	2,89	91,74
Total	100	92,24	100	2,18	100	2,93	100	2,65	100

Al analizar la tabla 27 en función del Género queda claro que el 98,1% de los títulos que incluyen citas son de informaciones protagonizadas por Hombres, solo el 0,81% las protagonizan Mujeres y el 1,09% son 'Mixtas'.

Los datos de la tabla 27 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y Citas en los Títulos (χ^2 (3,N=95439) = 432,547, $p=.001$).

En la tabla 28 se analiza la evolución de la inclusión de las citas en los títulos periodísticos según el Género de los protagonistas.

Los datos muestran que las informaciones protagonizadas por Hombres que Incluyen citas en su título apenas sufren variaciones a lo largo del tiempo: alrededor del 98% en cada período estudiado. Sin embargo, entre 1979 y 2010 se produce un descenso de dos puntos y medio.

La inclusión de citas en los títulos de las informaciones en los que Mujeres y Hombres comparten protagonismo desciende unas décimas a lo largo del tiempo, de lo que se benefician las informaciones cuyos sujetos noticiosos son las Mujeres.

Las citas incluidas en los títulos de las informaciones protagonizadas por Mujeres a principios de los ochenta su frecuencia era de un 0,25%. A finales de los noventa asciende a un 1,25%, supera el 1%. En el siglo XXI durante los primeros años desciende situándose en un 0,68% pero en el último lustro de la década vuelve a ascender por encima del 1%, a un 1,3%.

La evolución de los títulos periodísticos que No incluyen citas según Género marca una tendencia ascendente y continúa en el tiempo en las informaciones que protagoniza el Hombre en detrimento de los demás supuestos, más marcado en el caso de las informaciones 'Mixtas' y 'Neutras'.

Tabla 28.- Evolución de la inclusión de los citas en los títulos periodísticos según el Género de los protagonistas

EN LOS TÍTULOS		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Incluye citas	Hombres	99,46	97,87	98,78	98,39	97,7	98,55	97,61	96,99
	Mujeres	0	0,25	0,51	0,63	1,25	0,68	1,3	0,6
	'Mixtas'	0,54	1,88	0,71	0,98	1,05	0,77	1,09	2,41
	'Neutras'	0	0	0	0	0	0	0	0
No incluye citas	Hombres	92,11	89,31	89,55	89,95	91,93	93,85	93,92	93,26
	Mujeres	2,5	2,21	2,71	2,66	2,57	1,7	2,02	2,54
	'Mixtas'	2,16	4,29	4,05	4,26	3,06	1,96	2,04	1,97
	'Neutras'	3,24	4,2	3,69	3,13	2,44	2,49	2,02	2,23

7.4. LOS DEPORTES: EL CRESCENDO DEL FÚTBOL

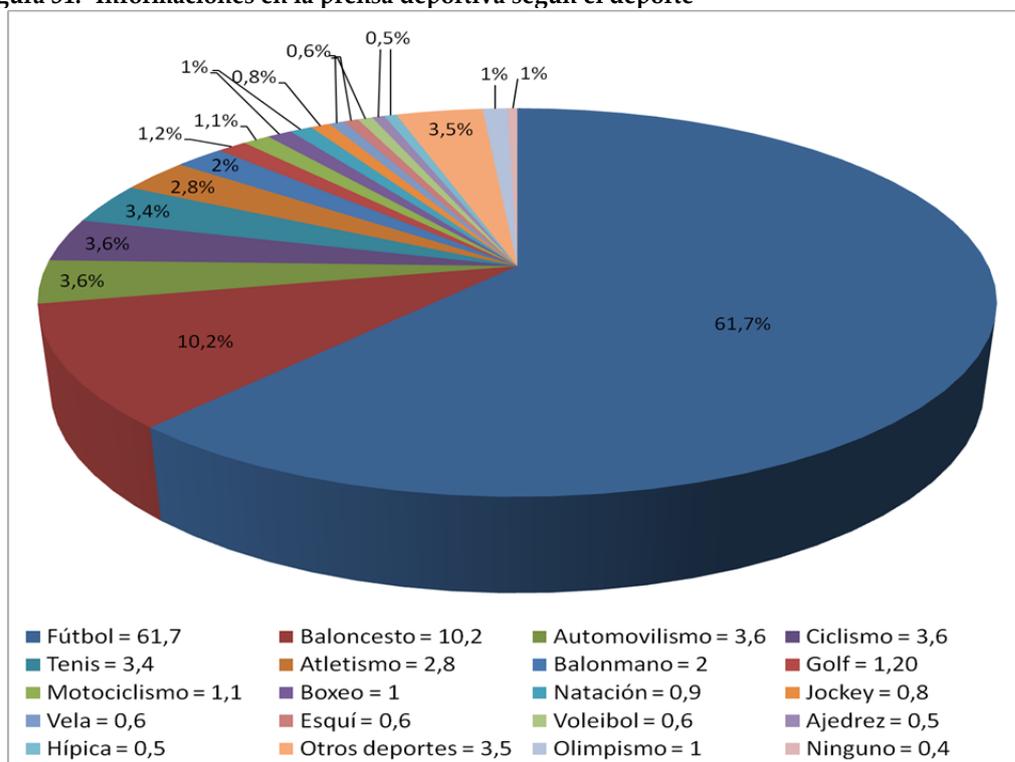
Antes de comenzar con el análisis pormenorizado de los deportes, en la figura 31, para facilitar el análisis descriptivo se ofrecen datos de la recodificación de la categoría “otros” donde se engloban todos los deportes sobre los que se informa en la prensa deportiva pero que no suponen más de un 0,5% del cómputo de global y la categoría varios deportes (ver tabla 29).

Tabla 29.- Porcentajes de los diferentes deportes tratados en la prensa deportiva agrupados en la categoría “otros deportes”

Varios deportes	0,7%
Patinaje	0,4%
Rugby	0,3%
Gimnasia	0,3%
Montaña y escalada	0,3%
Pelota	0,1%
Béisbol	0,1%
fútbol americano	0,1%
tenis de mesa	0,1%
Judo	0,1%
Karate	0,1%
Remo	0,1%
Halterofilia	0,1%
jockey hielo	0,1%
Piragüismo	0,1%
Esgrima	0,1%
Tiro olímpico	0,1%
Taekwondo	0,1%
Pesca	0,1%
Squash	0,1%
OTROS DEPORTES	3,5%

En la figura 31 se puede ver el porcentaje de los deportes sobre los que versan las informaciones publicadas en los diarios deportivos. Se observa un elevado porcentaje de informaciones en las que el deporte central es el fútbol (61%), seguido por el baloncesto (10,2%), automovilismo (3,6%), ciclismo (3,6%), otros deportes (3,5%), tenis (3,4%), atletismo (2,8%), balonmano (2%), golf (1,2%), motociclismo (1,1%), boxeo (1%), olimpismo (1%), natación (0,9%), jockey (0,8%), vela (0,6%), esquí (0,6%), voleibol (0,6%), ajedrez (0,5%) e hípica (0,5%), por último ningún deporte(0,4%), con la frecuencia más baja.

Figura 31.- Informaciones en la prensa deportiva según el deporte



En la tabla 30 se puede observar la evolución de los deportes tratados en las informaciones en la prensa deportiva. Queda claro que el fútbol es el deporte que predomina en todos los años analizados, con una tendencia al alza muy fuerte. Hemos de tener presente que no en vano el fútbol en España (y en otros países) es el deporte con más aficionados y el más practicado¹¹³, además de mover cientos de millones de Euros.

Los deportes que marcan una tendencia al aumento a lo largo del tiempo son: fútbol, baloncesto, automovilismo y motociclismo:

- El fútbol durante los años ochenta y principio de los noventa ocupaba más del 55,5% de las informaciones en la prensa deportiva. A finales de los ochenta comienza la tendencia ascendente de cinco puntos, llegando al siglo XXI con un aumento de las informaciones de casi diez puntos más, alcanzando al 70,1%. En el último período analizado 2005-2009 el

¹¹³ Según la Encuesta sobre hábitos deportivos en España 2010 (García Ferrando y Llopis, 2010: 86) el deporte más practicado es la gimnasia de mantenimiento, le sigue el Fútbol (en campo grande, fútbol sala, futbito y fútbol 7) y en tercer lugar la Natación (recreativa y de competición).

fútbol ocupa el 67,8%. Este aumento progresivo a lo largo del tiempo se confirma al comparar el año 1979, con un 57,7%, y el 2000, con un 69,4%. La diferencia es de casi doce puntos.

- El caso del baloncesto es diferente. Su evolución con una leve tendencia al alza es más irregular. Comienza creciendo de forma notoria hasta principios de los noventa, donde las informaciones llegan a ocupar un 13,6%. A finales de los noventa desciende, y en la primera década del siglo XXI se estabiliza en torno al 9,4%. Esta leve propensión al ascenso a lo largo del tiempo se confirma al comparar el año 1979, con un 8,4%, y el 2000, con un 9,5%. La diferencia es poco más de un punto.
- El automovilismo como deporte central en las informaciones también marca una tendencia al alza, de un punto aproximadamente. Durante todos los períodos analizados el automovilismo se mantiene en torno al 3% y 4%, sin pronunciados cambios, hasta el período comprendido entre 2005 y 2010 en el que tiene lugar la mayor subida, pasa de un 2,8% a un 5,2%. Sin embargo, entre el primer y último año analizado desciende medio punto.
- El motociclismo mantiene una tendencia al alza de casi un punto a lo largo del tiempo, la diferencia entre 1979 y 2010 es de dos puntos lo que corrobora el ascenso.

Los deportes que marcan una tendencia al descenso a lo largo del tiempo son: ciclismo, tenis, atletismo, balonmano, golf, boxeo, natación, jockey, vela, esquí, voleibol, ajedrez, hípica, otros deportes, olimpismo, ninguno

- Ciclismo, tenis - sufre una pérdida de relevancia constante de más de dos puntos -, atletismo y balonmano marcan una leve tendencia al descenso.
- El esquí, único deporte estable clasificado como de invierno, se mantiene alrededor del 0,6% durante todos los años, aunque en el año 2010 su porcentaje es de un 0,2%.
- La presencia en las informaciones deportivas del resto de los deportes analizados con detalle desciende, por lo general entre medio y un punto. Destaca el boxeo, con una tendencia descendente en el tiempo que hace que apenas aparezca en las informaciones en el último período analizado, pasa del 3%, en el primer período, al 0,3%. De igual modo otros deportes y olimpismo muestran una evolución descendente y constante en el tiempo.

Tabla 30.- Evolución de los deportes tratados en las informaciones en la prensa deportiva

DEPORTES	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Fútbol	57,7	55,4	55,8	55,6	60,6	70,1	67,8	69,4
Baloncesto	8,4	6,6	10,7	13,6	11,6	9,4	9,3	9,5
Automovilismo	3,9	3	3,9	3,8	2,7	2,8	5,2	3,4
Ciclismo	2,3	3,7	4,1	4,5	5,2	2,7	2,3	1,3
Tenis	4,1	4,3	4,3	4	3,7	2,6	2	2,4
Atletismo	3,2	3,5	3,1	3,6	3,3	1,7	2,3	1,3
Balonmano	2,4	2,7	2,5	2	2	1,7	1,5	0,9
Golf	1,4	1,1	1,6	1,4	1,3	1,2	1,1	1,1
Motociclismo	1,3	0,5	1,6	0,8	0,9	1	1,4	3,3
Boxeo	3,9	3	1,7	0,9	0,3	0,4	0,3	0,2
Natación	1,7	1,7	0,7	0,8	0,8	1	0,4	0,7
Jockey	1,8	2	0,8	0,5	0,8	0,4	0,4	0,5
Vela	0,6	0,8	0,7	0,7	0,3	0,5	0,6	0,3
Esquí	0,4	0,9	0,2	0,4	1	0,6	0,5	0,2
Voleibol	0,6	1,1	0,5	0,5	0,6	0,4	0,3	0,3
Ajedrez	0,4	0,5	0,9	0,9	0,5	0,2	0,4	0,3
Hípica	0,7	1	1	0,6	0,4	0,1	0,2	0,2
otros deportes	4,5	4,8	4,1	4,1	3,1	2,3	2,8	3,9
Olimpismo	0,2	2,3	1,2	1	0,6	0,6	0,8	0,8
Ninguno	0,3	1	0,6	0,3	0,4	0,3	0,3	0,1

Los datos de la tabla 30 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Deporte y la Evolución Temporal en el conjunto de las informaciones (χ^2 (133,N=95439) = 4999,707, $p=.001$). Se puede concluir que a lo largo del análisis realizado los deportes, fútbol - en mayor medida - baloncesto, automovilismo y motociclismo aumentan en detrimento de los demás, principalmente del boxeo y el tenis.

7.4.1. SI EL DEPORTE "REY" ES EL FÚTBOL, LA "REINA" ES EL TENIS

En la tabla 31 se observa el porcentaje de los deportes tratados en las informaciones según el Género de los protagonistas.

Los datos dejan claro que si el fútbol es el deporte "rey" (65,71%), la "reina" es el tenis (29,35%). En el caso de las informaciones 'Mixtas' son más frecuentes en el caso del atletismo (23,29%). Del mismo modo, el deporte más frecuente de las informaciones 'Neutras' (20,4%) es el Fútbol, en las que abundan las informaciones centradas en el estado del césped en los estadios de fútbol, material deportivo, etc.

Tabla 31.- Deportes tratados en las informaciones según el Género de los protagonistas

DEPORTES	Hombres		Mujeres		'Mixtas'		'Neutras'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Fútbol	65,71	98,24	4,42	0,16	15,42	0,73	20,4	0,88	61,7
Baloncesto	10,42	94,39	16,14	3,46	5,01	1,44	2,73	0,71	10,18
Automovilismo	3,46	88,97	0,43	0,26	0,89	0,73	13,6	10,04	3,59
Ciclismo	3,73	96,02	0,91	0,56	1,25	1,02	3,24	2,4	3,58
otros deportes	2,73	72,34	11,34	7,11	13,52	11,39	12,02	9,16	3,48
Tenis	2,44	66,66	29,35	18,97	14,53	12,6	2,25	1,77	3,37
Atletismo	1,81	59,27	12,01	9,29	23,29	24,19	7,71	7,25	2,82
Balonmano	2,03	93,99	2,93	3,21	1,57	2,32	0,36	0,47	1,99
Golf	1,2	88,26	3,41	5,96	1,65	3,86	0,91	1,93	1,25
Motociclismo	1,16	94,98	0,14	0,28	0,21	0,56	1,78	4,18	1,13
Boxeo	1,08	96,07	0,29	0,6	0,93	2,62	0,28	0,71	1,04
Olimpismo	0,64	58,83	0,72	1,57	5,15	15,05	9,29	24,56	1
Natación	0,63	64,99	4,47	10,89	5,8	18,97	1,74	5,15	0,89
Jockey	0,8	92,25	1,54	4,2	0,79	2,89	0,2	0,66	0,8
Vela	0,37	59,45	1,01	3,85	2,25	11,56	5,42	25,14	0,57
Esquí	0,29	47,77	5,33	20,63	2,79	14,5	3,64	17,1	0,56
Voleibol	0,46	75,75	3,12	12,13	1,93	10,07	0,43	2,05	0,56
Ajedrez	0,52	91,43	0,72	2,99	0,18	1	0,91	4,58	0,53
Hípica	0,28	50,52	0,43	1,86	1,9	10,93	7,04	36,7	0,51
Ninguno	0,25	51,64	1,3	6,31	0,93	6,07	6,09	35,98	0,45
Total	100	92,24	100	2,18	100	2,93	100	2,65	100

Predominan las informaciones protagonizadas por Hombres en exclusiva sobre todas las demás indistintamente al deporte a analizar: por encima del 95% se sitúan fútbol, boxeo, ciclismo, motociclismo; entre un 94% y un 90% el baloncesto, balonmano, jockey y ajedrez; por encima del 75% automovilismo, golf y voleibol; por debajo del 75%, por este orden, tenis, natación, vela, atletismo e hípica (con un 50,5%); únicamente por debajo del 50% se sitúa el esquí (con un 47,8%). Las informaciones sobre otros deportes suponen un 72,3%, el tema olimpismo un 51,6% y en el caso de ninguno un 50,5%.

Las informaciones en las que Mujeres y Hombres comparten protagonismo, en las 'Mixtas', el deporte con más frecuencia es el atletismo con un 24,2%; le sigue natación con un 19%; por debajo del 15%, y en este orden, se sitúan esquí, tenis, vela, hípica y voleibol, este último con un 10,1%; le siguen por debajo siempre del 4%, golf

(3,9%), jockey (2,9%), boxeo (2,6%), balonmano (2,3%) y baloncesto (1,4%); por último entre 1% y 0,5%, por este orden, ciclismo, ajedrez, fútbol, automovilismo y motociclismo.

En las informaciones protagonizadas por Mujeres los deportes con mayor frecuencia son; el esquí (20,6%) y tenis (19%), seguidos del voleibol (12,1%) y la natación (10,9%). Por debajo del 10% el atletismo y el golf (6%); entre el 4% y el 3%, por este orden, jockey, vela, baloncesto, balonmano y ajedrez; hípica cerca del 2%; por último, siempre por debajo del 1% el ciclismo, boxeo, automovilismo, motociclismo y fútbol (0,2%). La información referida a otros deportes es de un 7,1% y el olimpismo supone sólo 1,6%. Un 6,3% corresponde a la frecuencia de la información protagonizada por Mujer cuando la información no tiene nada que ver con el deporte.

En las informaciones 'Neutras', la hípica presenta la mayor frecuencia, lo cual es lógico si se piensa que los caballos también son protagonistas de la información; lo mismo ocurre con la vela, deporte en el que las embarcaciones son protagonistas, siendo la frecuencia un 25,1%; esquí (17,1%), automovilismo (10%), atletismo (7,2%) y natación (5,20%), son deportes con una frecuencia a tener en cuenta. Por debajo del 5%: ajedrez (4,6%) motociclismo (4,2%), ciclismo (2,4%), voleibol (2,1%), golf (1,9%) y tenis (1,8%); deportes como el fútbol, baloncesto, boxeo, jockey, balonmano representan una frecuencia de entre 0,9% y 0,5%. En relación a otros deportes menos presentes en la información deportiva, la frecuencia de la información 'Neutra' es de un 9,2% y del olimpismo un 24,6%. Las informaciones no relacionadas con el deporte suponen un 36%.

Los datos de la tabla 31 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y Deporte en el total de las informaciones ($\chi^2(57, N=95439) = 27978,491, p=.001$).

En la tabla 32 se observa la evolución de los deportes tratados en las informaciones según el Género de los protagonistas.

Predominan las informaciones protagonizadas por Hombres en todos los deportes y en todos los períodos analizados, excepto en el año 1979, en olimpismo, y en el período 1985-1989, en hípica y ninguno, en las que predominan las 'Neutras' y en el período 1985-1989, en esquí, que predominan las 'Mixtas'.

En las informaciones protagonizadas por Hombres sobre fútbol, deporte principal en la información deportiva, la presencia de los Hombres se sitúa por encima del resto, apenas hay variaciones en el tiempo.

En el baloncesto aumenta las informaciones protagonizada por los Hombres en detrimento de todas las demás, fundamentalmente las informaciones cuyas protagonistas son Mujeres y las 'Mixtas' (que desaparecen en el año 2010).

En el automovilismo aumenta las informaciones protagonizada por los Hombres en detrimento de las 'Neutras'. Aumentan también las protagonizadas por Mujeres (aunque solo unas décimas, se registran casos en los últimos años).

La información sobre ciclismo según Género es constante en el tiempo, no evoluciona ni de manera positiva ni negativa. Predominan las informaciones protagonizadas por Hombres, seguida de las 'Neutras', en tercer lugar las 'Mixtas' y por último, casi inexistente, las protagonizadas por Mujeres.

Las informaciones sobre tenis con Hombres como protagonistas evolucionan de manera descendente desde principios de los años ochenta (79,9%) hasta principios de los noventa (54,3%), siempre por debajo del 60%. En el segundo lustro de la década de los noventa la tendencia se invierte y vuelve a superar el 63% de las informaciones, situándose a principios del siglo XXI en un 68,1% y en el último período analizado en un 80,1%, lo que representa un crecimiento de doce puntos. Sin embargo, en el año 2010 vuelve a retroceder al 65,6%.

Lo contrario ocurre al observar la evolución de las informaciones de tenis protagonizadas por Mujeres y las 'Mixtas', que evolucionan de manera ascendente hasta el período comprendido entre 1990 y 1994, en el que marca sus máximos las protagonizadas por Mujeres (23,1%) y las 'Mixtas' (20,8%). El descenso en ambos casos comienza a finales de los noventa, más pronunciado en el caso de las 'Mixtas'. En el período final del análisis, el comprendido entre el año 2005 y el 2009 los índices en el caso de las protagonizadas por Mujeres es de un 12,6% y en el caso de las 'Mixtas' de un 6,2%.

Las informaciones sobre atletismo protagonizadas por Hombres mantienen una clara tendencia al descenso durante los años analizados, por el contrario la información 'Mixta' y la protagonizada por Mujeres, aumenta.

Las informaciones sobre balonmano protagonizadas por Hombres mantienen una clara tendencia al ascenso durante los años analizados, aunque menos pronunciada que en los deportes anteriores, algo más de dos puntos. Se beneficia del descenso sufrido por las protagonizadas por Mujeres, las 'Mixtas' (que desaparecen en los últimos años) y las 'Neutras'.

La frecuencia de las informaciones sobre golf protagonizadas por Hombres mantienen una tendencia al ascenso en detrimento de las protagonizadas por Mujeres y las 'Mixtas', en este último caso el comportamiento es muy heterogéneo. Las 'Neutras', por lo general son muy inconstantes, durante los años ochenta no se recoge ninguna información de este tipo, lo mismo ocurre en el 2010, no obstante durante el período comprendido entre 2000 y 2004 alcanza un 5,9%.

Las informaciones sobre motociclismo con los Hombres como protagonistas predominan por encima del 90%. Las 'Neutras' aparecen de forma constante. La aparición de las protagonizadas por Mujeres y las 'Mixtas' es anecdótica.

En el boxeo ocurre algo similar, los Hombres son los actores principales de las informaciones. En el resto de los casos su presencia es inconstante. Las protagonizadas por Mujeres en solitario aparecen a finales de los noventa y se mantienen en la primera década del siglo XXI, aunque en el año 2010 vuelven a desaparecer. Es lógico si se tiene en cuenta que las Mujeres no han podido competir en este deporte hasta los Juegos Olímpicos de Londres 2012.

En las informaciones sobre natación con Hombres como protagonistas, la tendencia es al descenso a lo largo del tiempo, pero de manera irregular, al inicio de las décadas la información aumenta y desciende a finales de cada una de ellas. En el siglo XXI la recuperación es más baja y la caída mayor (esta tendencia se refleja claramente al comparar los años 1979 y 2010, las protagonizadas por Hombres pasan de un 76,7% a un 51,9%). En cambio, el porcentaje de informaciones protagonizadas por Mujeres es a la inversa, su crecimiento es aún mayor que el descenso de las de Hombres, puesto que se beneficia también del descenso de las 'Mixtas' y 'Neutras' (mientras que en el año 1979 no se recogió ninguna, en el 2010 la frecuencia es de un 37%).

En jockey la tendencia al descenso de las informaciones protagonizadas por Hombres es constante en el tiempo, hasta finales de la primera década del siglo XXI en el que sufre una leve mejoría. Aun así, entre el primer período analizado y el segundo

pierde más de siete puntos. El porcentaje de informaciones protagonizadas por Mujeres se comporta a la inversa, en el año 1979 su frecuencia era de un 6,5% y en el 2010 aumentan a un 11,1%.

En general, el comportamiento de las informaciones sobre vela es muy heterogéneo. Lo que queda claro es el descenso en el tiempo de las protagonizadas por Hombres (más de treinta y cinco puntos entre el primer y el último período) a favor de las 'Neutras' (asciende treinta y un puntos entre el primer y el último período). Las protagonizadas por Mujeres solas o acompañadas en los primeros años y en los últimos del análisis o no aparecen, en el resto sus porcentajes son muy bajos.

En la información sobre esquí los comportamientos según Género son muy variados, con grandes picos de sierra. En el caso de las protagonizadas por Hombres, aunque la tendencia generalizada es al aumento, la frecuencia disminuyó al comparar el primer período analizado (42,7%) y el último (36,1%). Sin embargo, al comparar el año 1979 (33,3%) con el 2010 (66,7%) ocurre lo contrario, por lo que no se puede hablar de evolución sino más bien de variabilidad. En las protagonizadas por Mujeres se produce una tendencia al descenso desde el principio, pero en el período comprendido entre el 2005 y el 2009 se produce un aumento de la frecuencia inesperado y por encima del resto de los años, casi el doble, con un 34,9%. Lo relevante es que en el año 2010 no se recoge ninguna información sobre esquí protagonizada por Mujeres. En las 'Mixtas' la tendencia al descenso es clara pero con marcados picos de sierra, en el año 2010 también desaparecen. Las 'Neutras' también se comportan de manera heterogénea con tendencia al descenso, sin embargo entre la frecuencia del año 1979 y del año 2010 no hay diferencias.

Las informaciones sobre voleibol evolucionan de manera muy heterogénea. Las protagonizadas por Hombres descienden y dejan paso al aumento de las protagonizadas por Mujeres, solas o acompañadas por Hombres. Las 'Neutras' aparecen y desaparecen a lo largo del tiempo. Resulta ilustrativo comparar el primer año de análisis y el último para entender el comportamiento: en 1979 la frecuencia de las informaciones protagonizadas por Hombres es de un 93,8% y las 'Mixtas' de un 6,3%, no se registran casos de las protagonizadas por Mujeres y las 'Neutras'. En el año 2010 las informaciones protagonizadas por Hombres y las Mujeres en solitario suponen un 50% respectivamente, las 'Mixtas' y las 'Neutras' desaparecen.

El comportamiento de las informaciones sobre ajedrez es muy llamativo: durante el año 1979 los Hombres y Mujeres en solitario protagonizan el 50% de las informaciones, respectivamente. Sin embargo, en el resto de los períodos analizados las informaciones protagonizadas por Hombres predominan de manera determinante (en el período 2000-2004 y en el año 2010 suponen el 100%). En el resto de los casos las frecuencias son anecdóticas, como ejemplo el 10% de las informaciones son 'Neutras' durante los años noventa, aunque no se registra ningún caso en el resto de los años.

En hípica la frecuencia de las informaciones 'Neutras' es muy relevante, llegan a suponer más del 50% a principios de los noventa, aunque a lo largo del tiempo disminuye. En el caso de los Hombres se produce una tendencia al ascenso de manera desigual, aumenta a principios de las décadas y desciende a finales de las mismas. Las protagonizadas por Mujeres marcan una tendencia al ascenso (tres puntos), y las 'Mixtas' descienden (casi quince puntos). Como atribución resaltar que en el caso de las protagonizadas por Mujeres en el año 1979 y en el año 2010 no se recogieron informaciones.

La frecuencia de las informaciones protagonizadas por Hombres en otros deportes evolucionan de manera descendente: en los primeros años (pierden más de diez puntos entre 1980 y 1994), pero la tendencia se invierte durante los años siguientes. Las protagonizadas por Mujeres y las 'Mixtas' se comportan de manera contraria a las de los Hombres. Al comparar el año 1979 y el 2010 las protagonizadas por Hombres descienden casi veinte puntos, las de Mujeres ascienden más de cinco puntos, las 'Mixtas' aumentan doce puntos y las 'Neutras' se mantienen.

En las informaciones sobre olimpismo se observa un aumento de la frecuencia en el caso de las protagonizadas por Hombres, las 'Neutras' y, en menor medida porque los porcentajes son muy bajos, las protagonizadas por Mujeres, en detrimento de las 'Mixtas'. El dato a observar se encuentra en el año 1979, en el que la información 'Mixta', con un 40%, predomina sobre las de Hombres y Mujeres, con un 30% respectivamente, no habiéndose analizado ninguna información 'Neutra'. En el año 2010 las informaciones protagonizadas por Mujeres desaparecen, predominan las protagonizadas por Hombres (80,6%) seguidas por las 'Mixtas' y las 'Neutras' (con un 9,7% respectivamente).

La pauta de las informaciones en las que no se informa sobre ningún deporte tiene un comportamiento irregular en todos los casos. Las protagonizadas por

Hombres y por Mujeres tienden a ascender a lo largo del tiempo pero con marcados retrocesos. En el caso de las protagonizadas por Mujeres, el ascenso es más marcado (de no recogerse ningún caso en 1979 a recogerse un 20% en el año 2010). En las 'Mixtas' ocurre lo contrario, esto es, cuando las informaciones protagonizadas por Mujeres marcan sus índices más altos, las informaciones 'Mixtas' desaparecen. Las 'Neutras' marcan una clara tendencia al descenso de manera heterogénea.

Tabla 32.- Evolución de los deportes tratados en las informaciones según el Género de los protagonistas

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
FÚTBOL	Hombres	97,6	97,6	98,3	98,8	98,5	98,3	98,3	97
	Mujeres	0,1	0,1	0,1	0	0,1	0,2	0,3	0,3
	'Mixtas'	0,9	1,3	0,7	0,5	0,6	0,6	0,7	1
	'Neutras'	1,4	1	0,9	0,7	0,8	0,9	0,7	1,7
BALONCESTO	Hombres	88,2	86,1	92,4	94,8	96,4	97,3	95,5	95,3
	Mujeres	8,5	8,5	4,4	2,9	2,5	2,1	2,4	4,4
	'Mixtas'	1,9	4,5	2,3	1,3	0,8	0,4	1,2	0
	'Neutras'	1,4	1	0,9	1	0,3	0,3	0,9	0,3
AUTOMOVILISMO	Hombres	89,8	82,7	84,9	87	87,9	88,9	94,4	96,1
	Mujeres	0	0	0,2	0	0	0,7	0,4	0,8
	'Mixtas'	1	1,1	0,4	0,2	0,4	1,4	0,8	1,6
	'Neutras'	9,2	16,3	14,5	12,9	11,7	9,1	4,4	1,6
CICLISMO	Hombres	96,5	96,1	96,4	95,7	96	95,1	96,3	100
	Mujeres	0	0,4	0,9	1,1	0,1	0,7	0,2	0
	'Mixtas'	0	1,1	0,2	0,5	1,6	1,9	1	0
	'Neutras'	3,5	2,4	2,4	2,7	2,2	2,3	2,5	0
TENIS	Hombres	77,7	79,9	58	54,3	63,8	68,1	80,1	65,6
	Mujeres	17,5	9,9	19,1	23,1	22,8	23,6	12,6	26,7
	'Mixtas'	4,9	9,5	20,7	20,8	10,8	5,6	6,2	7,8
	'Neutras'	0	0,7	2,2	1,8	2,7	2,7	1,1	0
ATELETISMO	Hombres	77,8	63,2	64,1	57,2	56,1	58,3	52,5	70
	Mujeres	6,2	5,2	6,7	6,3	10,7	6,8	20,9	8
	'Mixtas'	8,6	21,4	24,9	29,2	28	21,6	20,9	18
	'Neutras'	7,4	10,2	4,2	7,3	5,3	13,3	5,8	4

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
BALONMANO	Hombres	95,1	92,6	93,3	90,7	92,8	97,1	98,4	91,2
	Mujeres	1,6	4,4	3,4	3,2	3,4	2,5	1,6	8,8
	'Mixtas'	1,6	2,4	2,1	5,7	3,4	0,4	0	0
	'Neutras'	1,6	0,6	1,2	0,4	0,3	0	0	0
GOLF	Hombres	83,3	87,5	81,6	92,2	94,2	83,3	90,3	92,9
	Mujeres	0	8,8	15	1,6	2,9	3,2	5,9	4,8
	'Mixtas'	13,9	3,7	3,4	3,1	1,9	7,5	2,2	2,4
	'Neutras'	2,8	0	0	3,1	1	5,9	1,6	0
MOTOCICLISMO	Hombres	93,8	93,8	94	92	97,4	91,4	96,2	99,2
	Mujeres	0	0	0	0	0,6	0	0,8	0
	'Mixtas'	0	0	0	0	0	2,6	0,4	0,8
	'Neutras'	6,3	6,3	6	8	1,9	5,9	2,5	0
BOXEO	Hombres	99	98,9	91,2	99,2	87	94,3	93,8	100
	Mujeres	0	0	0	0	1,9	5,7	2,1	0
	'Mixtas'	0	0,3	7,9	0	11,1	0	4,2	0
	'Neutras'	1	0,8	0,9	0,8	0	0	0	0
NATACIÓN	Hombres	76,7	68,3	59,8	68,9	60,2	66,7	57,7	51,9
	Mujeres	0	2,3	11,5	8,4	17,1	8,8	29,5	37
	'Mixtas'	9,3	22,5	24,1	19,3	18,7	21,4	7,7	7,4
	'Neutras'	14	6,9	4,6	3,4	4,1	3,1	5,1	3,7
JOCKEY	Hombres	89,1	97,2	95,4	88,4	87,8	87,3	90,1	83,3
	Mujeres	6,5	0,8	1,8	7,2	5,3	7,9	8,5	11,1
	'Mixtas'	2,2	1,2	2,8	2,9	6,1	4,8	1,4	5,6
	'Neutras'	2,2	0,8	0	1,4	0,8	0	0	0
VELA	Hombres	85,7	84,2	59,1	49	46,5	61,4	47,6	60
	Mujeres	0	0	2,2	7,7	16,3	0	2,9	10
	'Mixtas'	7,1	3,2	9,7	25	20,9	12	4,9	0
	'Neutras'	7,1	12,6	29	18,3	16,3	26,5	44,7	30
ESQUÍ	Hombres	33,3	42,7	23,3	47,1	60	51,7	36,1	66,7
	Mujeres	11,1	23,6	16,7	13,7	17,5	16,9	34,9	0
	'Mixtas'	22,2	15,5	40	11,8	13,8	3,4	19,3	0
	'Neutras'	33,3	18,2	20	27,5	8,8	28,1	9,6	33,3
VOLEIBOL	Hombres	93,8	82,1	51,5	81,6	84,8	69,6	71,7	50
	Mujeres	0	6	25,8	9,2	7,6	15,9	15	50
	'Mixtas'	6,3	10,4	18,2	7,9	3,8	13	13,3	0
	'Neutras'	0	1,5	4,5	1,3	3,8	1,4	0	0

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
AJEDREZ	Hombres	50	95,5	94,8	86,7	85,2	100	98,6	100
	Mujeres	50	1,5	3,5	3,3	1,2	0	0	0
	'Mixtas'	0	0	1,7	0	3,7	0	0	0
	'Neutras'	0	3	0	10	9,9	0	1,4	0
HÍPICA	Hombres	72,2	53,1	34,1	61,3	52,5	62,5	57,1	57,1
	Mujeres	0	0,8	2,2	1,3	3,4	6,3	2,4	0
	'Mixtas'	5,6	14,8	11,9	11,3	10,2	0	4,8	0
	'Neutras'	22,2	31,3	51,9	26,3	33,9	31,3	35,7	42,9
OTROS DEPORTES	Hombres	84,1	76,7	71,3	65	70,6	74,9	75,7	66,7
	Mujeres	4,4	4,3	6,5	9,4	9,1	6,1	7,1	9,5
	'Mixtas'	3,5	8,2	11,4	15,2	11,5	9,9	12,4	15,6
	'Neutras'	8	10,8	10,8	10,5	8,7	9,1	4,9	8,2
OLIMPISMO	Hombres	20	51,8	69,7	55,5	53,5	55,6	67,1	80,6
	Mujeres	20	2,1	0,6	0,7	1	2	2,1	0
	'Mixtas'	0	19,9	11,6	23,3	11,1	11,1	7,9	9,7
	'Neutras'	60	26,2	18,1	20,5	34,3	31,3	22,9	9,7
NINGUNO	Hombres	42,9	43,3	40,5	56,5	71,8	60,4	48,1	40
	Mujeres	0	3,3	1,4	17,4	7	0	15,4	20
	'Mixtas'	14,3	10,8	6,8	0	1,4	1,9	9,6	0
	'Neutras'	42,9	42,5	51,4	26,1	19,7	37,7	26,9	40

7.5. LOS TEMAS: EL DOMINIO DE LA COMPETICIÓN

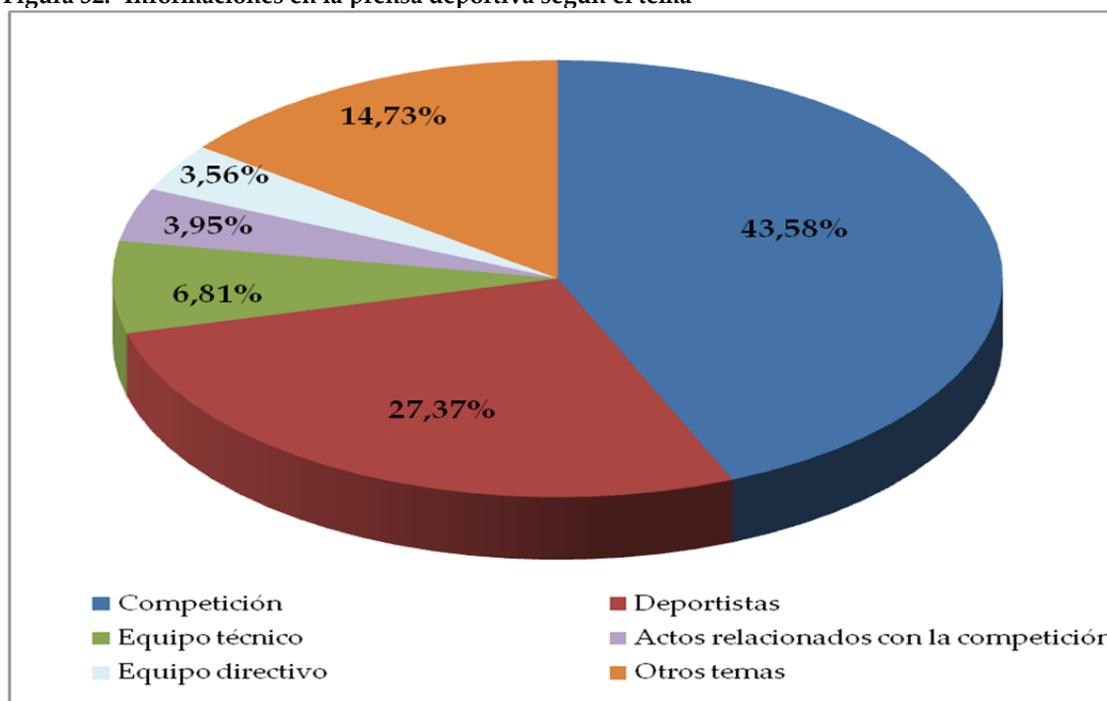
Durante el análisis se desarrolló una lista de veinte temas posibles, agrupados en categorías amplias. Para facilitar el análisis descriptivo se ha decidido agrupar los temas tratados en la prensa deportiva que no suponen más de un 2% del cómputo global en la categoría “otros temas” (tabla 33).

Tabla 33.- Porcentajes de los diferentes temas tratados en la prensa deportiva agrupados en la variable “otros temas”

TEMAS	Porcentaje
Salud	1,64
Normativa propia	1,49
Federaciones, instituciones deportivas	1,48
Otros	1,25
Entrenamiento	1,23
Aficionados	1,22
Instalaciones; material deportivo	1,19
Medios de comunicación	1,07
Política, legislación	0,91
Árbitros	0,86
Financiación	0,82
deportistas retirados	0,62
Eventos no deportivos	0,52
Patrocinio	0,25
Celebridades / famosos	0,14
Tecnología / investigación	0,04
OTROS TEMAS	14,73

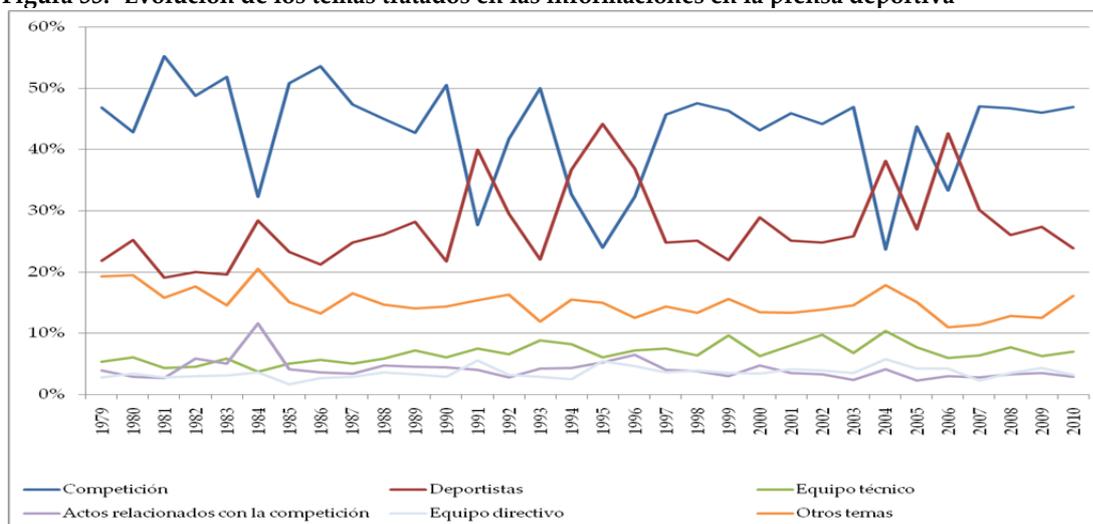
En la figura 32 se analiza el porcentaje del total de informaciones según el tema de las informaciones publicadas en los diarios deportivos. Se aprecia un elevado porcentaje de informaciones en el que el tema central es competición (43,58%), seguido por la información sobre deportistas (27,37%), equipo técnico (6,81%), actos relacionados con la competición (3,95%) y equipo directivo (3,56%). La variable otros temas supone un 14,73% del total.

Figura 32.- Informaciones en la prensa deportiva según el tema



En la figura 33 se analiza la evolución, desde el año 1979 hasta el año 2010, del porcentaje de los temas tratados en la prensa deportiva. En general únicamente se observan cambios en los temas competición y deportistas que siguen líneas inversas a lo largo de los años. La competición predomina sobre los demás, exceptuando los años 1991, 1995, 2004 y 2006 en el que predomina deportistas como tema. La variable otros temas siempre ocupa el tercer lugar, le siguen las informaciones sobre equipos técnicos, solamente superado en 1982 y 1984 por las informaciones que se ocupan de actos relacionados con la competición. Este último tema junto con las informaciones que tratan sobre el equipo directivo, comparte el cuarto y quinto puesto según sea el año del análisis.

Figura 33.- Evolución de los temas tratados en las informaciones en la prensa deportiva



En la tabla 34 se puede observar la evolución de los temas de las informaciones en la prensa deportiva agrupados por años.

El tema principal claramente es la competición. Su tendencia es descendente, pero entre los años 1979 y 2010 apenas existen diferencias en el porcentaje final. Las informaciones centradas en deportistas y equipo técnico marcan una clara tendencia al ascenso, aunque en el año 2010 disminuyen el porcentaje. La tendencia marcada por equipo directivo es ascendente, aunque apenas varía en un punto. Son las centradas en los actos relacionados con la competición y otros temas las que descienden a lo largo del tiempo.

Tabla 34.- Evolución de los temas tratados en las informaciones en la prensa deportiva

TEMAS	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Competición	46,82	46,70	47,89	41,13	40,34	41,65	43,76	46,89
Deportistas	21,85	22,22	24,74	29,47	29,50	28,12	30,17	23,85
Equipo técnico	5,31	4,94	5,73	7,47	7,45	8,11	6,83	6,99
Actos relacionados con la competición	3,96	5,44	4,06	3,94	4,40	3,58	2,95	2,90
Equipo directivo	2,76	3,18	2,86	3,38	4,14	4,09	3,67	3,22
Otros	19,30	17,52	14,72	14,60	14,17	14,45	12,62	16,15

Los datos de la tabla 34 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Tema y la Evolución Temporal en el conjunto de las informaciones ($\chi^2(35, N=95439) = 987,345, p=.001$). Se puede concluir que a lo largo del análisis realizado los temas competición y deportistas predominan sobre el resto.

7.5.1. NO IMPORTA EL GÉNERO DE LOS PROTAGONISTAS, EL TEMA CENTRAL ES LA COMPETICIÓN

En la tabla 35 se analiza el porcentaje de los temas de las informaciones según el Género de los protagonistas.

El tema competición predomina en las informaciones protagonizadas por Hombres (43,43%), por Mujeres (61,72%) y por ambos, las 'Mixtas' (54,45%). Del mismo modo le sigue deportistas y otros temas en los tres casos. Las mayores diferencias se encuentran en equipo técnico, mucho más frecuente en las protagonizadas por Hombres (7,33%) que en las 'Mixtas' (1,72%) y casi inexistentes en las protagonizadas por Mujeres (0,19%). Lo mismo ocurre con las de equipo directivo, más frecuentes en las protagonizadas por Hombres (3,78%), que en las 'Mixtas' (1,65%) y casi inexistentes en las protagonizadas por Mujeres (0,19%). En el caso de las informaciones 'Mixtas' predominan otros temas (59,33%).

Tabla 35.- Temas tratados en las informaciones en la prensa deportiva según el Género de los protagonistas

TEMAS	Hombres		Mujeres		'Mixtas'		'Neutras'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Competición	43,43	91,91	61,72	3,09	54,45	3,66	22,13	1,35	43,58
Deportistas	28,31	95,41	25,46	2,03	22,79	2,44	1,26	0,12	27,37
Otros	13,55	84,9	10,18	1,51	14,6	2,9	59,33	10,68	14,72
Equipo técnico	7,33	99,19	0,19	0,06	1,72	0,74	0,04	0,02	6,81
Actos relacionados con la competición	3,61	84,17	2,26	1,25	4,79	3,55	16,44	11,03	3,95
Equipo directivo	3,78	97,94	0,19	0,12	1,65	1,35	0,79	0,59	3,56
Total	100	92,24	100	2,18	100	2,93	100	2,65	100

Si se analiza la tabla 35 por temas los datos señalan que indistintamente del tema a analizar la información protagonizada por hombre predomina sobre las demás.

En el caso de la competición (43% del global) las protagonizadas por Hombres representan un 91,91%, las Mujeres en solitario suponen un 3,09%, las 'Mixtas' un 3,66% y las 'Neutras' suponen un 1,35%.

En el tema deportistas (27,37% del global) los Hombres como protagonistas representan un 95,41%, las Mujeres suponen un 2,03% y las 'Mixtas' un 2,44%. No existe información 'Neutra'.

El predominio de las informaciones protagonizadas por Hombres a la hora de informar sobre los equipos técnicos (6,81% del global) y directivos (3,56% del global) son más reveladores, ya que las Mujeres apenas aparecen. En el caso de los técnicos las Mujeres protagonizan un 0,06% de las informaciones y las 'Mixtas' suponen un 0,74%. En las centradas en equipos directivos las Mujeres protagonizan un 0,12% y las 'Mixtas' un 1,35%.

Los actos relacionados con la competición (3,95% del global), como pueden ser entrega de premios, inauguraciones y clausuras de campeonatos, etc., el porcentaje de las informaciones protagonizadas por Hombres es de un 84,17%, lo que supone que es la más baja en relación a cualquier tema. En un 11,03% de estas informaciones no se especifica el Género de los protagonistas, son 'Neutras', las Mujeres solo aparecen en el 1,25% y las 'Mixtas' en un 3,55%.

En otros temas los Hombres protagonizan un 84,9% de las informaciones, las Mujeres sólo un 1,51% y las 'Mixtas' un 2,90%. Las 'Neutras' suponen un 10,68%.

Los datos de la tabla 35 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y Tema en el conjunto de las informaciones ($\chi^2(15, N=95439) = 6365,774, p=.001$).

Se puede concluir que las informaciones protagonizadas por Hombres predominan en todos los temas. Las informaciones protagonizadas por Mujeres son mayores en competición, y casi inexistentes en las que tratan sobre equipo técnico y directivo. La presencia de las informaciones 'Mixtas' es mayor en los temas actos relacionados con la competición y competición, y menor en el resto, esencialmente en las que tratan sobre equipo técnico. Las 'Neutras' son frecuentes en otros temas.

En la tabla 36 se analiza la evolución de los temas tratados en las informaciones según el Género de los protagonistas. Por lo general, se observa que los temas de las informaciones apenas varían según el Género de sus protagonistas a lo largo del tiempo.

En el caso de las protagonizadas por Hombres aumentan en un punto las centradas en equipo técnico, dejando claro su predominio. Las centradas en deportistas también aumentan un punto. Las informaciones centradas en el equipo directivo y en otros temas marcan una tendencia al aumento a lo largo del tiempo, que en el cómputo global suponen cuatro puntos. La tendencia más marcada es el

aumento de las informaciones sobre competición: entre el período de 1980-1984 y 2005-2009 se produce un aumento de más del 5%, aunque la diferencia disminuye al comparar los años 1979 y 2010, en este caso es poco más de un punto. Sólo en las informaciones referidas a actos relacionados con la competición, las protagonizadas por Hombres disminuyen (disminuye poco más de un punto porcentual).

Las informaciones 'Mixtas' sufren un descenso en todos los casos, siendo más pronunciado en el caso de competición y actos relacionados con la competición.

En el caso de las informaciones protagonizadas por Mujeres el comportamiento de cada tema es muy diferente. En lo que se refiere al tema competición durante los primeros 21 años analizados la información siempre suponía más de un 3%, sin embargo, durante la primera década del siglo XXI desciende en más de un punto, lo que supone un 2,13% en el período 2005-2009. En el año 2010 se recupera y se sitúa en torno al 3,5%. Las informaciones referentes a actos relacionados con la competición y los agrupados en otros temas, aunque siguen una línea inversa, tienden a aumentar, más de un punto. El resto siguen un comportamiento similar a lo largo del tiempo.

Las informaciones 'Neutras' muestran por lo general una tendencia a la baja en todos los temas, excepto en las informaciones que se centran en actos relacionados con la competición, con un aumento de casi cuatro puntos entre el primer período analizado y el último. La tendencia más marcada al descenso, con una pérdida de cuatro puntos, se produce en la información que engloba otros temas.

Tabla 36.- Evolución de los temas tratados en las informaciones según el Género de los protagonistas

TEMAS		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
COMPETICIÓN	Hombres	93,52	90,1	88,82	88,44	91,32	95,18	95,17	94,65
	Mujeres	3,75	3,07	3,77	3,81	3,71	2,11	2,13	3,49
	'Mixtas'	1,88	4,68	5,16	6,07	4,03	1,92	1,83	1,41
	'Neutras'	0,85	2,14	2,26	1,68	0,94	0,79	0,86	0,45
DEPORTISTAS	Hombres	96,89	94,7	94,9	94,66	95,31	96,2	95,73	96,68
	Mujeres	0,91	1,91	2,07	2	2,18	1,95	2,28	1,22
	'Mixtas'	2,19	3,07	2,91	3,21	2,41	1,79	1,88	2,1
	'Neutras'	0	0,32	0,13	0,12	0,1	0,07	0,11	0
EQUIPO TÉCNICO	Hombres	99,25	98,05	99,19	98,76	99,67	99,22	99,58	99,25
	Mujeres	0	0	0,27	0	0	0,08	0,08	0
	'Mixtas'	0,75	1,95	0,41	1,24	0,33	0,7	0,34	0,75
	'Neutras'	0	0	0,14	0	0	0	0	0
ACTOS RELACIONADOS COMPETICIÓN	Hombres	88,89	86,01	83,24	86,1	82,03	82,11	84,3	87,27
	Mujeres	2,02	0,74	1,14	0,36	1,53	2,11	1,16	2,73
	'Mixtas'	1,01	5,15	4,38	2,35	3,9	2,98	2,71	2,73
	'Neutras'	8,08	8,1	11,24	11,19	12,53	12,81	11,82	7,27
EQUIPO DIRECTIVO	Hombre	91,3	96,73	95,93	98,74	99,11	98,15	99,06	95,08
	Mujer	0	0	0	0,21	0	0,31	0,16	0
	'Mixto'	2,9	1,76	2,98	1,05	0,59	1,08	0,62	4,92
	'Neutro'	5,8	1,51	1,08	0	0,3	0,46	0,16	0
OTROS	Hombre	84,89	80,7	84,44	85,04	87,28	86,52	85,35	84,31
	Mujer	1,45	1,05	1,1	1,9	1,73	0,7	2,36	2,29
	'Mixto'	2,69	4,76	2,21	1,8	2,25	2,52	3,67	3,43
	'Neutro'	10,97	13,49	12,25	11,26	8,74	10,27	8,62	9,97

7.6. A MODO DE RESUMEN: AUMENTA LA DISTANCIA ENTRE REALIDAD “REAL” Y REALIDAD “MEDIÁTICA”

A pesar de los progresos que el deporte femenino ha hecho a lo largo del siglo XX y a los resultados obtenidos por las deportistas en los últimos años, la equiparación con respecto a los Hombres es lenta en relación a la representación que los medios de comunicación hacen de los logros y avances de las Mujeres deportistas (ver marco teórico). Un buen ejemplo es que apenas 91 centésimas de diferencia, es lo que separa el récord mundial masculino en 100 metros lisos (Usain Bolt) del femenino (Florence Griffith Joyner), mientras que una desigualdad de más de noventa puntos es lo que separa a la representación de la Mujer como sujeto noticioso del Hombre.

Las Mujeres siguen estando infrarrepresentadas en las páginas de los diarios deportivos españoles más demandados por el público. De hecho, el mayor hallazgo, en la línea de lo que anunciaban los datos del GMMP del 2010 para España - en medios de comunicación generalistas -, es el retroceso que se ha producido en las informaciones protagonizadas por Mujeres en los cuatro diarios deportivos españoles analizados entre los años 1979 y 2010.

En el total de las informaciones, existen relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista y Evolución Temporal. Lo mismo ocurre en el análisis pormenorizado en cada medio. De hecho, los datos generales muestran que en el año 2010 la frecuencia de las Mujeres como protagonistas de las informaciones, es igual (tabla 18, apenas unas centésimas de diferencia) que la obtenida para el año 1979.

En 1979 las informaciones con protagonistas Femeninas – las de Mujeres (2,32%) y ‘Mixtas’ (2%) - suponen un 4,32% del total. A principios de los años ochenta los datos reflejan un aumento de la información protagonizada por Mujeres, cuando Evert y Navratilova disputaban su corona en el tenis femenino, el deporte “Reina”, y que tímidamente aumenta a finales de esta misma década con nuevas protagonistas, recuérdese a Steffi Graf. En años posteriores la realidad mediática muestra que fue sólo un espejismo.

El 10 de junio de 1989, Arancha Sánchez Vicario, una joven desconocida de 17 años, derrotaba en la final de Roland Garros a la todopoderosa Steffi Graf. Comienza una nueva etapa, en la que Arancha Sánchez Vicario - la mejor tenista española de todos los tiempos, número uno mundial en 1995 - y Conchita Martínez - de manera

casi paralela, número dos en 1996 - acrecientan la fama española a nivel mundial. Las primeras medallas para las deportistas femeninas españolas en unos Juegos Olímpicos se hacen realidad en 1992.

Sin embargo, en la década de los noventa es cuando comienzan a disminuir las informaciones protagonizada por Mujeres. En esos años las informaciones que tienen como protagonista a Mujeres mantienen su frecuencia en torno al 2,45% (en 1993 marca su frecuencia más alta un 3,27%). Las 'Mixtas', en cambio, disminuyen en esta década, de un 3,93% a un 2,87%, lo que conlleva un incremento de las informaciones protagonizadas por Hombres, quienes a finales de la esta década aumentan su frecuencia a un 92,5% (a principios de los ochenta la frecuencia del hombre no llegaba al 90%).

El siglo XXI, al contrario de lo que podría hacer pensar el hecho de que las instituciones internacionales y nacionales – el contexto político-social – han focalizado sus esfuerzos en impulsar procesos de igualdad entre Hombre y Mujer, se produce un retroceso en lo que a información deportiva se refiere.

Las Mujeres siguen consiguiendo triunfos deportivos sin precedentes, pero siguen siendo invisibles en la prensa deportiva. Recuérdese el 13 de abril de 2003, en Londres, Paula Radcliffe consigue el récord mundial de maratón femenina¹¹⁴, con un tiempo de 2h.15'25", una marca que "suena" a atletismo masculino: "Radcliffe, ¡qué machada!", titula *Marca* (14-04-2003). Aun así, la noticia no es la primera de portada en ningún diario deportivo español. Sólo en el caso de *Mundo Deportivo* aparece en portada, con una pequeña llamada a modo de sumario, "Súper récord de Radcliffe. 2h. 15'25"".

Comienza el primer lustro del siglo XXI y la presencia Femenina en la prensa deportiva española disminuye. Las informaciones protagonizadas por Mujeres (1,62%) pierden casi un punto en relación con el anterior período y las 'Mixtas' (1,87%) también pierden un punto, continuando la tendencia iniciada en la década anterior.

¹¹⁴ Este record de Radcliffe será anulado por la Federación Internacional de Atletismo (IAAF) en el año 2011 debido a un cambio de normativa: "por haberlo conseguido en una carrera mixta, de participación masculina, en la que se interpreta según la nueva norma que se ayudó de "liebres" para lograrlo" (*Marca*, 22-09-2011). Aun así, Radcliffe sigue con el récord mundial, ya que también está en poder de la segunda marca mundial, establecida en 2h.17'42" en la maratón de Londres de 2005 – la ganaba por tercera vez consecutiva-.

En el período comprendido entre 2005 y 2009 se inicia un leve ascenso en el que las informaciones protagonizadas por Mujeres (1,96%) y las 'Mixtas' (1,96%) recuperan unas centésimas.

Sin embargo, la realidad deportiva es otra. En los Juegos Olímpicos de Verano celebrados en Australia, Sídney 2000, de los deportistas que participaron el 38,2% eran Mujeres; en Atenas 2004 las deportistas supusieron un 40,7% de la totalidad de los atletas; y en Pekín 2008, se vuelve a batir el récord de participación femenina, un 42,4%. Los índices de las deportistas españolas son similares: un 30,50% en el año 2000; un 41% en el 2004; y un 41,80% en el 2008. Las españolas consiguieron cuatro medallas en cada una de las competiciones, el reflejo en los medios deportivos españoles, inferior al de los Hombres.

En el año 2010 la frecuencia de las informaciones protagonizada por Mujeres (2,37%) y las 'Mixtas' (2%) se sitúan a niveles similares a los marcados en 1979, es decir, al 4,37%. Naturalmente siguen siendo los Hombres los protagonistas centrales, con un 93,6%, mejorando en un punto los datos de 1979 en detrimento de la información 'Neutra' (2%) que pierde una décima respecto del año de inicio de esta investigación.

El mayor aumento de la presencia del Hombre se produce en *As*, seguido de *Marca*, *Sport* y *Mundo Deportivo*. Aun así, las informaciones protagonizadas en el 2010 por Mujeres son más frecuentes en el diario *As* (3%), seguido de *Mundo Deportivo* (2,76%), *Marca* (1,77%) y *Sport* (1,45%). En el caso de las 'Mixtas' son más frecuentes en el mismo año en *Marca* (2,45%), seguido de *Mundo Deportivo* (2,29%), *Sport* (1,85%) y *As* (1,45%).

7.6.1. LA VOZ Y PRESENCIA DE LOS HOMBRES VAN MÁS ALLÁ DEL NÚMERO DE INFORMACIONES QUE PROTAGONIZAN

Los datos referentes a los títulos de las informaciones dejan claro que la invisibilidad de las Mujeres aumenta y su voz se apaga al analizar los títulos de las noticias en los cuales, el número de citas de personajes Masculinos y nombres propios Masculinos aumentan su predominio respecto de los Femeninos.

En los títulos de las informaciones deportivas las citas textuales no son especialmente frecuentes. En todo caso, si se identificase la cita con la voz escuchada, serían básicamente Masculinas.

Es cierto que se ha producido un aumento en los títulos de la presencia Femenina a lo largo del tiempo, pero estadísticamente es insignificante, lo cual implica que la voz y presencia de los Hombres van más allá del número de informaciones que protagonizan.

7.6.2. EL FÚTBOL MASCULINO Y LA COMPETICIÓN COPAN LAS PÁGINAS DE LOS DIARIOS DEPORTIVOS.

Se mantiene la tendencia a que la cobertura se centra, sin lugar a dudas, en el fútbol. Muy por detrás – cincuenta puntos de diferencia - el baloncesto es el segundo deporte con mayor cobertura.

Verdaderamente, en los medios aparece todo cuanto se desprende del fútbol, aumentando su presencia a lo largo del tiempo, agravándose así el viejo problema de la desinformación y la descompensación informativa. El interés no solo se centra en la temática o disciplina deportiva y sus protagonistas, sino que transgrede el mundo deportivo para desbordarse a informaciones más propias, en algunos casos, de la prensa del corazón que del propio ámbito deportivo.

En la mayoría de los deportes, a excepción de lo merecedor de noticiarse - el triunfo o el conflicto - los éxitos deportivos españoles, ya sean masculinos o femeninos, no implican un seguimiento constante y concreto en las páginas de los diarios del deporte en cuestión, es decir, se apuntan pero no se siguen. Si a esto añadimos la categoría Mujer entre esos logros deportivos, la repercusión mediática es siempre inferior a la Masculina.

Un claro ejemplo son los éxitos de la Selección Masculina y Femenina española de jockey patines: durante los años del análisis el total de las informaciones sobre Patinaje suponen únicamente el 0,4%, mientras la Selección Masculina ha conseguido siete de los quince Campeonatos del Mundo (el último en 2011) y diez de los quince Campeonatos de Europa (el último en 2012) y del mismo modo la Selección Femenina

ha conseguido los cuatro Campeonatos del Mundo y dos de los tres Campeonatos de Europa (el último en 2011) que tienen en su palmarés.

El tema central es la competición. Se observa una tendencia muy marcada. Mientras a nivel general la competición y los deportistas son considerados como temas prioritarios, en el caso de las Mujeres posee menor valor la figura de la deportista, lo que indica un menor interés en personalizar la información y como consecuencia implica la práctica inexistencia de ídolos femeninos que contrasta con la abundancia de ídolos masculinos que se convierten en referentes sociales.

Existe un menor interés en focalizar el papel de las Mujeres como entrenadoras o directivas de clubs y federaciones. En este caso, si se tiene en cuenta que el reto del siglo XXI es la equiparación en puestos directivos de Hombres y Mujeres en instituciones de toda clase, como anuncian iniciativas gubernamentales, sin ir más lejos las de la Unión Europea. No es de extrañar que en el deporte la presencia femenina en cargos directivos sea estadísticamente irrelevante. En este caso la realidad “real” y la realidad “mediática” coinciden. Como contraste destaca la cobertura y el aumento a lo largo del tiempo de temas que no son propios del ámbito deportivo, espectáculos, sociedad, comunicación, etc.

8. LAS MUJERES EN LA PRENSA DEPORTIVA: DOS PERFILES¹¹⁵

Una vez señalados y priorizados los resultados correspondientes a los rasgos generales de la prensa deportiva desde la perspectiva de Género, se pasa a la exposición de los resultados concernientes a las informaciones en las que aparecen Mujeres, que representan el campo temático de interés de esta investigación.

Ya se ha comentado que la presencia de las Mujeres en la prensa deportiva española disminuye a lo largo del tiempo. Si además se tienen en cuenta los dos perfiles de Mujer que se han tomado como referencia – en función a su pertenencia al *Ámbito Deportivo*¹¹⁶ o en calidad de *‘Invitadas’*¹¹⁷ –, el descenso de la presencia de las deportistas y otras Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* en las informaciones es todavía más visible.

En este caso se exponen los resultados de todas las informaciones en las que aparecen Mujeres (n=4877), se comparan las informaciones en las que una o más Mujeres pertenecen al *Ámbito Deportivo* (n=4233) y las informaciones en las que nunca aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo*: las vamos a llamar *‘Invitadas’* (n=644).

La variable Género de los protagonistas de la información tiene en cuenta a todos los sujetos noticiosos que aparecen, se consideran todos los protagonistas, principales o secundarios, del texto informativo independientemente de su papel, por lo tanto se analizan las informaciones en las que las Mujeres son protagonistas y en las que comparten protagonismo con los Hombres, las *‘Mixtas’*.

¹¹⁵ Además de las variables relativas al Género (Mujer, Hombre, *‘Mixta’*, *‘Neutra’* o, los sustitutivos, Femenino, Masculino, o *‘Ambos’*), se ha optado por utilizar mayúsculas a la hora de escribir las categorías: *Ámbito Deportivo* e *‘Invitadas’*.

¹¹⁶ Se han codificado como pertenecientes al *Ámbito Deportivo* todas las informaciones en las que al menos una Mujer pertenezca al *Ámbito Deportivo*, aunque también aparezcan Mujeres de ámbito no deportivo, *Invitadas*, o incluso les superen en número.

Ámbito Deportivo: deportista, equipo, equipo técnico, miembros de comités y federaciones, directivas de clubes, árbitra y celebridades o deportistas retiradas.

¹¹⁷ Las Mujeres *Invitadas* son aquellas que protagonizan informaciones de la prensa deportiva pero que en realidad pertenecen a otros ámbitos: aficionada, familiar, famosa, etc. Las Mujeres *Invitadas* no serían protagonistas de la información deportiva por sí solas, porque en su día su ámbito es otro.

Invitadas: famosas y celebridades, realeza, funcionarias del gobierno y políticas, profesionales de los medio, profesionales de las ciencias de la salud, policía, militares y seguridad, académicas, familiares, aficionadas, otros.

La relación entre los dos perfiles puede ser contemplada cuantitativa y cualitativamente. Desde el punto de vista cuantitativo, el 86,8% de las informaciones corresponden a Mujeres de Ámbito Deportivo y el 13,2% al perfil no deportivo, las 'Invitadas'. La tendencia evolutiva es el incremento de este último perfil hasta alcanzar el 19,28%. Esta ventaja aparente en favor del perfil de Ámbito Deportivo queda matizada desde el punto de vista cualitativo.

En primer lugar se realiza un análisis de los personajes, de manera individual, lo que permite plantear los dos perfiles con los que aparecen las Mujeres en la prensa deportiva.

Posteriormente se analizan las informaciones en función de los dos perfiles de Mujer descritos, profundizando en los temas, en la ubicación y en la construcción de las informaciones según diferentes criterios.

Además, partiendo de la pregunta ¿quién informa sobre las Mujeres en la prensa deportiva?, se estudia la relación de Género entre protagonistas y periodistas que firman las informaciones. De igual modo se abordan las fuentes que proceden de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

8.1. PROTAGONISTAS EN LAS INFORMACIONES DONDE APARECEN LAS MUJERES

En este apartado se exponen los resultados de todos los protagonistas (N = 20.928) que se registran en las informaciones en las que aparecen Mujeres (N = 4.877).

En la tabla 37 se observa que la media de protagonistas de las informaciones en las que aparecen Mujeres es 4. En el caso del diario *Marca, As y Sport* la media es la misma, 4, sin embargo en *Mundo Deportivo* la media es 5 protagonistas por información. Los datos reflejan diferencias estadísticamente significativas en el número de protagonistas de las informaciones de Mujer por Medio ($F_{3,4876} = 31.09$, $p = .001$). En concreto, se apreciaron diferencias entre *Sport* y *Mundo Deportivo* con el resto de los medios ($p = .001$).

Tabla 37.- Media de protagonistas de las informaciones de Mujer por medio

	MEDIA
<i>Marca</i>	4,09 ±2,52
<i>As</i>	4,29 ±2,44
<i>Sport</i>	3,64 ±2,45
<i>Mundo Deportivo</i>	4,69 ±2,58
Total	4,29 ±2,53

8.1.1. LOS HOMBRES, PROTAGONISTAS EN LAS INFORMACIONES DONDE HOMBRE Y MUJER COMPARTEN PROTAGONISMO

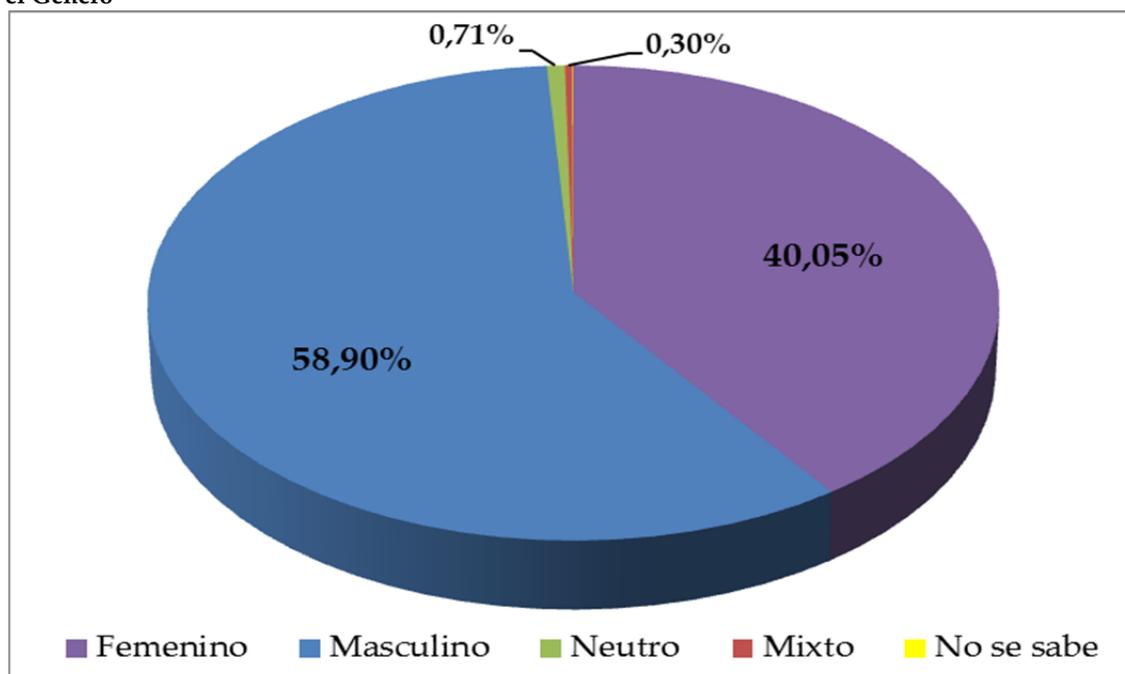
En este capítulo se exponen los resultados de todos los protagonistas, independientemente del Género, que se registran en las informaciones protagonizadas por Hombres y Mujeres, codificadas como 'Mixtas'.

Los datos de la figura 34 señalan que el Género de los protagonistas que predomina en las informaciones 'Mixtas' es el Masculino (58,90%) frente al Femenino

(40,05%). Los protagonistas 'Mixtos'¹¹⁸ tienen una frecuencia de 0,30% y los 'Neutros'¹¹⁹ de 0,71%.

La hegemonía del Hombre en la información deportiva queda vigente una vez más en las informaciones 'Mixtas' que suponen un 2,93% del global.

Figura 34.- Protagonistas de las informaciones donde Mujer y Hombre comparten protagonismo según el Género



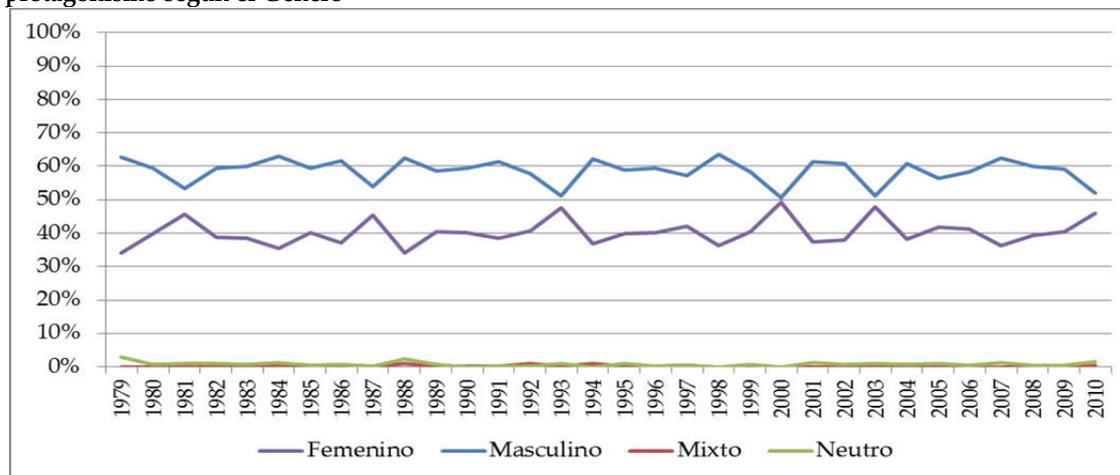
En la figura 35 se aprecia la evolución, desde el año 1979 hasta el año 2010, del porcentaje de protagonistas de las informaciones 'Mixtas' según el Género.

En todos los años analizados los protagonistas Masculinos predominan sobre los Femeninos.

¹¹⁸ personajes 'Mixtos': son equipos mixtos sobre los que se informa pero no se hacen diferencias. Fundamentalmente se codifican en competiciones donde la participación es mixta - tenis, Equitación o Vela - o en grandes eventos donde se hace referencia a la participación global de una selección - el medallero en unos Juegos Olímpicos, referencias a selecciones y sus resultados en Mundiales -, etc.

¹¹⁹ Se codifica como protagonista 'Neutro': una institución, una ley, una normativa, la competición propiamente dicha, instalaciones, medios de comunicación, caballos, embarcaciones, etc.

Figura 35.- Evolución de los protagonistas de las informaciones donde Mujer y Hombre comparten protagonismo según el Género



Los datos de la tabla 38 muestran la evolución de los protagonistas de las informaciones 'Mixtas' según el Género. Se observa que la evolución de los protagonistas según el Género es estable en el tiempo. Sólo varían unas décimas, así las Mujeres protagonistas marcan una tendencia al aumento y los Hombres a la inversa.

Tabla 38.- Evolución de los protagonistas de las informaciones donde Mujer y Hombre comparten protagonismo según el Género

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Femenino	34,19	39,01	39,40	39,97	39,95	43,15	40,19	45,95
Masculino	62,82	59,64	59,36	59,29	59,36	55,87	58,94	52,02
'Mixto'	2,99	0,98	0,86	0,19	0,47	0,83	0,74	1,45
'Neutro'	0	0,23	0,37	0,55	0,22	0	0,13	0,58

8.1.2. OCUPACIÓN DE LAS MUJERES EN LA PRENSA DEPORTIVA

Se trata de analizar todas las protagonistas Femeninas (N=12.195) que aparecen en las informaciones los cuatro diarios deportivos analizados. De todas las protagonistas que aparecen en las informaciones se ha recogido una variable que contempla la ocupación o cargo que ostenta esta persona en la información (tabla 39).

Tabla 39.- Ocupación o cargo de las protagonistas en las informaciones

Ocupación o cargo de las protagonistas	%
Deportista	68,07
Equipo	22,62
No mencionado	2,7
Famosas/celebridades	2,25
Otros	0,77
Realeza	0,75
Celebridades / deportistas retiradas	0,6
Funcionarias del gobierno, políticas	0,57
Equipo técnico	0,52
Miembros de comités, federaciones	0,44
Directivas de clubes	0,21
Profesionales de los medios	0,17
Árbitra	0,16
Profesionales de las ciencias de la salud	0,07
Policía, militares, seguridad	0,06
Académicas, profesionales de la educación	0,04

En la tabla 39 se observa que las protagonistas Femeninas de la prensa deportiva española son fundamentalmente deportistas (68,07%) y equipos femeninos (22,62%), es lo propio en el ámbito en el que aparecen. Llama la atención que la frecuencia de la ocupación de las protagonistas que les siguen no pertenezca al Ámbito Deportivo y que en un 2,7% no se mencione dentro de la información.

En la tabla 40 se observa la evolución de las diferentes ocupaciones de las protagonistas en las informaciones de la prensa deportiva.

La evolución de las deportistas es inversamente proporcional a la evolución de los equipos Femeninos como protagonistas de las informaciones:

- Desde el período comprendido entre 1980 y 1984 hasta el comprendido entre 1990 y 1994: las deportistas evolucionan de manera ascendente, ganan más de un 10%; y los equipos Femeninos pierden un 7%.
- A finales de los noventa ambos se mantienen: las deportistas en torno al 73% y los equipos al 19%. Con unas décimas de diferencia respecto al período anterior que anuncian la inversión de la tendencia que se produce en la primera década del siglo XXI: en las que las deportistas suponen un 57,7% y los equipos Femeninos un 27,31%.
- En el caso de las deportistas la diferencia entre el primer período analizado y el último supone una pérdida de más de seis puntos, en el caso de los equipos solo gana unas décimas.

La frecuencia de las Mujeres que protagonizan las informaciones y su ocupación no se menciona marca una tendencia al descenso, fundamentalmente en los años centrales. Algo similar ocurre con las Famosas que suelen ocupar las páginas del papel cuché.

Las protagonistas pertenecientes a la Realeza se comportan de manera inversa, marcando sus índices más altos en los años noventa, por encima del 1%.

Las protagonistas Miembros de Comités o Federaciones y las Funcionarias del Gobierno o Políticas que aparecen en el primer período por encima del 0,5% descienden durante los años siguientes. Pero a principios del siglo XXI se produce un aumento de su presencia de más de un punto, y en el período 2005-2009 la frecuencia vuelve a disminuir: el porcentaje de Funcionarias del Gobierno o Políticas queda en un 1% y el de Miembros de Comités o Federaciones en un 0,33%.

En el resto de las ocupaciones, siempre en porcentajes muy bajos, se detecta un incremento de su presencia a partir del siglo XXI, estas son: profesionales de los medios y de las ciencias de la salud, académicas, celebridades y deportistas retiradas, directivas de clubes, arbitras y otras ocupaciones.

Tabla 40.- Evolución de la ocupación de las protagonistas Femeninas

	1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Deportista	58,43	64	71,28	74,15	73,22	64,85	57,7	63,38
Equipo	33,71	26,5	20,83	19,28	19,08	23,31	27,31	24,78
No mencionado	3	2,72	2,71	2,34	2,13	3,35	2,95	4,17
Famosas/celebridades	3,75	3,7	2,39	0,59	1,32	1,94	3,61	3,95
Otros	0,37	0,51	0,28	0,42	0,9	1,12	2,07	0,44
Realeza	0	0,21	0,83	1,38	1,18	0,52	0,27	0
Celebridades / Deportistas retiradas	0	0,51	0,18	0,38	0,61	0,52	2,01	0
Funcionarias del Gobierno, Políticas	0	0,72	0,14	0,13	0,33	1,71	1	0,88
Equipo técnico	0	0,26	0,64	0,67	0,28	0,52	0,87	0,44
Miembros de Comités, Federaciones	0,37	0,51	0,37	0,33	0,19	1,27	0,33	0,22
Directivas de clubes	0	0,1	0,09	0,13	0,28	0,3	0,47	0,44
Profesionales de los Medios	0,37	0,1	0,05	0,13	0,09	0,37	0,4	0,22
Árbitra	0	0	0	0,04	0,33	0,07	0,67	0,22
Profesionales de las Ciencias de la Salud	0	0,05	0,18	0	0	0	0,07	0,66
Policía, militares, seguridad	0	0,1	0	0,04	0,05	0,07	0,07	0,22
Académicas	0	0	0,05	0	0	0,07	0,2	0

8.1.2.1. ÁMBITO DE PERTENENCIA DE LA PROTAGONISTAS: DEPORTIVO VS 'INVITADAS'

Tras el análisis de los datos de la tabla 39 se han definido dos perfiles de Mujer que protagonizan las informaciones de la prensa deportiva. Se ha procedido a agrupar a las protagonistas Femeninas en las que pertenecen al *Ámbito Deportivo* y las que no pertenecen a este ámbito, las *'Invitadas'*. Queda la codificación de la siguiente manera:

- *Ámbito Deportivo*: deportista, equipo, equipo técnico, miembros de comités y federaciones, directivas de clubes, árbitra y celebridades o deportistas retiradas.
- *'Invitadas'*: famosas y celebridades, realeza, funcionarias del gobierno y políticas, profesionales de los medios, profesionales de las ciencias de la salud, policía, militares y seguridad, académicas, otros y no mencionado.

Según esta clasificación los porcentajes de las protagonistas que pertenecen al *Ámbito Deportivo* son muy superiores a las de *'Invitadas'* al ámbito (figura 36).

Figura 36.- Protagonistas pertenecientes al *Ámbito Deportivo* Vs *'Invitadas'*

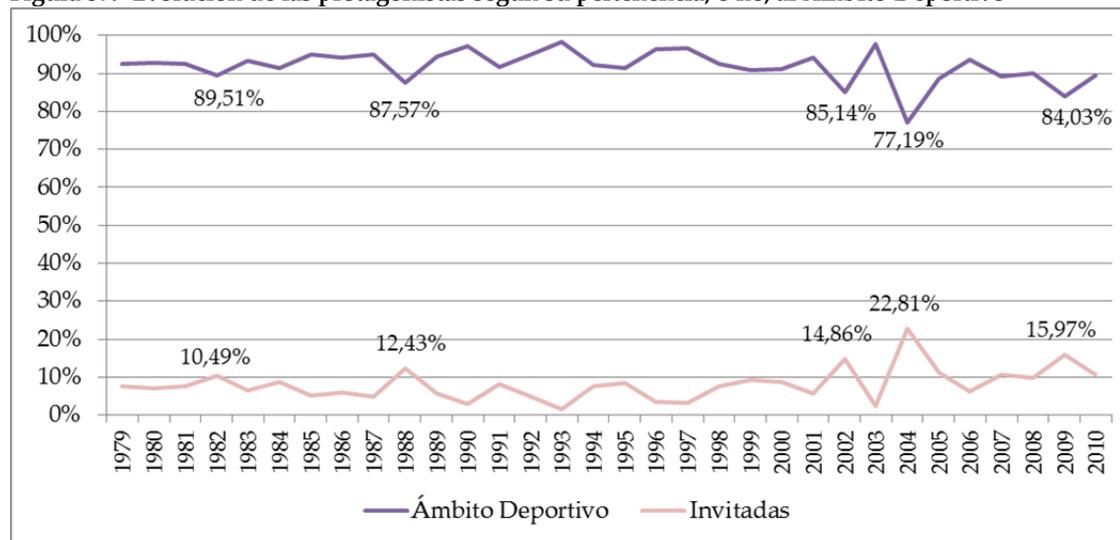


Sin embargo, al analizar la figura 37, en la que se representa la evolución de las protagonistas pertenecientes al *Ámbito Deportivo* y las *'Invitadas'* durante los 32 años analizados, se observa que las *'Invitadas'* ganan protagonismo fundamentalmente en el siglo XXI, en detrimento de las protagonistas que sí pertenecen al *Ámbito Deportivo*.

Las protagonistas pertenecientes al *Ámbito Deportivo* durante los años ochenta permanecen por debajo del 95%, incluso por debajo del 90% como ocurre en 1982 y en

1987. Durante los años noventa aumenta su frecuencia, pero de manera heterogénea: los porcentajes oscilan alrededor del 95% - marca su máximo en 1998 (98,33%) y su mínimo en 1999 (90,19%). Ya en el siglo XXI la tendencia al descenso se hace más pronunciada, aunque más heterogénea si cabe, marca su máximo en 2003 (97,64%) y su mínimo al año siguiente (77,19%).

Figura 37.- Evolución de las protagonistas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo



La tendencia al descenso en los últimos quince años del análisis de las protagonistas del Ámbito Deportivo, y por oposición el aumento de las 'Invitadas', se observa de forma más clara en la tabla 41, en la que se presentan los datos de la evolución agrupados por años.

El porcentaje de las protagonistas de Ámbito Deportivo en el período comprendido entre 1980 y 1984 es de 91,88%. Durante las décadas de los ochenta y los noventa la tendencia es ascendente (llega al 94% en los últimos años del siglo XX). Sin embargo, a principios del siglo XXI pierde más de tres puntos y en los últimos seis años del análisis su frecuencia se sitúa en torno al 89%, su cifra más baja.

Tabla 41.- Evolución de las protagonistas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	92,51	91,88	93,39	94,98	94	90,84	89,36	89,47
'Invitadas'	7,49	8,12	6,61	5,02	6	9,16	10,64	10,53

Los datos de la tabla 41 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y la Evolución Temporal (χ^2 (7,N=12195) = 65,014, p=.001).

8.1.3. AUMENTA EL PROTAGONISMO PRINCIPAL DE LAS MUJERES, MÁS EN LAS 'INVITADAS'

De todas las protagonistas se ha analizado el Tipo de protagonismo que desarrollan en la información: en un 69,9% las Mujeres son protagonistas principales y un 30,1% son secundarias. Los datos de la tabla 42 analizan el tipo de protagonismo según la pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*.

Un 71,46% de las protagonistas Femeninas que pertenecen al *Ámbito Deportivo* son protagonistas principales y el resto son secundarias. En el caso de las protagonistas 'Invitadas' el porcentaje está más igualado, hay más principales que secundarias, pero por solo unas décimas.

Si se analiza la tabla según el tipo de protagonismo, las protagonistas pertenecientes al *Ámbito Deportivo* se sitúan por encima de la media como protagonistas principales.

Tabla 42.- Tipo de protagonismo de las Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

	<i>Ámbito Deportivo</i>		'Invitadas'		Total
	% del N columna	% fila	% del N columna	% fila	% del N columna
Principal	71,46	94,7	50,28	5,3	69,9
Secundario	28,54	87,82	49,72	12,18	30,1
Total	100	92,63	100	7,37	100

Los datos de la tabla 42 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y Tipo de protagonismo (χ^2 (1,N=12195) = 177,552, p=.001).

La tabla 43 muestra la evolución de las protagonistas principales y secundarias según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*.

Respecto a la evolución de las protagonistas del *Ámbito Deportivo* las principales dominan en cualquier período sobre las secundarias:

- Las principales evolucionan de manera ascendente, pero de manera heterogénea, marcando picos de sierra en los primeros años de cada década. Durante los 80 asciende (de 67,97% a 70,09%); en los 90 desciende (de 73,84% a 70,95%); y en la primera década del siglo XXI asciende de manera más lineal y pronunciada (de 66,89% a 76,48%).

- Como consecuencia directa las protagonistas secundarias descienden en el mismo grado que aumentan las principales.

En el caso de las 'Invitadas' las principales evolucionan de manera ascendente:

- Hasta mediados de los noventa las principales se mantienen con frecuencias por debajo de las secundarias.
- A partir del período 1995-1999 las principales superan a las secundarias aumentando su presencia durante el siglo XXI.

En ambos casos las protagonistas principales marcan una tendencia clara al ascenso que en el caso de las 'Invitadas' es más pronunciada, aunque no llega a ocasionar la misma proporción.

Tabla 43.- Evolución del Tipo de protagonismo de las Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Principal	75,3	67,97	70,09	73,84	70,95	66,89	76,48	77,7
	Secundaria	24,7	32,03	29,91	26,16	29,05	33,11	23,52	22,3
'Invitadas'	Principal	30	41,77	34,72	47,5	54,33	63,41	63,52	52,08
	Secundaria	70	58,23	65,28	52,5	45,67	36,59	36,48	47,92

8.1.4. FUNCIÓN EN LA INFORMACIÓN: NI TESTIGOS, NI EXPERTAS

En general la función principal de las Mujeres en las informaciones es ser el tema de la misma, como se observa en total de la tabla 44. Otras funciones reflejadas son las de portavoz, con solo un 0,21%, y la de experiencia personal que supone un 0,02% de los casos. En ningún caso se ha analizado una información cuyo protagonista sea testigo, experta o comentarista o que refleje la opinión popular de una Mujer. Sin embargo, en el 0,86% no se sabe su función en la información.

Al observar la tabla 44, las protagonistas que pertenecen al Ámbito Deportivo son el tema de la información en el 99,66% de los casos; las 'Invitadas' lo son en el 89,43%.

Llama la atención que las 'Invitadas' ejercen de portavoz en un 1,22% de los casos, con mayor frecuencia que las de Ámbito Deportivo, que lo son en un 0,13%. También se registra un alto porcentaje de protagonistas 'Invitadas' de las que no se

sabe cuál es su función, el por qué están en la información, esto ocurre en un 9,01% de los casos.

Al analizar la distribución de las funciones en la información según la pertenecía o no al *Ámbito Deportivo* de las protagonistas:

- Las de *Ámbito Deportivo* superan la media en: experiencia personal (100%, aunque se trate de la función menos frecuente) y tema (93,33%).
- Las '*Invitadas*' se sitúan por encima de la media en: portavoz (42,31%) y cuando no se sabe cuál es su función en la noticia (80%).

Tabla 44.- Función en la información de las Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

FUNCIONES	<i>Ámbito Deportivo</i>		' <i>Invitadas</i> '		Total
	% del N columna	% fila	% del N columna	% fila	% del N columna
Tema	99,66	93,33	89,43	6,67	98,91
No sabe	0,19	20	9,34	80	0,86
Portavoz	0,13	57,69	1,22	42,31	0,21
Experiencia personal	0,02	100	0	0	0,02
Total	100	92,63	100	7,37	100

En la tabla 45, los datos reflejan la evolución de la función en la información de las protagonistas según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

La función de las protagonistas de *Ámbito Deportivo* claramente es ser el tema de la misma, su frecuencia mínima es del 99,33% en el período comprendido entre 1980 y 1984.

En el caso de las protagonistas '*Invitadas*' se observa una tendencia ascendente y constante en el tiempo de la función tema, en detrimento de las '*Invitadas*' de las que no se sabe cuál es su función dentro de la información.

Tabla 45.- Evolución de la función en la información de las protagonistas según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
<i>Ámbito Deportivo</i>	Tema	99,6	99,33	100	99,6	99,7	99,43	99,78	100
	No sabe	0,4	0,56	0	0,09	0,15	0,33	0,07	0
	Portavoz	0	0,11	0	0,31	0,05	0,25	0,15	0
	Experiencia personal	0	0	0	0	0,1	0	0	0
' <i>Invitadas</i> '	Tema	70	77,85	80,56	96,67	96,06	95,12	94,34	95,83
	No sabe	30	20,89	18,06	3,33	3,15	1,63	4,4	4,17
	Portavoz	0	1,27	1,39	0	0,79	3,25	1,26	0
	Experiencia personal	0	0	0	0	0	0	0	0

8.1.5. MENCIONES ESPECÍFICAS A LA SITUACIÓN MARITAL O FAMILIAR DE LAS PROTAGONISTAS

En la tabla 46 se observa que un 5,16% se mencionan relaciones familiares de las Mujeres en el texto de las informaciones. Si se diferencian los datos en función a los dos perfiles de Mujeres que aparecen en la prensa deportiva las relaciones familiares se mencionan en un 2,12% cuando la protagonista pertenece al Ámbito Deportivo y un 43,27% en el caso de las 'Invitadas'.

La frecuencia de la mención de las relaciones familiares de las protagonistas es claramente superior en las 'Invitadas' (61%) que en las de Ámbito Deportivo (38,16%).

Tabla 46.- Relaciones familiares mencionadas de las protagonistas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

RELACIONES FAMILIARES	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N columna	% fila	% del N columna	% fila	% del N columna
Sí	2,12	38,16	43,27	61,84	5,16
No	97,88	95,59	56,73	4,41	94,84
Total	100	92,63	100	7,37	100

Los datos de la tabla 46 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Mención de Relaciones Familiares ($\chi^2(1, N=12195) = 2881,909, p=.001$).

Queda claro que gran parte de las 'Invitadas' lo son por mantener relaciones familiares con otros/as protagonistas (figura 38).

Figura 38.- Ejemplo de mención de relaciones familiares en la información (diario Sport, 18-02-1999)



En la tabla 47 se observa la evolución de las relaciones familiares mencionadas en el texto de la información según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo de las protagonistas. En general la mención de relaciones familiares en las informaciones marca una tendencia ascendente en ambos casos, muy superior en el caso de las

'Invitadas' que aumentan más de veinte puntos. La frecuencia más alta en el caso de las 'Invitadas' se produce en el período 2000-2004 (53,66%).

Las protagonistas pertenecientes al *Ámbito Deportivo*, aunque aumentan las menciones de las relaciones familiares a lo largo del tiempo, se mantienen en frecuencias muy bajas, marcando la más alta en el período 2005-2009 (3,22%).

Tabla 47.- Evolución de las relaciones familiares mencionadas de las protagonistas según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

Relaciones familiares mencionadas		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
<i>Ámbito Deportivo</i>	Sí	1,21	1,57	2,11	2,2	1,56	2,95	3,22	1,47
	No	98,79	98,43	97,89	97,8	98,44	97,05	96,78	98,53
'Invitadas'	Sí	25	34,18	41,67	40,83	48,82	53,66	44,65	45,83
	No	75	65,82	58,33	59,17	51,18	46,34	55,35	54,17

8.1.6. POCAS HEROÍNAS, POCOS REFERENTES DEPORTIVOS

Teniendo en cuenta que la información y modelos de referencia que los jóvenes obtienen sobre la práctica deportiva la consiguen a través de los distintos medios de comunicación, es importante resaltar como la prensa deportiva presenta a las Mujeres, o a sus acciones, en las informaciones (tabla 48).

En general, la presentación de las protagonistas, o sus acciones, se presentan vinculadas al éxito en un 66,35% y vinculadas al fracaso en un 11,5%. La frecuencia de su presentación como heroínas, o en acciones heroicas, es de un 0,53% y vinculadas a la decepción, anti-heroína, en un 0,25%. Su vinculación como víctima se ha producido en un 2,44% de la muestra, y como una superviviente en el 0,01%. En el 18,93% de los casos no se presenta en ninguna de las demás situaciones.

- La presentación de las Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo*, o sus acciones, se presentan vinculadas al éxito en un 69,08% y vinculadas al fracaso en un 12,25%. La frecuencia de su presentación como heroínas es de un 0,5% y vinculadas a la decepción en un 0,25%. Su vinculación como víctima se ha producido en un 2% de la muestra y como una

superviviente en el 0,01%. En el 15,91% de los casos no se presentan en ninguna de las demás situaciones.

- En el caso de las Mujeres 'Invitadas' su presentación, o sus acciones, en las informaciones se presentan vinculas al éxito en un 32,04% y vinculadas al fracaso en un 2%. La frecuencia de su presentación como heroínas es de un 0,89% y vinculadas a la decepción en un 0,22%. Su vinculación como víctima se ha producido en un 7,9% y como superviviente en ningún caso. Sorprende que en el 56,95% de los casos no se presenten en ninguna de las demás situaciones.

Tabla 48.- Presentación de las protagonistas, o sus acciones, en la información según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

PRESENTACIÓN	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N columna	% fila	% del N columna	% fila	% del N columna
Éxito	69,08	96,44	32,04	3,56	66,35
Fracaso	12,25	98,72	2	1,28	11,5
Heroína	0,5	87,69	0,89	12,31	0,53
Decepción	0,25	93,33	0,22	6,67	0,25
Superviviente	0,01	100	0	0	0,01
Víctima	2	76,09	7,9	23,91	2,44
Ninguna de las demás	15,91	77,83	56,95	22,17	18,93
Total	100	92,63	100	7,37	100

En la misma tabla 48, se observa que las Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo superan a las de 'Invitadas' en su presentación, o de sus acciones, en todos los casos, como es lógico puesto que la muestra total no es equilibrada. Sin embargo, las 'Invitadas' se sitúan por encima de la media en los casos de presentación como víctima (23,91%) y como heroínas (12,31%). También superan la media cuando no se identifican con ninguno de los ítems planteados (22,17%).

En la tabla 49 los datos muestran la evolución de la presentación de las protagonistas, o sus acciones, en la información según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

La presentación de las protagonistas pertenecientes al Ámbito Deportivo evoluciona de la siguiente manera:

- La frecuencia de la actitud de éxito describe una línea descendente. A finales de los ochenta y principios de los noventa supone alrededor del

74%, pero desciende y durante los años siguientes se estabiliza en torno al 66%.

- La frecuencia de la actitud de fracaso describe una línea de tendencia ascendente, pero su comportamiento es muy heterogéneo. A principios de los ochenta la frecuencia es de un 12,13% y a finales de la primera década del siglo XXI, el 16,63%.
- Como heroínas su frecuencia asciende a lo largo del tiempo. En el siglo XX su frecuencia siempre se mantiene por debajo del 1% y en la primera década del siglo XXI por encima del 1% (en el año 2010 vuelve a estar por debajo).
- La frecuencia de la actitud de decepción no aparece de manera constante y cuando lo hace su frecuencia es muy baja, por debajo del 1%.
- La frecuencia de la presentación como víctima es constante en el tiempo y con tendencia al alza. A principios de los ochenta la frecuencia es de un 0,89% y a finales de la primera década del siglo XXI llega al 3,3% (en el año 2010 se sitúa en un 7,35%).
- La frecuencia de la presentación como superviviente es anecdótica, solo se registran casos durante el período 1980- 1984 (0,06%).
- La presentación de las protagonistas en ninguno de los demás casos descritos desciende a lo largo del tiempo. Aunque su frecuencia es heterogénea al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, se observa un descenso de más de cinco puntos, del 17,66% al 12,06%.

Las protagonistas 'Invitadas' evolucionan de manera diferente:

- La actitud éxito marca una línea ascendente pero heterogénea. Aunque su frecuencia es heterogénea, al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, se observa un aumento de más de treinta puntos, del 19,62% al 50,31% (en el año 2010 desciende al 22,92%).
- La actitud fracaso describe una línea de tendencia ascendente, pero es inconstante en el tiempo. A principios de los ochenta y finales de los noventa no se recoge ningún caso. Su frecuencia más alta es de 5,69% en el primer lustro del siglo XXI, pero desciende a finales de la década con un 3,77%.

- En el caso de la presentación como heroínas solo se recogen casos en el primer y último año analizado. En 1979 su frecuencia es de un 5% y en el año 2010 de un 14,58%.
- La actitud de decepción es anecdótica, solo se registran casos durante el período comprendido entre 2000 y 2004 (1,63%).
- Cuando aparecen como víctima la tendencia es ascendente pero con fuertes subidas y bajadas. Aunque su frecuencia es heterogénea, al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, se observa un aumento de más de cuatro puntos, del 3,16% al 7,55%.
- Como superviviente no se ha recogido ningún caso.
- La presentación en ninguno de los demás casos descritos desciende a lo largo del tiempo. Entre el primer período y el último analizado desciende casi cuarenta puntos.

Tabla 49.- Evolución de la presentación de las protagonistas, o sus acciones, en la información según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Heroína	0,81	0,45	0,1	0,26	0,4	1,15	1,2	0,25
	Éxito	58,7	68,64	73,58	74,5	65,43	63,69	66,67	66,42
	Fracaso	14,98	12,13	9,53	8,5	13,17	15,82	16,63	16,18
	Decepción	0,81	0,17	0	0,53	0,4	0	0,15	0,25
	Víctima	2,43	0,89	0,88	1,32	2,41	2,79	3,3	7,35
	Superviviente	0	0,06	0	0	0	0	0	0
	Ninguna de las demás	22,27	17,66	15,91	14,88	18,19	16,56	12,06	9,56
'Invitadas'	Heroína	5	0	0	0	0	0	0	14,58
	Éxito	20	19,62	25,69	43,33	36,22	21,95	50,31	22,92
	Fracaso	0	0	0,69	2,5	0	5,69	3,77	2,08
	Decepción	0	0	0	0	0	1,63	0	0
	Víctima	5	3,16	12,5	1,67	14,96	6,5	7,55	12,5
	Superviviente	0	0	0	0	0	0	0	0
	Ninguna de las demás	70	77,22	61,11	52,5	48,82	64,23	38,36	47,92

8.1.7. POCAS VOCES FEMENINAS EN LAS INFORMACIONES

Los datos de la tabla 50 muestran que, en general, en un 5.69% las protagonistas están directamente citadas en el artículo.

En el caso de las Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo están directamente citadas en la información en un 5,55%. Las 'Invitadas' lo están en un 10,79%.

En general, al analizar todas las Mujeres que están citadas el porcentaje de las que pertenecen al *Ámbito Deportivo* (86,6%) se sitúa por debajo de la media.

Tabla 50.- Citas de las protagonistas en la información según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

CITAS	<i>Ámbito Deportivo</i>		'Invitadas'		Total
	% del N columna	% fila	% del N columna	% fila	% del N columna
Sí	5,55	86,6	10,79	13,4	5,94
No	94,45	93,01	89,21	6,99	94,06
Total	100	92,63	100	7,37	100

Los datos de la tabla 50 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y las Citas (χ^2 (1,N=12195) = 40,930, p=.001).

En la tabla 51 los datos muestran un comportamiento muy diferente en la evolución de las protagonistas citadas en la información según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*.

Las protagonistas que pertenecen al *Ámbito Deportivo* siguen una evolución ascendente y constante durante todos los años en el porcentaje de citas en el texto periodístico. Al comparar el año 1979 (1,62%) y el 2010 (6,37%) se confirma la tendencia ascendente.

Las protagonistas 'Invitadas' tienen un comportamiento heterogéneo a lo largo del tiempo, con fuertes subidas y bajadas, pero en general la línea de tendencia es descendente. A principios de los ochenta comienzan con un 17,72% de citas y desciende hasta principios de los noventa hasta un 3,33%. Durante los años siguientes asciende y comienza el siglo XXI con un 19,51%, su índice más alto, vuelve a descender en el período siguiente (6,92%).

Lo que está claro es que las frecuencias de las 'Invitadas' citadas en los textos informativos es superior a la frecuencia de las de *Ámbito Deportivo* durante todos los años del análisis excepto el período 1990-1994.

Tabla 51.- Evolución de las citas de las protagonistas en la información según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

	Citas	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
<i>Ámbito Deportivo</i>	Sí	1,62	2,4	4,62	5,02	7,09	7,79	8,24	6,37
	No	98,38	97,6	95,38	94,98	92,91	92,21	91,76	93,63
'Invitadas'	Sí	15	17,72	8,33	3,33	7,87	19,51	6,92	10,42
	No	85	82,28	91,67	96,67	92,13	80,49	93,08	89,58

8.2. ANÁLISIS DE LAS INFORMACIONES EN LAS QUE APARECEN MUJERES: LAS 'INVITADAS' AUMENTAN SU PRESENCIA EN LA PRENSA DEPORTIVA

Una vez analizados los personajes y, en concreto, identificados los dos perfiles con los que aparecen las Mujeres en la prensa deportiva, se analizan las informaciones en función a estos dos perfiles descritos, profundizando en el análisis de los contenidos y en la ubicación y construcción de las informaciones según diferentes criterios que se exponen a continuación.

Según esta clasificación (figura 39) los porcentajes de las protagonistas que pertenecen al *Ámbito Deportivo* (92,63%) eran muy superiores al de las *'Invitadas'* (7,37%). Al clasificar las informaciones según los dos perfiles de Mujeres los porcentajes varían a favor de las *'Invitadas'* (13,2%) (figura 39). El por qué de esta variación viene condicionado a que la Media protagonistas (tabla 52) en las informaciones donde aparecen las *'Invitadas'* (3,49) es menor que en las informaciones donde aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo* (4,41%).

Figura 39.- Informaciones en las que aparecen por Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*



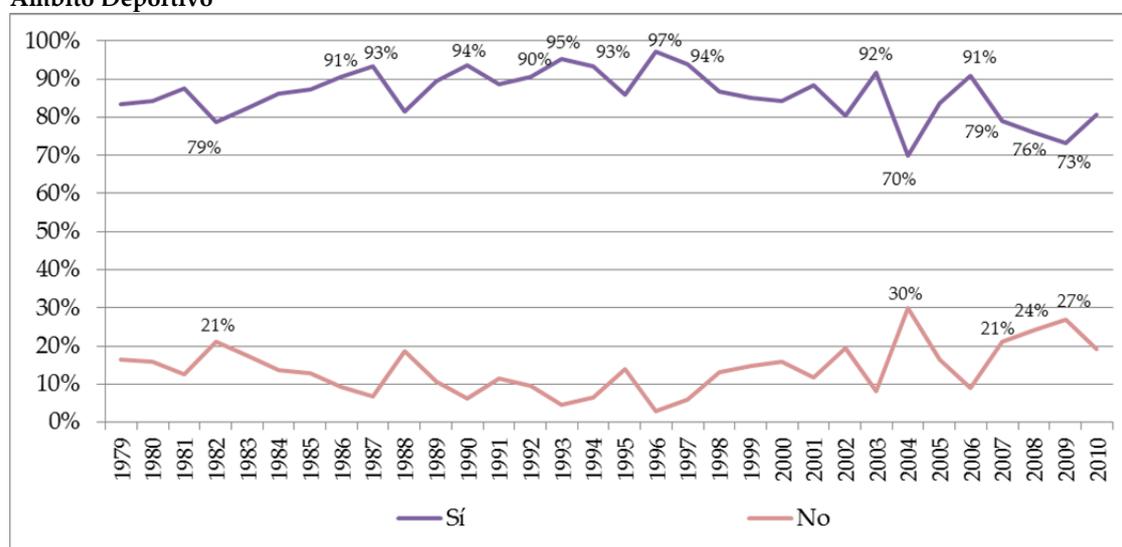
Tabla 52.- Media de protagonistas de las informaciones según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

	MEDIA
<i>Ámbito Deportivo</i>	4,41 ±2,58
<i>'Invitadas'</i>	3,49 ±1,99
Total	4,29 ±2,53

En la figura 40 se observa la evolución, desde el año 1979 hasta el año 2010, de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

En términos generales, se aprecia que las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo predominan sobre las 'Invitadas' en todos los años analizados. Sin embargo, se observa un ascenso a lo largo del tiempo de las informaciones donde aparecen únicamente 'Invitadas', en detrimento de las protagonizadas por las de Ámbito Deportivo.

Figura 40.- Evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo



En la tabla 53 se observa la evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

Durante los primeros años del análisis las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo evolucionan de manera ascendente fundamentalmente a finales de la década de los ochenta (88,52%) y principios de los noventa (92,08%), en el que marcan su frecuencia más alta. A finales de los años noventa (90,33%) comienzan a disminuir, aunque su frecuencia todavía es alta. Es el siglo XXI cuando el descenso es más pronunciado, en el período 2005- 2009 su frecuencia se sitúa en un 81,31%, se confirma el descenso en el año 2010 (80,72%).

Las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' han visto incrementada su presencia a lo largo de los períodos analizados, en el año 2010 casi

alcanzan el 20% de las informaciones totales en las que aparecen Mujeres. Si a esto le añadimos un descenso del número de informaciones de Mujeres como se ha observado en páginas anteriores (ver tabla 18), la invisibilidad de las deportistas es aún mayor.

Tabla 53.- Evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

	1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito Deportivo	83,49	83,76	88,52	92,08	90,33	83,63	81,31	80,72
'Invitadas'	16,51	16,24	11,48	7,92	9,67	16,37	18,69	19,28

Los datos de la tabla 53 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y el Evolución Temporal (χ^2 (7,N=4877) = 68,939, p=.001).

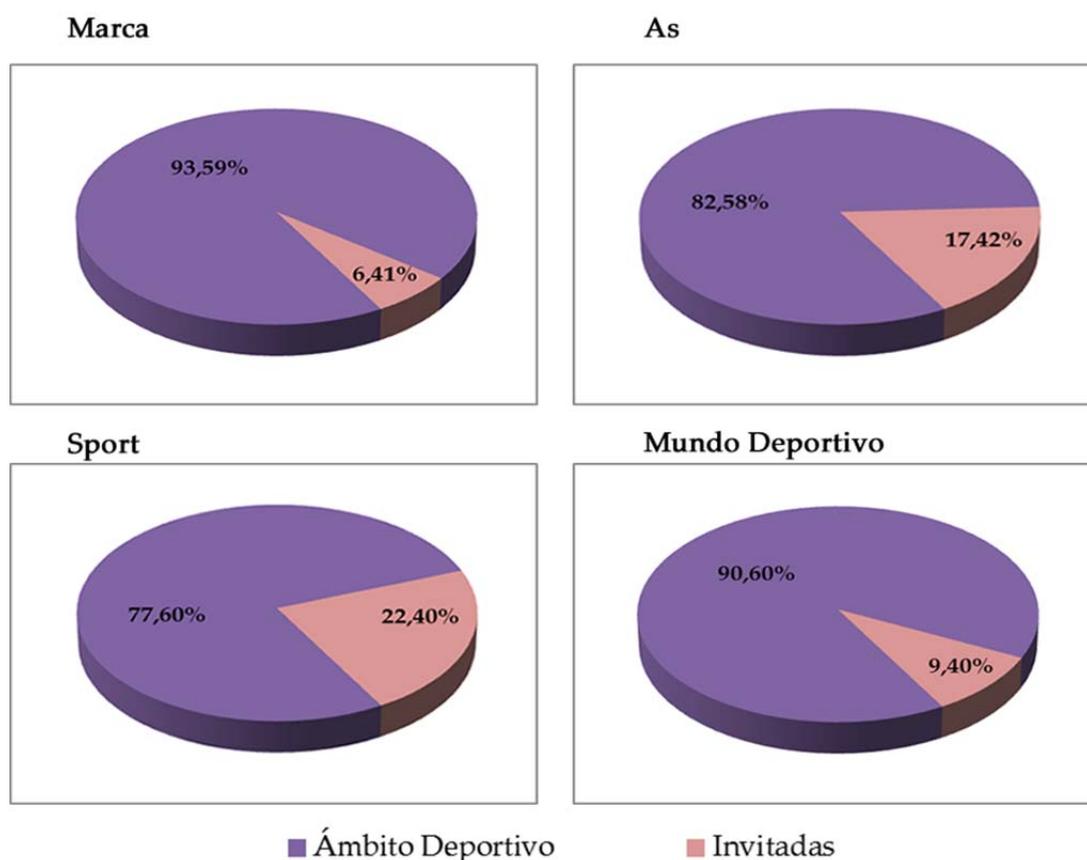
8.2.1. MARCA Y MUNDO DEPORTIVO LAS PREFIEREN DEPORTISTAS, A SPORT Y AS NO LES INTERESAN TANTO

En la figura 41 se observa el porcentaje de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en los cuatro diarios deportivos analizados.

Las diferencias son notables entre un diario y otro: las que pertenecen al Ámbito Deportivo son más frecuentes en el diario *Marca* (93,59%), seguido de *Mundo Deportivo* (90,6%), *As* (82,58%) y *Sport* (77,6%). La diferencia entre *Marca* y *Sport* es de dieciséis puntos, y como consecuencia la presencia de informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' en el diario *Sport* es muy significativa. En este sentido, la diferencia entre *As* y *Marca* también es notable, de once puntos.

Los datos de la figura 41 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Medio (χ^2 (3,N=4877) = 135,054, p=.001). La presencia de las informaciones de Ámbito Deportivo es mayor en *Marca* y *Mundo Deportivo* y de las 'Invitadas' en *As* y *Sport*.

Figura 41.- Informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación



En la tabla 54 se observa la evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en los cuatro diarios.

Los datos muestran un comportamiento similar de *Marca*, *As* y *Mundo Deportivo*. La tendencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo es descendente. En *Sport*, al contrario que en el resto de diarios, la frecuencia de las que pertenecen al Ámbito Deportivo es ascendente. Es en este diario en el que se marca la frecuencia más baja en todos los períodos analizados.

La frecuencia de las de Ámbito Deportivo en los años ochenta en *Marca* se situaba en torno al 95%. A principios de los noventa aumenta hasta el 97,75%, aunque en el siguiente lustro desciende (95,45%) continuando el descenso en la primera década del siglo XXI (por debajo del 90%), en el período 2005-2009 (83,93%) siendo este su índice más bajo. En el año 2010 (93,55%) la frecuencia aumenta, parece que se

inicia una recuperación que tendrá que confirmarse con el análisis de los años posteriores.

Mundo Deportivo desarrolla un comportamiento similar a *Marca* aunque con frecuencias más bajas en los primeros años del análisis. La frecuencia de las de *Ámbito Deportivo* asciende desde principios del siglo XXI, y en el período 2005-2009 (89,75%) la frecuencia se sitúa por primera vez por delante de *Marca*. En el año 2010 el porcentaje desciende a 85,94% por lo que se prevé un comportamiento diferente al del diario *Marca*.

En los primeros años de análisis, *As* se comporta de manera similar a *Marca* y *Mundo Deportivo*, si bien las informaciones de *Ámbito Deportivo* nunca superan el 90% y su descenso es menos pronunciado. A principios de los ochenta las informaciones de *Ámbito Deportivo* se sitúan en torno al 82,5%. Durante los noventa asciende y se sitúan en torno al 88% y en el siglo XXI desciende (del 86,55% al 72,6%), llegando a su índice más bajo. En el año 2010 parece que se inicia una leve recuperación (73,39%).

En el caso del diario *Sport* la frecuencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* es ascendente pero heterogénea. A principios de los ochenta la frecuencia es de tan solo un 44,86%, lo que supone que las informaciones protagonizadas por 'Invitadas' (55,14%) superan por primera vez, y única, a las de *Ámbito Deportivo*. A finales de los ochenta las informaciones de las que pertenecen al *Ámbito Deportivo* ascienden (75,36%) y continua la tendencia hasta principios de los noventa (93,18%). A finales de los noventa la tendencia cambia y disminuye hasta la primera década del siglo XXI (de 87,88% pasa a 78,26%). En el año 2010 el porcentaje sigue en descenso (60%) y las 'Invitadas' aumentan su presencia.

Los datos de la tabla 54 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y la Evolución Temporal en los cuatro medios: en *Marca* ($\chi^2 (7, N=983) = 28,124, p=.001$), en *As* ($\chi^2 (7, N=1573) = 43,653, p=.001$), en *Sport* ($\chi^2 (7, N=683) = 99,306, p=.001$) y en *Mundo Deportivo* ($\chi^2 (7, N=1638) = 6,252, p=.001$).

Tabla 54.- Evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo por medio de comunicación**

		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
MARCA	Ámbito Deportivo	91,67	95,45	94,38	97,75	95,48	89,83	83,93	93,55
	'Invitadas'	8,33	4,55	5,62	2,25	4,52	10,17	16,07	6,45
AS	Ámbito Deportivo	71,05	82,77	87,27	88,4	86,55	72,6	73,39	76,09
	'Invitadas'	28,95	17,23	12,73	11,6	13,45	27,4	26,61	23,91
SPORT	Ámbito Deportivo	80	44,86	75,36	93,18	87,88	84,09	78,26	60
	'Invitadas'	20	55,14	24,64	6,82	12,12	15,91	21,74	40
MUNDO DEPORTIVO	Ámbito Deportivo	95	92,7	90,94	92,16	90,44	87,75	89,78	85,94
	'Invitadas'	5	7,3	9,06	7,84	9,56	12,25	10,22	14,06

Teniendo en cuenta los datos referidos a las informaciones de 'Invitadas' (tabla 54) y los datos del número de lectores al día ofrecidos por el EGM (tabla 7, pág. 66), se observa que el mayor número de Mujeres 'Invitadas' coincide con el aumento de número de lectores. Para valorar si se trata de una coincidencia o si existe una relación entre ambas variables se debe plantear un estudio posterior más exhaustivo.

8.3. TITULARES DE INFORMACIONES EN LAS QUE APARECEN MUJERES: PREDOMINIO DEL NOMBRE PROPIO

Al igual que ocurría en el conjunto de los titulares (ver pág. 157) de las informaciones de Mujeres, en concreto en los títulos, es más frecuente la inclusión de un nombre propio (59,11%) en los títulos periodísticos que la inclusión de citas (3,07%). Sin embargo, la inclusión en ambos casos es inferior a la media global, lo que indica que los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres identifican en menor medida a las personas que protagonizan la información.

8.3.1. LOS NOMBRES DE PERSONA FEMENINOS AUMENTAN A LO LARGO DEL TIEMPO

A la hora de analizar la inclusión de nombres propios en los títulos de las informaciones de Mujeres hay que tener en cuenta que los nombres no son todos Femeninos, puesto que en el análisis se incluyen las informaciones 'Mixtas', donde Mujeres y Hombres comparten protagonismo. En general, las informaciones en las que aparecen Mujeres incluyen al menos un nombre en el título en un 59,11%.

Los Hombres siguen acaparando protagonismo, aún en el caso de que las Mujeres sean las protagonistas centrales de las informaciones: "La hija de Ali debuta en el Ring" (18-02-1999). En la contraportada del diario *As* publicada el 31 de diciembre de 2004 (figura 42) hay tres ejemplos donde los de persona Femenino y Masculino se incluyen en el mismo título: dos titulares en el que el nombre de persona Masculino es de deportista y el Femenino de Mujer invitada: "Alessia deja sin gol a Bazzani, del Sampdoria" y "Rooney regala a su novia Coleen un bebé elefante"¹²⁰; y uno en el que el nombre propio Femenino es de Deportista y el Masculino sería de Invitado: "Desnudo falso de la Kournikova y Enrique"¹²¹.

¹²⁰ Estas dos informaciones se codificaron como informaciones de Mujeres Invitadas.

¹²¹ Esta información se codificó como información de Mujer de Ámbito Deportivo.

Figura 42.- Ejemplos de inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos

www.as.com
 Precios en Euros:
 Alemania 2,25 € • Bélgica 2,30 €
 Francia 2,00 € • Italia 1,38 €
 Países Bajos 1,75 € • Suiza 3,50 FRs

1,5 millones para Asia
 Los 20 clubes de la
 Premiership han donado
 un millón y medio de
 euros a las víctimas del
 maremoto del sudeste
 asiático. Cada equipo ha
 contribuido aportando
 75.000 euros.

Severiano se divorcia
 Severiano Ballesteros y
 Carmen Botín sellaron su
 separación oficial hace
 quince días. El golfista,
 de 47 años, no ha perdi-
 do el tiempo y, según di-
 cen, ya se le ha visto con
 una joven de Pedreña.

Severiano Ballesteros.

Willmson, reanunciado
 Jonny Willmson, ya está
 preparado para volver,
 todo vez que se ha recu-
 perado de su lesión en el
 bíceps, y podrá disputar
 el Seis Naciones, que
 comenzará en cinco se-
 manas, con Inglaterra.

as
 LA ULTIMA

Viernes, 31 de diciembre de 2004

GENTE

EN VOZ BAJA

Desnudo falso de la Kournikova y Enrique

■ Cada día más alejada de las pistas de tenis, pero cada vez más arriada a su amor Enrique Igeles. La Kournikova sorprendió a todos ayer cuando el espacio rosa de Tele 5 Aquí hay tomate se regodeó con una secuencia fotográfica extraordi-

ariamente erótica de la famosa pareja en una paradisíaca playa. Sin embargo, esas maravillosas escenas no eran tan reales como parecían, pues en las imágenes inferiores se puede observar que eran falsas y que la bella Anna no estaba desnuda.

Beckham ya no es el preferido
 David Beckham ya no es la celebridad preferida por los usuarios de Internet. Según un análisis del buscador Google, el jugador madrileño ocupa la quinta plaza.

Freire, el mejor para Cantabria
 El presidente de Cantabria, Miguel Ángel Revilla, entregó ayer el premio al Mejor Deportista Internacional del Año al ciclista cántabro Óscar Freire.

Neville justifica a sus hinchas
 Gary Neville justificaría el rechazo de los hinchas del Manchester a la selección inglesa por los reiterados castigos de la FA a los red devils.

Alessia deja sin gol a Bazzani, del Sampdoria

■ Hay amores que metan y amores que secan. Eso es lo que le ha pasado al delantero del Sampdoria italiano Fabio Bazzani. Su carrera fue tan exitosa como meteórica hasta que conoció a la bellísima

Alessia Merz (en la imagen superior). La pobre, sin saberlo, ha dejado al arista sin el olfato de gol que atestiguó en las temporadas anteriores y que le llevó, incluso, a debutar con la azzurra en noviembre de

2003. Los datos hablan por sí solos. Hace dos campañas, Bazzani anotó 16 goles; la anterior, 13, y en la presente, con Alessia ocupando su corazón y sus pensamientos, sólo 2. ¿Tendrá ella la culpa?

Rooney regala a su novia Coleen un bebé elefante

■ Los de faldas y fugaces salidas nocturnas han comparado a Wayne Rooney un 2004 lleno de sobresaltos con su novia Coleen. Pero Wayne quería rematar la

faena con un detalle diferente y, por Navidad, le regaló a Coleen un bebé elefante. Lo sorprendente es que sólo le costó al futbolista 25 euros.





As, 31 de diciembre de 2004, contraportada

En la tabla 55 se observa que los títulos que incluyen nombres propios más frecuentes son los de persona Femenino (30,41%), seguidos de los de persona Masculino (12,77%), el de equipo Femenino (8,57%), los de persona Femenino y Masculino que se incluyen en el mismo título (4,78%), el de equipo Masculino (1,74%) y por último los nombres de equipo Femenino y Masculino que se incluyen en el mismo título (0,84%).

Al tratarse de informaciones en las que aparecen Mujeres es lógico que abunden los títulos con nombre Femenino, pero sorprende el gran porcentaje de nombres Masculinos (14,51%), ya sean de personas o equipos, que aparecen en los títulos.

Al analizar la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos en las informaciones en función a la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo de las Mujeres

que aparecen, se observa que en general no existen apenas diferencias a la hora de No incluir nombres en los títulos.

La distribución de los nombres en las informaciones de *Ámbito Deportivo*: el de persona Femenino (33,07%) es el que más abunda, seguido de los de equipo Femenino (9,87%), los de persona Masculino (9,43%), los de persona Femenino y Masculino que se incluyen en el mismo título (4,35%), los de equipo Masculino (1,37%) y los de equipo Femenino y Masculino (0,97%).

En el caso de las informaciones protagonizadas por *'Invitadas'*: el de persona Masculino (34,78%) es el que más abunda, seguido del de persona Femenino (12,89%), los de persona Femenino y Masculino que se incluyen en el mismo título (7,61%) y los de equipo Masculino (4,19%), en ningún caso aparecen nombres de equipo Femeninos en los títulos de las informaciones de *'Invitadas'*.

Tabla 55.- Inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*

	<i>Ámbito Deportivo</i>		<i>'Invitadas'</i>		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	
Propio Femenino	33,07	94,4	12,89	5,6	30,41
Equipo Femenino	9,87	100	0	0	8,57
Propio Masculino	9,43	64,04	34,78	35,96	12,77
Equipo Masculino	1,37	68,24	4,19	31,76	1,74
Propio Femenino y Masculino	4,35	78,97	7,61	21,03	4,78
Equipo Femenino y Masculino	0,97	100	0	0	0,84
No hay	40,94	86,91	40,53	13,09	40,89
Total	100	86,8	100	13,2	100

Al analizar la tabla 55 según los tipos de nombres propios incluidos en los títulos, los Masculinos - sean de persona o de equipo - y en el caso de los de persona Femenino y Masculino que se incluyen en el mismo título se sitúan por encima de la media en las informaciones en las que aparecen las *'Invitadas'*.

En la tabla 56 se analiza la evolución de la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*.

En general, la evolución total de las informaciones de *Ámbito Deportivo* que incluyen nombres propios en los títulos es descendente. En cada caso su comportamiento es diferente:

- Los nombres de persona Femeninos aumentan a lo largo del tiempo claramente, entre el primer y el último período su aumento es de casi diecisiete puntos y medio, del 21,38% al 38,78%.
- Los de equipo Femenino descienden, entre el primer y el último período, más de seis puntos, del 14,46% al 8,44%. Ciertamente es en los años noventa su porcentaje es el más bajo.
- Los nombres de persona Masculinos descienden de manera más pronunciada, de un 10,62%, a principios de los ochenta, a un 4,49%, a finales de la primera década del siglo XXI, más de seis puntos.
- Los de equipo Masculino también descienden de un 2%, a principios de los ochenta, a un 0,36%, a finales de la primera década del siglo XXI. En el año 2010 desaparecen.
- Los nombres de persona Femenino y Masculino que se incluyen en el mismo título descienden más de dos puntos, de un 5,69%, a principios de los ochenta, a un 3,59%, a finales de la primera década del siglo XXI.
- Los nombres de equipo Femenino y Masculino que se incluyen en el mismo título se mantienen por encima del 1,2%, aunque en los años noventa y a principios del siglo XXI se sitúan por debajo del 1%.

La evolución total de la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' es ascendente (de un 50% a principios de los ochenta a un 70% a finales de la primera década del siglo XXI). En cada caso su comportamiento es diferente:

- Los nombres de persona Femeninos aumentan aunque su comportamiento es heterogéneo (de un 11,9%, a principios de los ochenta, a un 21,88%, a finales de la primera década del siglo XXI). A finales de los ochenta marcan su frecuencia más baja (4,26%).
- Los nombres de personas Masculinos descienden (de un 30,95%, a principios de los ochenta, a un 25,78% a finales de la primera década del siglo XXI). En el resto de los períodos su frecuencia es mayor, a finales de los ochenta se produce su frecuencia más alta, con un 44,68%.

- Los de equipo Masculino aumentan (de un 2,38%, a principios de los ochenta, a un 6,25%, a finales de la primera década del siglo XXI). Esta diferencia es mayor si se compara el año 1979, en el que no se registra ningún caso, y el año 2010 en el que se mantiene en un 6,25%.
- Los nombres de persona Femenino y Masculino que se incluyen en el mismo título aumentan (de un 4,76%, a principios de los ochenta, a un 14,84%, a finales de la primera década del siglo XXI). Esta diferencia es mayor si se compara el año 1979, en el que no se registra ningún caso, y el año 2010 en el que se mantiene en un 12,5%.

Se puede concluir que existe un aumento de nombres propios en los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres, de *Ámbito Deportivo* o *'Invitadas'*, fundamentalmente de nombres de persona Femeninos en detrimento de los Masculinos. En el caso de las informaciones en las que aparecen *'Invitadas'* también aumentan los propios que combinan Femenino y Masculino y los de equipo Masculino.

Tabla 56.- Evolución de la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*

	NOMBRES	1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
<i>Ámbito Deportivo</i>	Propio Femenino	16,48	21,38	34,62	35,71	36,18	33,76	38,78	32,09
	Equipo Femenino	34,07	14,46	10,34	7,26	6,75	9,46	8,44	10,45
	Propio Masculino	8,79	10,62	13,1	10,65	11,08	5,59	4,49	0,75
	Equipo Masculino	2,2	2	2,21	1,69	0,89	0,86	0,36	0
	Propio Femenino y Masculino	5,49	5,69	4,55	3,03	4,33	5,81	3,59	2,24
	Equipo Femenino y Masculino	0	1,23	1,38	0,48	0,76	0,65	1,26	2,24
	No hay	32,97	44,62	33,79	41,16	40	43,87	43,09	52,24
<i>'Invitadas'</i>	Propio Femenino	16,67	11,9	4,26	11,27	11,9	8,79	21,88	21,88
	Equipo Femenino	0	0	0	0	0	0	0	0
	Propio Masculino	44,44	30,95	44,68	39,44	34,52	38,46	25,78	31,25
	Equipo Masculino	0	2,38	2,13	1,41	5,95	6,59	6,25	6,25
	Propio Femenino y Masculino	0	4,76	1,06	8,45	4,76	9,89	14,84	12,5
	Equipo Femenino y Masculino	0	0	0	0	0	0	0	0
	No hay	38,89	50	47,87	39,44	42,86	36,26	31,25	28,13

8.3.2. MAYOR NÚMERO DE CITAS EN LOS TÍTULOS DE LAS 'INVITADAS'

Solo en el 3,07% de las informaciones en las que aparecen Mujeres se incluyen citas en los títulos: un 2,95% en forma de cita textual y un 0,12% en forma de cita indirecta. No existen títulos en los que se convienen cita directa e indirecta (tabla 57).

Los títulos de las informaciones en las que las Mujeres pertenece al *Ámbito Deportivo* incluyen en los títulos citas en un 2,72% de los casos: un 2,6% son citas textuales y un 0,12% son indirectas. En las informaciones protagonizadas por 'Invitadas' los títulos incluyen citas en un 5,43% de los casos: un 5,28% son citas textuales y un 0,16% son indirectas.

Al analizar la tabla 57 según el tipo de citas, siempre son más frecuentes en las informaciones en las que aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo*, pero en proporción las citas en las protagonizadas por 'Invitadas' incluyen más citas que las de *Ámbito Deportivo*.

Tabla 57.- Inclusión de citas en los títulos periodísticos en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*

	<i>Ámbito Deportivo</i>		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	
Cita textual	2,6	76,39	5,28	23,61	2,95
Cita indirecta	0,12	83,33	0,16	16,67	0,12
Total citas	2,72	76,67	5,43	23,33	3,08
No incluye cita	97,28	87,12	94,57	12,88	96,92
Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 57 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y Citas en los títulos (χ^2 (1,N=4877) = 13,852, p=.001).

En la tabla 58 se analiza la evolución de la inclusión de citas en los títulos periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*. Debido a la baja frecuencia y a la inconstancia en el tiempo de los títulos que incluyen citas indirectas y a la no existencia de títulos en los que se combinan las citas directas e indirectas se exponen los datos de forma agrupada.

Se observa que en las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo* las citas en los títulos aumentan claramente a lo largo del tiempo, casi cuatro puntos. En el caso de las protagonizadas por *'Invitadas'* su tendencia es ascendente pero heterogénea. La frecuencia de las citas en los títulos de las *'Invitadas'* siempre es mayor a las de *Ámbito Deportivo*, solo en el período comprendido entre 2005 y 2009 las de *Ámbito Deportivo* superan en unas décimas a las *'Invitadas'*. En el año 2010 las citas en los títulos de las protagonizadas por *'Invitadas'* superan en más de ocho puntos a las en las que aparecen Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo*.

Se concluye que aumentan las citas en los títulos de Mujeres, siendo el aumento mayor en el caso de las protagonizadas por *'Invitadas'*.

Tabla 58.- Evolución de las citas en los títulos periodísticos en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*

		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
<i>Ámbito Deportivo</i>	Incluye citas	0	1,85	1,38	2,3	3,69	2,15	5,21	4,48
	No incluye	100	98,15	98,62	97,7	96,31	97,85	94,79	95,52
<i>'Invitadas'</i>	Incluye citas	5,56	3,97	2,13	5,63	7,14	7,69	4,69	12,5
	No incluye	94,44	96,03	97,87	94,37	92,86	92,31	95,31	87,5

8.4. LOS DEPORTES: EL TENIS ES EL DEPORTE “REINA”, PERO LAS ‘INVITADAS’ PREFIEREN EL FÚTBOL

Antes de comenzar con el análisis pormenorizado de los deportes, en la tabla 60 se observa el total de las informaciones en las que aparecen Mujeres según el deporte tratado en la información, y se ofrecen datos de la recodificación de las variables de deporte sobre los que se informa en la prensa deportiva pero que no suponen más de un 2% del cómputo de informaciones en las que aparecen Mujeres (ver tabla 59).

Los datos señalan un elevado porcentaje de informaciones en las que el deporte tratado es el tenis (20,85%), seguido por el atletismo (18,47%), fútbol (10,72%), baloncesto (9,76%), natación (5,23%), esquí (3,88%), gimnasia (2,85%), voleibol (2,44%), golf (2,40%) y balonmano (2,15%). La variable otros deportes (16,90%) recoge treinta y ocho variables (tabla 59), deportes sobre los que se informa pero que su presencia es muy baja. La variable olimpismo (3,26%) agrupa las informaciones que hablan sobre actos relacionados con las olimpiadas. La variable ninguno (1,09%) hace referencia al porcentaje de la información en prensa deportiva que en ningún caso hace referencia a un deporte.

Tabla 59 Porcentajes de los deportes tratados en las informaciones en las que aparecen Mujeres agrupados en la variable “otros deportes”

OTROS DEPORTES			
Varios	2,23%	Patinaje sobre Hielo	0,31%
Vela	1,72%	Piragüismo	0,29%
Hípica	1,27%	Remo	0,23%
Hockey	1,11%	Triatlón	0,21%
Ciclismo	1,11%	Motociclismo	0,18%
Automovilismo	0,70%	Surf	0,12%
Karate	0,68%	Lucha	0,12%
Boxeo	0,66%	Halterofilia	0,12%
Judo	0,64%	Pesca	0,10%
Tiro olímpico	0,51%	Pádel	0,10%
Tenis de Mesa	0,51%	Esquí Náutico	0,10%
Squash	0,49%	Bolos	0,10%
Patinaje	0,45%	Bádminton	0,10%
Montaña y Escalada	0,45%	Pentatlón Moderno	0,08%
Ajedrez	0,41%	fútbol Americano	0,06%
Taekwondo	0,41%	Béisbol	0,06%
Esgrima	0,39%	Aerobic	0,04%
Rugby	0,35%	Decatlón	0,04%
Tiro con Arco	0,33%	Aeronáutica	0,06%

Tabla 60.- Distribución de los deportes de informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

DEPORTES	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Tenis	23,62	98,33	2,64	1,67	20,85
Atletismo	21	98,67	1,86	1,33	18,47
Fútbol	3,28	26,58	59,63	73,42	10,72
Baloncesto	10,65	94,75	3,88	5,25	9,76
Natación	5,95	98,82	0,47	1,18	5,23
Esquí	4,46	100	0	0	3,88
Gimnasia	3,28	100	0	0	2,85
Voleibol	2,81	100	0	0	2,44
Golf	2,53	91,45	1,55	8,55	2,4
Balonmano	2,22	89,52	1,71	10,48	2,15
Otros deportes	16,84	86,53	17,24	13,47	16,9
Olimpismo	3,17	84,28	3,88	15,72	3,26
Ninguno	0,17	13,21	7,14	86,79	1,09
TOTAL	100	86,8	100	13,2	100

En la tabla 60 se pueden observar los deportes tratados en las informaciones en las que aparecen Mujeres diferenciando entre las que pertenecen al Ámbito Deportivo y las 'Invitadas'.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo mantienen una frecuencia respecto a los deportes muy parecida a los datos generales, casi todos los deportes tienen una frecuencia por encima de la media, unas décimas. Otros deportes y olimpismo se sitúan unas décimas por debajo del cómputo global y en el caso de Ningún deporte casi un punto (0,17%). Pero es el fútbol el que menor porcentaje tiene respecto del total: de un tercer puesto que ocupa en el cómputo global (10,72%), pasa a un sexto puesto compartido con la gimnasia (3,28%).

Las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' principalmente son informaciones relacionadas con el fútbol (59,63%). También se sitúan por encima de la media global otros deportes (17,24%), y olimpismo (3,88%), unas décimas, y Ningún deporte seis puntos por encima (7,14%). El resto de los deportes se sitúan por debajo de la media y en el caso del esquí, gimnasia y voleibol no se han registrado informaciones.

Al analizar la tabla 60 por deportes, se observa que en el caso de los deportes esquí, gimnasia y voleibol solo hay informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo. En el caso de natación, atletismo, tenis,

baloncesto, golf, balonmano, otros deportes y olimpismo los porcentajes en el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* son muy superiores a las 'Invitadas'. Sin embargo, en el caso de las informaciones que tratan sobre fútbol y los que no tratan sobre Ningún deporte, predominan claramente las 'Invitadas'.

En la tabla 61 se puede observar la evolución de los deportes de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*.

En las informaciones protagonizadas por las Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo* los deportes que marcan una línea de tendencia ascendente son: atletismo, natación, esquí y fútbol, también la variable que agrupa otros deportes y las informaciones que no tratan Ningún deporte. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, se confirma esta tendencia al aumento en el atletismo con más de once puntos, el que más aumenta; en el fútbol con más de seis puntos; esquí con casi un punto y medio; otros deportes con más de ocho puntos; y lo temas que no tienen que ver con el deporte con casi un punto, aunque en ninguno solo se registran casos en estos períodos. No se confirma la tendencia al alza en natación que pierde más de tres puntos.

Por el contrario, en las de *Ámbito Deportivo*, marcan una línea de tendencia descendente: tenis, baloncesto, gimnasia, golf, balonmano y voleibol, también en el caso de la categoría olimpismo. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, se confirma esta tendencia descendente en todos los casos: baloncesto es el que más pierde, más de ocho puntos; olimpismo pierde casi seis puntos; tenis pierde más de cuatro; gimnasia tres y medio; balonmano más de dos puntos y medio; y voleibol y golf que pierden menos de medio punto.

La evolución de los deportes en las informaciones protagonizadas por las Mujeres 'Invitadas' se caracteriza por la inconstancia en el tiempo, únicamente en fútbol, otros deportes y Ningún deporte se recogen casos en todos los años.

Los deportes que marcan una línea de tendencia ascendente en las informaciones protagonizadas por 'Invitadas' son: fútbol, baloncesto, balonmano, natación, golf y también la variable que agrupa otros deportes. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, se confirma esta tendencia. En el caso del fútbol su evolución está marcada por subidas y bajadas continuas de la frecuencia, por este motivo no se confirma la tendencia al alza al comparar el primer período, 1980-1984, y

el último, 2005-2009. En balonmano solo se registran casos en los períodos 1985-1989 y 1995-1999. El romance de la Infanta Cristina con Iñaki Urdangarin a finales de los noventa es un tema de interés para la prensa deportiva, el balonmano alcanza sus índices más altos (10,71%), pero se centran en la figura de Cristina como novia, y no como deportista.

Por el contrario, en las 'Invitadas', marcan una línea de tendencia descendente: tenis, atletismo, también en el caso de la categoría olimpismo y ninguno. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, se confirma esta tendencia descendente en todos los casos. Las informaciones que no tratan sobre Ningún deporte, pierde siete puntos; olimpismo, pierde más de cinco puntos y medio; en tenis y atletismo el descenso es mínimo, unas décimas.

Tabla 61.- Evolución de los deportes tratados en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010	
Ámbito Deportivo	Tenis	25,27	15,69	30,34	29,3	25,35	25,59	11,49	23,13
	Atletismo	13,19	17,85	17,38	21,43	26,24	16,77	29,26	8,21
	Fútbol	2,2	1,69	1,66	0,73	3,57	5,38	7,9	8,21
	Baloncesto	23,08	16,31	12,28	9,2	7,77	7,74	8,26	11,94
	Natación	4,4	8,15	4,28	4	5,48	10,32	5,03	8,96
	Esquí	3,3	6,62	2,34	1,57	6,37	3,87	8,08	0
	Gimnasia	4,4	4,15	3,45	6,42	2,42	1,51	0,72	0
	Voleibol	1,1	3,38	4	1,57	1,53	4,3	3,05	3,73
	Golf	5,49	2,31	5,24	0,97	1,27	3,66	2,15	1,49
	Balonmano	2,2	3,54	2,21	3,03	1,66	1,72	0,72	2,24
	Otros deportes	15,38	11,69	15,86	17,68	16,82	17,2	19,75	29,85
	Olimpismo	0	8,46	0,97	4,12	1,53	1,94	2,51	2,24
	Ninguno	0	0,15	0	0	0	0	1,08	0
'Invitadas'	Tenis	0	1,59	1,06	9,86	3,57	1,1	2,34	0
	Atletismo	0	1,59	1,06	4,23	0	1,1	2,34	6,25
	Fútbol	66,67	65,08	51,06	54,93	50	68,13	59,38	71,88
	Baloncesto	5,56	0,79	3,19	5,63	2,38	1,1	10,16	0
	Natación	0	0,79	0	0	1,19	0	0,78	0
	Esquí	0	0	0	0	0	0	0	0
	Gimnasia	0	0	0	0	0	0	0	0
	Voleibol	0	0	0	0	0	0	0	0
	Golf	0	1,59	0	1,41	0	3,3	2,34	3,13
	Balonmano	0	0	2,13	0	10,71	0	0	0
	Otros deportes	16,67	10,32	22,34	11,27	25	19,78	17,19	15,63
	Olimpismo	5,56	5,56	12,77	1,41	0	4,4	0	0
	Ninguno	5,56	12,7	6,38	11,27	7,14	1,1	5,47	3,13

8.4.1. EN MARCA APUESTAN POR EL ATLETISMO FEMENINO, EL RESTO CORONA AL TENIS

En la tabla 62 se observa la frecuencia global de los deportes tratados en las informaciones en las que aparecen Mujeres en los cuatro diarios deportivos. Tenis, atletismo, baloncesto y fútbol son los deportes más frecuentes en *Marca*, *As* y *Mundo Deportivo*, en *Sport* tenis, atletismo, fútbol y el esquí.

El tenis es el deporte más frecuente en tres de los cuatro diarios: *Sport* (28,84%) es el diario que más informaciones de este tipo publica, le sigue *Mundo Deportivo* (21,25%) y *As* (19,58%), este último se sitúa por debajo de la media total. *Marca* (16,68%) es el único diario en el que tenis es el segundo deporte.

El tema atletismo en general es el segundo más frecuente, confirmado en tres de los cuatro diarios. En *Marca* ocupa el primer puesto (25,43%), seguido de *Sport* (19,18%). Por debajo de la media total están *Mundo Deportivo* (17,34%) y *As* (15%).

El fútbol ocupa la tercera posición en los porcentajes globales de información sobre Mujer; sin embargo se analiza por periódicos únicamente en *Sport* (16,69%) y en *As* (14,3%) ocupa este puesto. *Mundo Deportivo* (7,33%) y en *Marca* (6,51%) están por debajo de la media total.

El cuarto deporte más frecuente en las informaciones sobre Mujer es el baloncesto, sin embargo en *Mundo Deportivo* (11,17%) y *Marca* (10,07%) ocupa el tercer puesto. En *As* (11,57%) ocupa el cuarto lugar, pero su frecuencia es la mayor. *Sport* (1,76%) se sitúa muy por debajo de la media.

En todos los diarios la natación ocupa el quinto lugar. *Mundo Deportivo* (6,17%) es el diario en el que más informaciones de este tipo se publican; le sigue *Marca* (6,1%), y, por debajo de la media total, *As* (4,07%) y *Sport* (4,39%).

El esquí en *Sport* ocupa el cuarto puesto (4,69%); seguido de *Marca* (4,37%) y *Mundo Deportivo* (4,33%), en sexto lugar; y por debajo de la media total, *As* (2,73%) en el que ocupa el octavo puesto.

En *Marca* (3,97%) y en *As* (2,92%) la gimnasia ocupa el séptimo lugar (2,85%); en *Sport* (2,78%), con una frecuencia menor, ocupa el sexto puesto; y con menor frecuencia. *Mundo Deportivo* (2,14%) en el que ocupa el noveno puesto.

El voleibol aparece con más frecuencia en *Marca* (3,26%) en el que ocupa un octavo puesto; seguido de *Mundo Deportivo* (2,99%), en el octavo; *As* (2,23%), en el noveno; y *Sport* (0,44%), en el décimo puesto, muy por debajo de la media.

El golf en séptimo lugar en *Mundo Deportivo* (3,54) y *Sport* (1,76%); y en un décimo puesto en *As* (2,03%), aunque con mayor frecuencia que *Sport*, y *Marca* (1,53%).

El balonmano es el deporte menos frecuente en el cómputo global, sin embargo esto solo ocurre en *Mundo Deportivo* (1,71%); en *As* (3,43%) ocupa el sexto puesto; en *Marca* (1,73%) y en *Sport* (0,88%) ocupa el noveno.

En el caso de las informaciones de otros deportes son más frecuentes en *As* (18,5%), seguido de *Mundo Deportivo* (17,58%), *Marca* (16,99%) y *Sport* (11,42%).

En el caso de las informaciones sobre olimpismo son más frecuentes en *Mundo Deportivo* (4,03%), seguido de *Marca* (2,95%), *Sport* (2,93%) y *As* (2,8%).

Las informaciones que no se centran en deporte, ninguno, son más frecuentes en *Sport* (4,25%), seguido de *As* (0,83%), *Mundo Deportivo* (0,43%) y *Marca* (0,41%).

Tabla 62.- Deportes de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medio de comunicación

	Marca		As		Sport		Mundo Deportivo		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Tenis	16,68	16,13	19,58	30,29	28,84	19,37	21,25	34,22	20,85
Atletismo	25,43	27,75	15	26,19	19,18	14,54	17,34	31,52	18,47
Fútbol	6,51	12,24	14,3	43,02	16,69	21,8	7,33	22,94	10,72
Baloncesto	10,07	20,8	11,57	38,24	1,76	2,52	11,17	38,45	9,76
Natación	6,10	23,53	4,07	25,1	4,39	11,76	6,17	39,61	5,23
Esquí	4,37	22,75	2,73	22,75	4,69	16,93	4,33	37,57	3,88
Gimnasia	3,97	28,06	2,92	33,09	2,78	13,67	2,14	25,18	2,85
Voleibol	3,26	26,89	2,23	29,41	0,44	2,52	2,99	41,18	2,44
Golf	1,53	12,82	2,03	27,35	1,76	10,26	3,54	49,57	2,4
Balonmano	1,73	16,19	3,43	51,43	0,88	5,71	1,71	26,67	2,15
Otros	16,99	20,27	18,5	35,32	11,42	9,47	17,58	34,95	16,9
Olimpismo	2,95	18,24	2,8	27,67	2,93	12,58	4,03	41,51	3,26
Ninguno	0,41	7,55	0,83	24,53	4,25	54,72	0,43	13,21	1,09
Total	100	20,16	100	32,25	100	14	100	33,59	100

Los datos de la tabla 62 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Deporte y Medio ($\chi^2(36, N=4877) = 364,803, p=.001$).

En las tablas 63, 64, 65 y 66 se analizan las diferencias entre los distintos medios según la pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

En la tabla 63 se observa en el diario *Marca* los deportes de las informaciones en las que aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo* son: atletismo (27,07%), tenis (17,5%), baloncesto (10,33%), natación (6,52%), esquí (4,67%), gimnasia (4,24%) y voleibol (3,48%) se sitúan por encima de la media total, también en las informaciones sobre olimpismo (3,04%).

En el resto de los deportes son las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' los que se sitúan por encima de la media: fútbol (53,97%), golf (4,76%) y balonmano (3,17%), también en las informaciones sobre otros deportes (19,05%) y en las que no se centra en Ningún deporte (4,76%).

Tabla 63.- Deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* en el diario *Marca*

	<i>Ámbito Deportivo</i>		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Tenis	17,5	98,17	4,76	1,83	16,68
Atletismo	27,07	99,6	1,59	0,4	25,43
Fútbol	3,26	46,88	53,97	53,13	6,51
Baloncesto	10,33	95,96	6,35	4,04	10,07
Natación	6,52	100	0	0	6,1
Esquí	4,67	100	0	0	4,37
Gimnasia	4,24	100	0	0	3,97
Voleibol	3,48	100	0	0	3,26
Golf	1,3	80	4,76	20	1,53
Balonmano	1,63	88,24	3,17	11,76	1,73
Otros deportes	16,85	92,81	19,05	7,19	16,99
Olimpismo	3,04	96,55	1,59	3,45	2,95
Ninguno	0,11	25	4,76	75	0,41
Total	100	93,59	100	6,41	100

Al analizar la tabla 63 por deportes: en natación, esquí, gimnasia y voleibol el 100% de los casos analizados son informaciones en las que aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo*; por encima del 90%: atletismo, tenis, olimpismo, baloncesto y otros deportes; golf y balonmano por encima del 80%. Como contrapunto, el fútbol en las

que las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' suponen el 53,13% y las que no tratan sobre Ningún deporte en las que las 'Invitadas' suponen el 75%.

En la tabla 64 se observan las diferencias entre las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo* y las 'Invitadas' en el diario *As*. Los deportes más frecuentes en las de *Ámbito Deportivo* son: tenis (23,4%), atletismo (17,94%), baloncesto (12,86%), natación (4,85%), balonmano (4%), gimnasia (3,54%), esquí (3,31%), voleibol (2,69%), golf (2,16%) se sitúan por encima de la media total.

En el resto de los deportes son las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' los que se sitúan por encima de la media, fundamentalmente fútbol (63,14%). También las informaciones sobre otros deportes (18,61%), olimpismo (3,28%) y en las que no se centra en Ningún deporte (4,38%).

Al analizarla por deportes, en esquí, gimnasia y voleibol el 100% de los casos analizados son informaciones en las que aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo*; por encima del 90%: atletismo, tenis, natación y balonmano; golf y otros deportes por encima del 80%; y olimpismo por encima del 79%. Como contrapunto, el fútbol en las que las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' suponen el 76,89% y las que no tratan Ningún deporte en las que las 'Invitadas' suponen el 92,31%.

Tabla 64.- Deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* en el diario *As*

	<i>Ámbito Deportivo</i>		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Tenis	23,4	98,7	1,46	1,3	19,58
Atletismo	17,94	98,73	1,09	1,27	15
Fútbol	4	23,11	63,14	76,89	14,3
Baloncesto	12,86	91,76	5,47	8,24	11,57
Natación	4,85	98,44	0,36	1,56	4,07
Esquí	3,31	100	0	0	2,73
Gimnasia	3,54	100	0	0	2,92
Voleibol	2,69	100	0	0	2,23
Golf	2,16	87,5	1,46	12,5	2,03
Balonmano	4	96,3	0,73	3,7	3,43
Otros deportes	18,48	82,47	18,61	17,53	18,5
Olimpismo	2,69	79,55	3,28	20,45	2,8
Ninguno	0,08	7,69	4,38	92,31	0,83
Total	100	82,58	100	17,42	100

En la tabla 65 se observan las diferencias entre las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo* y las *'Invitadas'* en *Sport*.

En las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* los deportes tenis (36,42%), atletismo (24,34%), esquí (6,04%), natación (5,47%), gimnasia (3,58%), golf (1,89%) y voleibol (0,57%) se sitúan por encima de la media total, también las informaciones sobre otros deportes (11,51%) y olimpismo (3,21%).

En el resto de los deportes son las informaciones en las que aparecen Mujeres *'Invitadas'* las que se sitúan por encima de la media: fútbol (60,78%), baloncesto (1,96%) y balonmano (2,61%), también Ningún deporte (15,69%).

Al analizarla por deportes, en esquí, gimnasia y voleibol el 100% de los casos analizados son informaciones en las que aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo*; por encima del 90%: atletismo, tenis y natación; golf y olimpismo por encima del 80%; baloncesto y otros deportes por encima del 70%. Como contrapunto, el fútbol en las que las informaciones protagonizadas por *'Invitadas'* suponen el 81,58%, balonmano con un 66,67% y las que no tratan Ningún deporte en las que las *'Invitadas'* suponen el 82,76%.

Tabla 65.- Deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* en el diario *Sport*

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Tenis	36,42	97,97	2,61	2,03	28,84
Atletismo	24,34	98,47	1,31	1,53	19,18
Fútbol	3,96	18,42	60,78	81,58	16,69
Baloncesto	1,7	75	1,96	25	1,76
Natación	5,47	96,67	0,65	3,33	4,39
Esquí	6,04	100	0	0	4,69
Gimnasia	3,58	100	0	0	2,78
Voleibol	0,57	100	0	0	0,44
Golf	1,89	83,33	1,31	16,67	1,76
Balonmano	0,38	33,33	2,61	66,67	0,88
Otros deportes	11,51	78,21	11,11	21,79	11,42
Olimpismo	3,21	85	1,96	15	2,93
Ninguno	0,94	17,24	15,69	82,76	4,25
Total	100	77,6	100	22,4	100

En la tabla 66 se observan las diferencias entre las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo* y las 'Invitadas' en *Mundo Deportivo*. En las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* los deportes tenis (23,05%), atletismo (18,73%), baloncesto (12,13%), natación (6,74%), esquí (4,78%), golf (3,84%), voleibol (3,3%) y gimnasia (2,36%) se sitúan por encima de la media total.

El resto de los deportes son las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' las que se sitúan por encima de la media: fútbol (54,55%) y balonmano (1,95%). También las informaciones sobre otros deportes (20,13%), olimpismo (7,79%) y las que no se centran en Ningún deporte (4,55%).

Al analizarla por deportes, en esquí, gimnasia y voleibol el 100% de los casos analizados son informaciones en las que aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo*; por encima del 90%: natación, baloncesto, tenis y golf; balonmano, otros deportes y olimpismo por encima del 80%. Como contrapunto, el fútbol en las que las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' suponen el 70% y las que no tratan Ningún deporte en las que las 'Invitadas' suponen el 100%.

Tabla 66.- Deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* en el diario *Mundo Deportivo*

	<i>Ámbito Deportivo</i>		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Tenis	23,05	98,28	3,9	1,72	21,25
Atletismo	18,73	97,89	3,9	2,11	17,34
Fútbol	2,43	30	54,55	70	7,33
Baloncesto	12,13	98,36	1,95	1,64	11,17
Natación	6,74	99,01	0,65	0,99	6,17
Esquí	4,78	100	0	0	4,33
Gimnasia	2,36	100	0	0	2,14
Voleibol	3,3	100	0	0	2,99
Golf	3,84	98,28	0,65	1,72	3,54
Balonmano	1,68	89,29	1,95	10,71	1,71
Otros deportes	17,32	89,24	20,13	10,76	17,58
Olimpismo	3,64	81,82	7,79	18,18	4,03
Ninguno	0	0	4,55	100	0,43
Total	100	90,6	100	9,4	100

En las tablas 67, 68, 69 y 70 se analizan las diferencias entre los distintos medios según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo de la evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

Los cuatro diarios muestran en todos los deportes grandes variaciones de la frecuencia a lo largo del tiempo, pertenezcan, o no, al Ámbito Deportivo. En las 'Invitadas' lo que predomina en todos los diarios es la inconstancia y la heterogeneidad de la frecuencia de los deportes a lo largo del tiempo (sólo el fútbol es constante en el tiempo en todos).

En la tabla 67 se analiza la evolución de los deportes tratados en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo en el diario *Marca*:

En las de Ámbito Deportivo:

- Ascienden: fútbol, natación, esquí, voleibol, golf, balonmano y olimpismo (aunque en este caso su frecuencia es muy inestable).
- Descienden: tenis, atletismo, baloncesto, gimnasia y otros deportes.
- Las informaciones que no tratan sobre ningún tema únicamente se recogen casos en el segundo lustro del siglo XXI.

En las 'Invitadas':

- Sólo en el fútbol se aprecia continuidad en el tiempo, su frecuencia es claramente ascendente, aunque caracterizada por fuertes subidas y bajadas, su frecuencia más baja 25% a principios de los noventa, y la más alta 75% en el primer lustro del siglo XXI. En el año 2010 suponen el 100% de las informaciones.
- En el resto de los deportes su frecuencia desciende: no se codificó ningún caso en los años 1979 y 2010 y a principios de los noventa.

Tabla 67.- Evolución de los deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** en el diario *Marca*

		MARCA							
TEMAS		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Tenis	12,12	9,52	32,14	21,26	18,96	20,75	10,64	10,34
	Atletismo	21,21	29,63	33,33	29,31	27,01	18,87	28,72	10,34
	Fútbol	0	2,12	1,19	0,57	3,79	6,6	6,38	10,34
	Baloncesto	33,33	17,99	9,52	8,62	9,48	1,89	1,06	13,79
	Natación	3,03	7,94	5,95	2,87	5,21	14,15	6,38	6,9
	Esquí	6,06	5,82	3,57	1,72	5,69	3,77	8,51	0
	Gimnasia	3,03	6,35	3,57	8,05	2,84	2,83	0	0
	Voleibol	3,03	4,23	1,19	1,15	2,37	7,55	7,45	0
	Golf	6,06	0	3,57	0,57	0	2,83	3,19	0
	Balonmano	3,03	3,7	1,19	1,72	0,47	0	1,06	3,45
	Otros deportes	9,09	9,52	4,76	16,67	24,17	19,81	19,15	37,93
	Olimpismo	0	3,17	0	7,47	0	0,94	6,38	6,9
	Ninguno	0	0	0	0	0	0	1,06	0
	\Invitadas\	Tenis	0	0	0	25	10	0	5,56
Atletismo		0	0	0	0	0	0	5,56	0
Fútbol		33,33	44,44	60	25	40	75	55,56	100
Baloncesto		0	0	20	25	0	0	11,11	0
Natación		0	0	0	0	0	0	0	0
Esquí		0	0	0	0	0	0	0	0
Gimnasia		0	0	0	0	0	0	0	0
Voleibol		0	0	0	0	0	0	0	0
Golf		0	0	0	25	0	0	11,11	0
Balonmano		0	0	0	0	20	0	0	0
Otros deportes		0	44,44	20	0	30	25	5,56	0
Olimpismo		33,33	0	0	0	0	0	0	0
Ninguno		33,33	11,11	0	0	0	0	5,56	0

En la tabla 68 se analiza la evolución de los deportes tratados en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo en el diario *As*.

En las de Ámbito Deportivo:

- Ascienen: atletismo, fútbol, natación, otros deportes y esquí (aunque su frecuencia a finales de la primera década del siglo XXI es menor que la de principios de los ochenta).
- Descienden: tenis, baloncesto, gimnasia, voleibol, golf, olimpismo y balonmano.
- En el caso de las informaciones que no tratan sobre ningún tema únicamente se recogen casos en el primer lustro de los años ochenta (0,51%).

En las 'Invitadas':

- atletismo, natación, golf y balonmano se registran de manera excepcional.
- Sólo asciende claramente en el caso de otros deportes.
- El baloncesto también asciende, aunque desciende su frecuencia hasta principios del siglo XXI, cuando desaparece, en el período 2005-2009 (12,9%) se sitúa en su frecuencia más alta.
- Descienden: fútbol (de forma constante); tenis (que aparece y desaparece a lo largo del tiempo); olimpismo (que incluso desaparece en varios períodos). También descienden las informaciones que no tratan de ningún deporte.

Tabla 68.- Evolución de los deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario As

		AS							
TEMAS		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Tenis	29,63	15,74	29,17	28,37	23,83	21,7	12,87	28,57
	Atletismo	11,11	9,64	13,19	19,15	27,46	17,92	27,49	0
	Fútbol	3,7	2,03	2,78	0,35	3,63	10,38	10,53	5,71
	Baloncesto	37,04	20,3	13,54	13,12	9,84	6,6	7,6	5,71
	Natación	3,7	6,09	3,13	4,26	6,74	6,6	4,09	5,71
	Esquí	0	6,09	1,04	0,35	5,18	4,72	7,02	0
	Gimnasia	0	4,57	5,21	4,61	3,11	0,94	1,17	0
	Voleibol	0	3,05	3,13	3,19	1,55	2,83	1,75	5,71
	Golf	0	2,54	3,82	1,06	0,52	4,72	1,17	2,86
	Balonmano	0	5,08	4,17	7,09	3,11	1,89	0	5,71
	Otros deportes	14,81	16,24	20,14	16,67	13,99	16,98	23,98	37,14
	Olimpismo	0	8,12	0,69	1,77	1,04	4,72	2,34	2,86
	Ninguno	0	0,51	0	0	0	0	0	0
	'Invitadas'	Tenis	0	2,44	0	2,7	3,33	0	1,61
Atletismo		0	2,44	0	2,7	0	0	0	9,09
Fútbol		72,73	75,61	66,67	59,46	50	72,5	56,45	45,45
Baloncesto		9,09	2,44	4,76	5,41	3,33	0	12,9	0
Natación		0	0	0	0	0	0	1,61	0
Esquí		0	0	0	0	0	0	0	0
Gimnasia		0	0	0	0	0	0	0	0
Voleibol		0	0	0	0	0	0	0	0
Golf		0	4,88	0	0	0	2,5	0	9,09
Balonmano		0	0	0	0	6,67	0	0	0
Otros deportes		18,18	9,76	14,29	10,81	33,33	15	25,81	27,27
Olimpismo		0	2,44	9,52	2,7	0	7,5	0	0
Ninguno		0	0	4,76	16,22	3,33	2,5	1,61	9,09

En la tabla 69 se analiza la evolución de los deportes tratados en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo en el diario *Sport*.

En las de Ámbito Deportivo:

- Ascenden: atletismo (la mayor subida), fútbol (con marcados picos de sierra), natación, el esquí y el golf.
- Descienden: tenis (el mayor descenso), baloncesto, voleibol y gimnasia (desaparecen en el último período); también golf, olimpismo, este último desciende claramente, casi desaparece.
- En el caso del balonmano sólo hay casos en los primeros años analizados y en el caso de las informaciones donde no se habla de deporte sólo hay casos en el segundo lustro del siglo XXI.
- otros deportes se mantienen en el tiempo, pero su comportamiento es muy heterogéneo (con fuertes subidas y bajadas de más de diez puntos).

En las 'Invitadas':

- Sólo en el caso del fútbol se codifican informaciones todos los años, su frecuencia es descendente pero caracterizada por fuertes subidas y bajadas, marca su frecuencia más baja a finales de los noventa (31,25%), y las más altas a principios de la misma década (77,78%) y en el año 2010 (80%).
- Aumenta otros deportes (cierto es que no se codificó ningún caso en el período de finales de los ochenta).
- Las informaciones que no tratan ningún deporte descienden a lo largo del tiempo, desaparece en varios períodos.
- atletismo, natación, baloncesto, golf y balonmano, olimpismo se registran de manera excepcional.
- tenis aparece a finales de los ochenta, con un 22,22%, y a finales de los noventa se recogen los últimos casos, con un 7,14%, luego desaparece de nuevo.

Tabla 69.- Evolución de los deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario *Sport*

		<i>SPORT</i>							
TEMAS		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Tenis	41,67	20,83	53,85	40,65	43,97	44,59	8,89	53,33
	Atletismo	0	10,42	17,31	20,33	27,59	20,27	45,56	13,33
	Fútbol	0	4,17	0	0,81	6,03	1,35	6,67	26,67
	Baloncesto	0	12,5	0	0,81	0	2,7	0	0
	Natación	8,33	8,33	3,85	2,44	3,45	10,81	6,67	6,67
	Esquí	0	6,25	7,69	3,25	6,9	5,41	10	0
	Gimnasia	0	4,17	3,85	8,94	1,72	2,7	0	0
	Voleibol	0	0	3,85	0	0	1,35	0	0
	Golf	8,33	2,08	0	0,81	2,59	4,05	1,11	0
	Balonmano	8,33	2,08	0	0	0	0	0	0
	Otros deportes	33,33	8,33	7,69	21,14	6,03	5,41	13,33	0
	Olimpismo	0	20,83	1,92	0,81	1,72	1,35	2,22	0
	Ninguno	0	0	0	0	0	0	5,56	0
	'Invitadas'	Tenis	0	0	0	22,22	6,25	7,14	0
Atletismo		0	0	0	0	0	7,14	0	10
Fútbol		66,67	67,8	47,06	77,78	31,25	50	64	80
Baloncesto		0	0	0	0	6,25	0	8	0
Natación		0	1,69	0	0	0	0	0	0
Esquí		0	0	0	0	0	0	0	0
Gimnasia		0	0	0	0	0	0	0	0
Voleibol		0	0	0	0	0	0	0	0
Golf		0	0	0	0	0	7,14	4	0
Balonmano		0	0	5,88	0	18,75	0	0	0
Otros deportes		33,33	3,39	17,65	0	18,75	28,57	12	10
Olimpismo		0	3,39	5,88	0	0	0	0	0
Ninguno		0	23,73	23,53	0	18,75	0	12	0

En la tabla 70 se analiza la evolución de los deportes tratados en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo en el diario *Mundo Deportivo*.

En las de Ámbito Deportivo:

- Ascienden: atletismo, fútbol, baloncesto, esquí (con fuertes subidas y bajadas asciende solo unas décimas), balonmano (aunque es ascendente se produce un retroceso en el último período de casi dos puntos) y otros deportes (asciende casi diez puntos).
- Descienden: tenis, natación, golf, gimnasia (en el siglo XXI casi desaparece), voleibol (con una frecuencia heterogénea sólo desciende unas décimas) y el olimpismo.
- No se han analizado casos de informaciones que no tratan ningún deporte.

En las 'Invitadas':

- Sólo en el caso del fútbol se codifican informaciones todos los años, su frecuencia es ascendente, con una media en el siglo XXI del 66,5%; en el año 2010 suponen el 88,89% de las informaciones.
- Descienden: otros deportes y olimpismo. También tenis y atletismo (se recogen casos desde los ochenta a principios de los noventa; desaparecen en años sucesivos y aparecen de nuevo en el segundo lustro del siglo XXI, pero su frecuencia es menor).
- golf, balonmano, baloncesto y natación se registran de manera excepcional.
- Las informaciones que no tratan ningún deporte ascienden unas décimas pero su comportamiento es heterogéneo, aparecen y desaparecen a lo largo de los años.

Tabla 70.- Evolución de los deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* en el diario *Mundo Deportivo*

		MUNDO DEPORTIVO							
TEMAS		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Tenis	31,58	19,91	26,91	30,36	23,4	22,91	11,88	18,18
	Atletismo	10,53	16,67	16,94	19,03	24,15	13,41	23,76	10,91
	Fútbol	5,26	0,46	1	1,21	2,26	3,35	6,93	3,64
	Baloncesto	0	12,04	13,95	9,31	8,3	13,97	15,84	18,18
	Natación	5,26	10,19	4,98	5,26	5,66	10,06	4,46	12,73
	Esquí	5,26	7,87	2,33	2,02	7,55	2,79	7,92	0
	Gimnasia	15,79	1,85	1,66	6,07	1,89	0,56	0,99	0
	Voleibol	0	3,7	5,65	0,81	1,51	4,47	3,47	5,45
	Golf	10,53	4,17	7,97	1,21	2,26	3,35	2,97	1,82
	Balonmano	0	2,31	1	0,81	2,26	3,35	1,49	0
	Otros deportes	15,79	10,19	16,28	17,81	17,74	20,67	19,31	29,09
	Olimpismo	0	10,65	1,33	6,07	3,02	1,12	0,99	0
	Ninguno	0	0	0	0	0	0	0	0
	\Invitadas\	Tenis	0	5,88	3,33	14,29	0	0	4,35
Atletismo		0	5,88	3,33	9,52	0	0	8,7	0
Fútbol		100	41,18	30	42,86	64,29	68	65,22	88,89
Baloncesto		0	0	0	4,76	0	4	4,35	0
Natación		0	0	0	0	3,57	0	0	0
Esquí		0	0	0	0	0	0	0	0
Gimnasia		0	0	0	0	0	0	0	0
Voleibol		0	0	0	0	0	0	0	0
Golf		0	0	0	0	0	4	0	0
Balonmano		0	0	3,33	0	7,14	0	0	0
Otros deportes		0	17,65	36,67	19,05	17,86	20	8,7	11,11
Olimpismo		0	23,53	23,33	0	0	4	0	0
Ninguno		0	5,88	0	9,52	7,14	0	8,7	0

8.5. LAS MUJERES NI ENTRENAN NI DIRIGEN

En la tabla 72 se observa el porcentaje total de las informaciones en las que aparecen Mujeres según el tema central: el más frecuente es competición (57,56%), seguido por la información sobre deportistas (23,93%) y actos relacionados con la competición (3,17%). Las variables otros temas de ámbito deportivo (7,77%) y otros temas de 'invitados' (7,03%) recogen los demás temas tratados en la prensa deportiva pero que no suponen más de un 2% del cómputo global de las informaciones protagonizadas por (tabla 71¹²²).

Tabla 71.- Porcentajes de los diferentes temas tratados en las informaciones en las que aparecen Mujeres agrupados en las variables: "otros temas de ámbito deportivo" y "otros temas 'invitados'"

otros temas de ámbito deportivo		otros temas 'invitados'	
Normativa propia	1,27	Otros	0,98
Salud	1,25	Eventos no deportivos	0,98
Federaciones, Instituciones deportivas	1,09	Medios de comunicación	0,88
Equipo técnico	1,07	Aficionados	0,78
Equipo directivo	1,03	Celebridades / famosos	1,97
Deportistas retiradas	0,53	Política, legislación	1,44
Entrenamiento	0,45	TOTAL	7,03
Árbitras	0,37		
Instalaciones; material deportivo	0,35		
Financiación	0,18		
Patrocinio	0,14		
Tecnología / Investigación	0,04		
TOTAL	7,77		

Queda claro que las Mujeres apenas entrenan ni dirigen clubes, federaciones o comités, tampoco es frecuente la información de Mujeres sobre arbitraje. Lo frecuente es que sean los Hombres los que entrenen, dirijan y arbitren a las Mujeres, la realidad "mediática", en estos casos, si se corresponde con la realidad "real" (marco teórico).

En el caso de las informaciones centradas en aficionadas su frecuencia es muy baja. Está claro que la mayoría de las Mujeres 'Invitadas' son aficionadas y famosas, pero en general aparecen asociadas a informaciones protagonizadas por deportistas

¹²² En la tabla 71 se observa que las informaciones agrupadas en la categoría otros temas de Ámbito Deportivo son: la normativa propia, salud, federaciones, instituciones deportivas, equipo técnico, equipo directivo, Deportistas retirados, entrenamiento, árbitros, instalaciones; material deportivo, financiación, patrocinio y la tecnología e investigación. Las informaciones agrupadas en la categoría otros temas 'invitados' son: eventos no deportivos, medios de comunicación, aficionados, celebridades y famosos, política, legislación y otros.

Hombres o como espectadoras de actos competitivos, por lo que aparecen como “decoración” y no como parte central de la información.

En la tabla 72 se observan los temas de las informaciones diferenciando entre las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* y las *‘Invitadas’*.

Tabla 72.- Distribución de los temas de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*

TEMAS	<i>Ámbito Deportivo</i>		<i>‘Invitadas’</i>		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Competición	64,8	97,72	9,94	2,28	57,56
Deportistas	22,8	82,69	31,37	17,31	23,93
Actos relacionados con la competición	6,87	76,78	13,66	23,22	7,77
Otros temas de ámbito deportivo	2,15	26,53	39,13	73,47	7,03
Otros temas <i>‘invitados’</i>	3,38	79,01	5,9	20,99	3,71
TOTAL	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 72 muestran que en las informaciones en las que aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo* competición (64,8%) es el tema más frecuente, seguido de deportistas (22,8%), actos relacionados con la competición (6,87%), otros temas de *‘invitados’* (3,38%) y otros temas de ámbito deportivo (2,15%). En el caso de las en las que aparecen Mujeres *‘Invitadas’*, el tema más frecuente es otros temas *‘invitados’* (39,13%), seguido de deportistas (31,37%), otros temas de ámbito deportivo (13,66%), competición (9,94%) y, por último, actos relacionados con la competición (5,9%).

Al analizar la tabla 72 por tipo de tema tratado, las informaciones en las que aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo* centradas en competición se sitúan por encima de la media general, en el resto de temas son las *‘Invitadas’* las que superan la media, fundamentalmente en otros temas de ámbito deportivo.

Los datos de la tabla 72 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y Tema ($\chi^2 (4, N=4877) = 1439,107, p=.001$).

En la tabla 73 se puede observar la evolución de los temas diferenciando entre las informaciones en las que las Mujeres pertenecen al *Ámbito Deportivo* y las *‘Invitadas’*.

En las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo* el tema competición predomina claramente a lo largo del tiempo por encima de los demás. Sin embargo, su tendencia es claramente a la baja, a favor, fundamentalmente, de las informaciones sobre deportistas. En concreto, aumentan su frecuencia deportistas, otros temas de *ámbito deportivo* y otros temas '*invitados*' en detrimento de competición y actos relacionados con la competición.

Respecto a las informaciones en las que aparecen Mujeres '*Invitadas*' el tema que domina en las informaciones son otros temas de '*Invitadas*', aunque a lo largo del tiempo se alterna con deportistas. Así, la frecuencia de las informaciones sobre otros temas de '*Invitadas*' marca una tendencia al ascenso pero con un comportamiento heterogéneo.

En concreto, mientras las informaciones en las que aparecen Mujeres de *Ámbito Deportivo* disminuyen su presencia en informaciones sobre competición, aumentan en deportistas, otros temas de *ámbito deportivo* y en otros '*invitados*'. Las en las que aparecen Mujeres '*Invitadas*' disminuyen su presencia en informaciones sobre otros temas de *ámbito deportivo* a favor de otros '*invitados*'. Se confirma una gran presencia y constante de las '*Invitadas*' en el tema deportistas, como familiares, aficionadas y famosas.

Tabla 73.- Evolución de los temas tratados en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010	
<i>Ámbito Deportivo</i>	Competición	71,43	67,85	74,34	67,92	63,44	56,13	52,6	63,43
	Deportistas	12,09	17,08	17,52	23	23,95	29,25	32,5	15,67
	Actos relacionados con la competición	3,3	5,38	2,07	1,45	4,2	4,95	2,87	4,48
	Otros temas de <i>ámbito deportivo</i>	8,79	7,54	4,97	5,93	6,75	7,53	8,26	11,19
	Otros temas ' <i>invitados</i> '	4,4	2,15	1,1	1,69	1,66	2,15	3,77	5,22
<i>'Invitadas'</i>	Competición	5,56	8,73	13,83	14,08	13,1	6,59	7,81	6,25
	Deportistas	33,33	21,43	34,04	36,62	39,29	34,07	29,69	28,13
	Actos relacionados con la competición	0	3,97	14,89	4,23	7,14	6,59	3,13	0
	Otros temas de <i>ámbito deportivo</i>	33,33	15,87	12,77	18,31	7,14	16,48	6,25	25
	Otros temas ' <i>invitados</i> '	27,78	50	24,47	26,76	33,33	36,26	53,13	40,63

8.5.1. EN *SPORT* APUESTAN POR DEPORTISTAS, EL RESTO SE CENTRA EN COMPETICIÓN

En la tabla 74 se observa la frecuencia global de los temas tratados en las informaciones en las que aparecen Mujeres en los cuatro diarios deportivos.

El tema competición es el tema más frecuente en tres de los cuatro diarios. *As* (66,82%) es el diario en el que más informaciones de este tipo se publican, seguido de *Mundo Deportivo* (64,22%), y *Marca* (54,73%), por debajo de la media total. *Sport* (24,30%) es el único diario es el segundo tema.

El tema deportistas es el segundo más frecuente, excepto en *Sport* que es el primer tema. Así la frecuencia en el diario *Sport* (50,81%) es la más elevada, seguida de *Marca* (29,70%). Por debajo de la media *Mundo Deportivo* (18,56%) y *As* (14,24%).

El tercer tema, otros temas de ámbito deportivo es más frecuente en *Mundo Deportivo* (8,97%), seguido de *As* (8,58%), ambos por encima de la media. En *Marca* (6,41%) y *Sport* (4,98%) ocupa el cuarto puesto.

Otros temas 'invitados' es más frecuente en el diario *Sport* (15,96%), seguido de *As* (7,95%) y, por debajo de la media, *Mundo Deportivo* (4,27%) y *Marca* (3,97%).

El tema actos relacionados con la competición, el tema menos frecuente, en tres de los cuatro diarios. *Marca* (5,19%) es el diario en el que más informaciones de este tipo se publican, por delante de otros temas de ámbito deportivo. Seguido de *Mundo Deportivo* (3,97%), *Sport* (3,95%) y *As* (2,42%), este último por debajo de la media.

Los datos de globales de la tabla 74 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Tema y Medio ($\chi^2(12, N=4877) = 606,972, p=.001$).

En la misma tabla 74, se analizan los temas de las informaciones diferenciando entre las en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo y las 'Invitadas' en los cuatro diarios.

En *Marca* el tema más frecuente de las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo es competición (57,5%), seguido de deportistas (28,91%), otros temas de ámbito deportivo (6,09%), actos relacionados con la competición (5,22%) y otros temas de 'Invitadas' (2,28%). En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' el tema más frecuente es deportistas (41,27%), seguido de otros temas de 'Invitadas' (28,57%), competición

(14,29%), otros temas de ámbito deportivo (11,11%) y, por último, actos relacionados con la competición (4,76%).

En el diario *As* el tema más frecuente en las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo es la competición (78,29%), seguido de deportistas (10,62%), otros temas de ámbito deportivo (6,93%), actos relacionados con la competición (2,16%) y, por último, otros temas de 'Invitadas' (2%). En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' el tema más frecuente es otros temas de 'Invitadas' (36,13%), seguido de deportistas (31,39%), otros temas de ámbito deportivo (16,42%), competición (12,41%) y, por último, actos relacionados con la competición (3,65%).

En *Sport* se observa que el tema más frecuente en las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo es deportistas (56,79%), seguido de competición (30,75%), otros temas de 'Invitadas' (5,09%), otros temas de ámbito deportivo (4,34%) y, por último, actos relacionados con la competición (3,02%). En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' el tema más frecuente es otros temas 'invitados' (53,59%), deportistas (30,07%), otros temas de ámbito deportivo (7,19%) y actos relacionados con la competición (7,19%), con la misma frecuencia, y competición (1,96%), la menos frecuente.

En *Mundo Deportivo* el tema más frecuente en las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo es competición (69,68%), seguido de deportistas (17,52%), otros temas de ámbito deportivo (8,22%), actos relacionados con la competición (3,44%) y otros temas de 'Invitadas' (1,15%). En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' el tema más frecuente es otros temas de 'Invitadas' (34,42%), le sigue deportistas (28,57%), otros temas de ámbito deportivo (16,23%), competición (11,69%) y, en último lugar, actos relacionados con la competición (9,09%).

Se puede afirmar que en las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo el tema competición es el más frecuente en *Marca*, *As* y *Mundo Deportivo*, mientras que en *Sport* es deportistas. En el caso de las 'Invitadas' el tema más frecuente en otros temas 'invitados' en *As*, *Sport* y *Mundo Deportivo*, pero en *Marca* es deportistas.

Tabla 74.- Temas tratados en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio de comunicación

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
MARCA	Competición	57,5	98,33	14,29	1,67	54,73
	Deportistas	28,91	91,1	41,27	8,9	29,7
	Actos relacionados con la competición	5,22	94,12	4,76	5,88	5,19
	Otros de ámbito deportivo	6,09	88,89	11,11	11,11	6,41
	Otros 'invitados'	2,28	53,85	28,57	46,15	3,97
	Total	100	93,59	100	6,41	100
AS	Competición	78,29	96,76	12,41	3,24	66,82
	Deportistas	10,62	61,61	31,39	38,39	14,24
	Actos relacionados con la competición	2,16	73,68	3,65	26,32	2,42
	Otros de ámbito deportivo	6,93	66,67	16,42	33,33	8,58
	Otros 'invitados'	2	20,8	36,13	79,2	7,95
	Total	100	82,58	100	17,42	100
SPORT	Competición	30,75	98,19	1,96	1,81	24,3
	Deportistas	56,79	86,74	30,07	13,26	50,81
	Actos relacionados con la competición	3,02	59,26	7,19	40,74	3,95
	Otros de ámbito deportivo	4,34	67,65	7,19	32,35	4,98
	Otros 'invitados'	5,09	24,77	53,59	75,23	15,96
	Total	100	77,6	100	22,4	100
MUNDO DEPORTIVO	Competición	69,68	98,29	11,69	1,71	64,22
	Deportistas	17,52	85,53	28,57	14,47	18,56
	Actos relacionados con la competición	3,44	78,46	9,09	21,54	3,97
	Otros de ámbito deportivo	8,22	82,99	16,23	17,01	8,97
	Otros 'invitados'	1,15	24,29	34,42	75,71	4,27
	Total	100	90,6	100	9,4	100

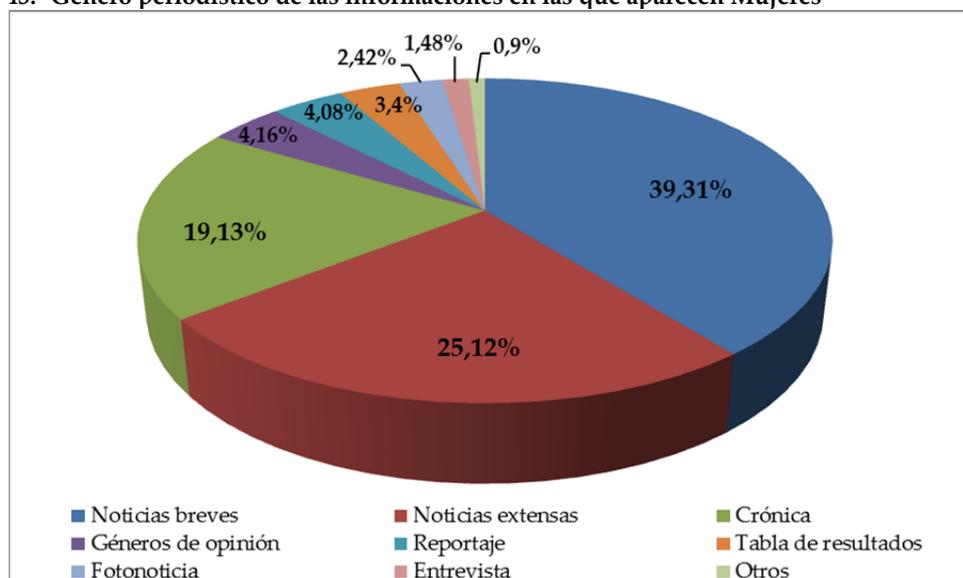
Los datos de la tabla 74 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al **Ámbito Deportivo** y Tema en: *As* ($\chi^2(4, N=1573) = 573,034$, $p=.001$), *Sport* ($\chi^2(4, N=683) = 239,353$, $p=.001$) y *Mundo Deportivo* ($\chi^2(4, N=1638) = 464,832$, $p=.001$).

8.6. CLARO PREDOMINIO DE LAS INFORMACIONES BREVES: LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

En la figura 43 se observa el porcentaje general del género periodístico de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

- El género periodístico que prima es la información (64,41%) pero, al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, las informaciones en las que aparecen Mujeres predominan las breves (39,31%) sobre las extensas (25,12%).
- El porcentaje de la crónica, género deportivo por excelencia, es de un 19,13%.
- Los géneros de opinión suponen un 4,16%, incluye el editorial (0,06%) debido a su baja frecuencia.
- El resto de las informaciones se presentan como reportajes en un 4,08%, como tabla de resultados en un 3,4%, como fotonoticia en un 2,42% y como entrevista en un 1,48%.
- Otros géneros, que representa un 0,9% de los casos, agrupa diferentes géneros: perfil (0,12%), tira cómica o viñeta (0,06%) y necrológica (0,06%).

Figura 43.- Género periodístico de las informaciones en las que aparecen Mujeres



8.6.1. PRIMA LA INFORMACIÓN, PERO EN LAS 'INVITADAS' ES MÁS EXTENSA

En la tabla 75 se observa la distribución de los géneros periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo, el género que prima es la información (66,22%), pero al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, predominan las breves (41,91%) sobre las extensas (24,31%). Le sigue la crónica (21,17%), tabla de resultados (3,92%), reportaje (3,73%), géneros de opinión (1,8%), la entrevista (1,23%), fotonoticia (1,09%) y otros (0,85%).

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' el género que prima también es la información (52,63%), pero al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, en este caso predominan las extensas (30,43%) sobre las breves (24,31%). Le sigue los géneros de opinión (19,72%) y la fotonoticia (11,18%), muy por detrás el reportaje (6,37%), la crónica (5,75%), la entrevista (3,11%) y otros géneros (0,85%), como es lógico no hay tablas de resultados que cumplan estas características.

Tabla 75.- Géneros periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Noticias breves	41,91	92,54	22,2	7,46	39,31
Noticias extensas	24,31	84	30,43	16	25,12
Crónica	21,17	96,03	5,75	3,97	19,13
Géneros de opinión	1,8	37,44	19,72	62,56	4,16
Reportaje	3,73	79,4	6,37	20,6	4,08
Tabla de resultados	3,92	100	0	0	3,4
Fotonoticia	1,09	38,98	11,18	61,02	2,42
Entrevista	1,23	72,22	3,11	27,78	1,48
Otros	0,85	81,82	1,24	18,18	0,9
Total	100	86,8	100	13,2	100

Al analizar la tabla 75 según el género periodístico de las informaciones en la mayoría de los casos predominan las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo sobre las 'Invitadas', pero en fotonoticia y géneros de opinión predominan las informaciones protagonizadas por 'Invitadas'

En la tabla 76 se analiza la evolución de los géneros periodísticos en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.

Tabla 76.- Evolución de los géneros periodísticos en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010	
Ámbito Deportivo	Noticias breves	34,07	29,54	39,03	42,37	47,52	41,94	49,37	55,97
	Noticias extensas	23,08	29,85	26,9	23,37	18,6	28,17	23,34	14,18
	Crónica	32,97	27,69	27,45	26,03	18,47	12,9	8,8	13,43
	Géneros de opinión	0	1,38	0,83	0,48	1,4	3,44	5,03	1,49
	Reportaje	2,2	4,15	2,34	3,87	3,95	4,3	5,21	0
	Tabla de resultados	2,2	1,23	1,1	1,33	8,28	5,16	5,57	12,69
	Fotonoticia	0	2	0,55	0,24	1,02	2,58	1,08	0,75
	Entrevista	2,2	2,46	1,66	0,48	0,38	1,29	1,26	1,49
	Otros	3,3	1,69	0,14	1,82	0,38	0,22	0,36	0
'Invitadas'	Noticias breves	16,67	18,25	7,45	12,68	30,95	36,26	25	31,25
	Noticias extensas	22,22	16,67	27,66	28,17	33,33	47,25	35,16	28,13
	Crónica	0	3,17	6,38	9,86	11,9	1,1	6,25	3,13
	Géneros de opinión	33,33	47,62	34,04	23,94	3,57	1,1	6,25	0
	Reportaje	5,56	3,17	14,89	14,08	4,76	2,2	3,13	6,25
	Tabla de resultados	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fotonoticia	5,56	5,56	8,51	7,04	9,52	8,79	21,09	25
	Entrevista	5,56	4,76	1,06	4,23	4,76	3,3	0,78	3,13
	Otros	11,11	0,79	0	0	1,19	0	2,34	3,13

Como se observa en la tabla 76, la tendencia del género información en las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo es ascendente:

- Aumentan: las noticias breves (claramente), géneros de opinión, tablas de resultados y reportaje (el que menos).
- Disminuyen: las noticias extensas, la crónica (donde se produce el mayor descenso), y los géneros entrevista, fotonoticia y otros géneros en los tres casos el descenso es en torno a un punto).

En las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' la tendencia del género información también es ascendente:

- Aumentan: las noticias extensas (donde se produce el mayor aumento), las noticias breves, fotonoticia (con un aumento notable), la crónica, y otros géneros periodísticos (el que menos)

- Disminuyen: géneros de opinión (los que más disminuyen y de manera consecutiva), la entrevista (caracterizada con grandes subidas y bajadas) y el reportaje (el que menos)

8.6.1.1. LAS 'INVITADAS', REINAS DE LA FOTONOTICIA EN LOS CUATRO DIARIOS

En la tabla 77 se observa el porcentaje del género periodístico de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medio de comunicación.

En general, en las informaciones en las que aparecen Mujeres se observa que:

- El género periodístico que prima en todos los diarios es la información: *Sport* (72,77%) es el que más lo utiliza, seguido de *As* (68,79%); *Mundo Deportivo* (61,60%); y *Marca* (56,36%). Al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas las diferencias entre medios se hacen más notables:
 - Las breves son más habituales en *Mundo Deportivo* (46,95%); le sigue *As* (38,78%); *Marca* (34,18%); y *Sport* (29,58%).
 - Las extensas lo son en *Sport* (43,19%); seguido de *As* (30,01%); *Marca* (22,18%); y *Mundo Deportivo* (14,65%).
- La crónica es mucho más habitual en *Marca* (28,99%) y *Mundo Deportivo* (26,92%) que en *As* (9,35%) y *Sport* (8,78%).
- Los géneros de opinión, por el contrario, abundan más en *As* (7,31%) y *Sport* (7,17%) que en *Marca* (2,44%) y *Mundo Deportivo* (0,92%).
- El reportaje es más frecuente en *Sport* (6,88%), seguido de *Marca* (4,17%) y *As* (4,01%) y menos en *Mundo Deportivo* (2,93%).
- Las tablas de resultados abundan más en *Mundo Deportivo* (5,25%), le sigue *Marca* (3,76%) y *As* (2,54%), en *Sport* (0,44%) apenas existen.
- La fotonoticia es más abundante en *As* (3,56%) y *Sport* (2,49%), seguidos de *Marca* (1,93%) y *Mundo Deportivo* (1,59%).
- La frecuencia de la entrevista es mayor en *As* (2,42%) y *Marca* (1,83%), y menor en *Sport* (0,73%) y *Mundo Deportivo* (0,67%).
- La frecuencia de otros géneros periodísticos es casi inapreciable en *Mundo Deportivo* (0,12%), *Marca* (0,51%) y *Sport* (0,73%), predomina en *As* (2,03%).

Tabla 77.- Géneros periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total	
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	
MARCA	Noticias breves	35	95,83	22,22	4,17	34,18
	Noticias extensas	20,76	87,61	42,86	12,39	22,18
	Crónica	30,54	98,6	6,35	1,4	28,99
	Géneros de opinión	2,28	87,5	4,76	12,5	2,44
	Reportaje	4,13	92,68	4,76	7,32	4,17
	Tabla de resultados	4,02	100	0	0	3,76
	Fotonoticia	1,41	68,42	9,52	31,58	1,93
	Entrevista	1,74	88,89	3,17	11,11	1,83
	Otros	0,11	20	6,35	80	0,51
Total	100	93,59	100	6,41	100	
AS	Noticias breves	43,96	93,61	14,23	6,39	38,78
	Noticias extensas	30,64	84,32	27,01	15,68	30,01
	Crónica	10,85	95,92	2,19	4,08	9,35
	Géneros de opinión	2,23	25,22	31,39	74,78	7,31
	Reportaje	3,62	74,6	5,84	25,4	4,01
	Tabla de resultados	3,08	100	0	0	2,54
	Fotonoticia	1,15	26,79	14,96	73,21	3,56
	Entrevista	2,08	71,05	4,01	28,95	2,42
	Otros	2,39	96,88	0,36	3,13	2,03
Total	100	82,58	100	17,42	100	
SPORT	Noticias breves	30	78,71	28,1	21,29	29,58
	Noticias extensas	46,42	83,39	32,03	16,61	43,19
	Crónica	10,94	96,67	1,31	3,33	8,78
	Géneros de opinión	2,45	26,53	23,53	73,47	7,17
	Reportaje	6,98	78,72	6,54	21,28	6,88
	Tabla de resultados	0,57	100	0	0	0,44
	Fotonoticia	1,32	41,18	6,54	58,82	2,49
	Entrevista	0,57	60	1,31	40	0,73
	Otros	0,75	80	0,65	20	0,73
Total	100	77,6	100	22,4	100	
MUNDO DEPORTIVO	Noticias breves	48,65	93,89	30,52	6,11	46,95
	Noticias extensas	13,07	80,83	29,87	19,17	14,65
	Crónica	28,03	94,33	16,23	5,67	26,92
	Géneros de opinión	0,88	86,67	1,3	13,33	0,92
	Reportaje	2,43	75	7,79	25	2,93
	Tabla de resultados	5,8	100	0	0	5,25
	Fotonoticia	0,74	42,31	9,74	57,69	1,59
	Entrevista	0,4	54,55	3,25	45,45	0,67
	Otros	0	0	1,3	100	0,12
Total	100	90,6	100	9,4	100	

Los datos de la tabla 77 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género Periodístico y Medio ($\chi^2(24, N=4877) = 671,550, p=.001$).

Al analizar la distribución de los géneros periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo se observan diferencias a la hora de la utilización del género periodístico según el medio de comunicación (tabla 77).

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo:

- En *Marca* el género periodístico que prima es la información (55,76%), pero al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, predominan las breves (35%) sobre las extensas (20,76%), es más la crónica (30,54%) se sitúa en segundo lugar. Le sigue reportaje (4,13%), tabla de resultados (4,02%), géneros de opinión (2,28%), entrevista (1,74%), fotonoticia (1,41%) y otros géneros (0,11%).
- En *As* el género periodístico que prima es la información (74,6%), pero al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, predominan las breves (43,96%) sobre las extensas (30,64%). Le sigue crónica (10,85%), reportaje (3,62%), tabla de resultados (3,08%), otros géneros (2,39%), géneros de opinión (2,23%), entrevista (2,08%) y fotonoticia (1,15%).
- En *Sport* el género periodístico que prima es la información (76,42%), pero al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, predominan las extensas (46,42%) sobre las breves (30%), solo ocurre en este diario. Le sigue crónica (10,94%), reportaje (6,98%), géneros de opinión (2,45%), fotonoticia (1,32%) y por debajo del 1%, otros géneros (0,75%), tabla de resultados (0,57%) y entrevista (0,57%).
- En *Mundo Deportivo* el género periodístico que prima es la información (61,72%), pero al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, predominan las breves (48,65%) sobre las extensas (13,07%), es más crónica (28,03%) se sitúa en segundo lugar. Le sigue tabla de resultados (5,8%) y reportaje (2,43%). Por debajo de 1%, géneros de opinión (0,88%), fotonoticia (0,74%) y entrevista (0,4%). no se registran casos de otros géneros.

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas':

- En *Marca* el género periodístico que prima es la información (65,08%), pero al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, en este caso

predominan las extensas (42,86%) sobre las breves (22,22%). Le sigue fotonoticia (9,52%), crónica (6,35%) y otros géneros (6,35%), géneros de opinión (4,76%) y reportaje (4,76%) y, por último, entrevista (3,17%).

- En *As* el género periodístico que prima también es la información (41,24%), pero al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, en este caso predominan las extensas (27,01%) sobre las breves (14,23%), es más géneros de opinión (31,39%) son los que más predominan. La frecuencia de fotonoticia (14,96%) se sitúa en tercer lugar, supera a los breves. Les siguen reportaje (5,84%), entrevista (4,01%), crónica (2,19%) y, por último, otros géneros (0,36%).
- En *Sport* el género periodístico que prima, como no podría ser de otra manera, es la información (60,13%). Al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, igual que ocurría en las pertenecientes al Ámbito Deportivo, las extensas (32,03%) predominan sobre las breves (28,1%). Le sigue géneros de opinión (23,53%), reportaje (6,54%) y fotonoticia (6,54%), crónica (1,31%) y entrevista (1,31%) y, por último, otros géneros (0,65%).
- En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' en el diario *Mundo Deportivo* el género periodístico que prima, también es la información (60,39%), al diferenciar entre noticias breves y noticias extensas, predominan las breves (30,52%) sobre las extensas (29,87%). Les siguen crónica (16,23%), fotonoticia (9,74%), reportaje (7,79%), entrevista (3,25%), y, por último, géneros de opinión (1,3%) y otros géneros (1,3%).

Al analizar la tabla 77 por géneros periodísticos se observan diferencias entre los cuatro medios. Los géneros periodísticos de las informaciones de Ámbito Deportivo que se sitúan por encima de la media son respecto a las 'Invitadas' son:

- En el diario *Marca*: noticias breves, crónica y tabla de resultados.
- En el diario *As*: noticias breves, extensas, crónica, otros y tabla de resultados.
- En el diario *Sport*: noticias breves, extensas, crónica, reportaje, otros y tabla de resultados.
- En el diario *Mundo Deportivo*: noticias breves, crónica y tabla de resultados.

En el resto de los géneros periodísticos son las 'Invitadas' las que se sitúan por encima de la media.

En la tabla 78 se observa la evolución de los géneros periodísticos en las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.

El género información asciende a lo largo del tiempo en todos los diarios menos en *As*, en el que claramente desciende. El diario en el que más crecen en este tipo de informaciones es *Sport*, le siguen *Mundo Deportivo* y *Marca*. Al diferenciar entre noticias breves y extensas la cosa cambia, fundamentalmente en el caso de las extensas:

- En el diario *Sport* las noticias breves (37,5%) predominan a principios de los ochenta sobre las noticias extensas (29,17%); a finales de los ochenta las extensas aumentan y, a partir de ese momento y hasta el final del análisis, su frecuencia se mantiene por encima de las breves, de manera que a finales de la primera década las extensas suponen un 54,44% y las breves un 36,67%.
- En *Mundo Deportivo* las extensas (27,31%) predominan a principios de los ochenta sobre las noticias breves (25%), en este caso únicamente dos puntos; a finales de los ochenta las breves aumentan y, a partir de ese momento y hasta el final del análisis, su frecuencia aumenta manteniéndose muy por encima de las extensas, de manera que a finales de la primera década las breves suponen un 58,42% y las extensas un 11,88%.
- En *Marca* las noticias breves predominan sobre las extensas en todos los períodos excepto en el comprendido entre los años 2000-2004 (breves: 27,36%; extensas: 34,91%), sin embargo en el siguiente período las frecuencias vuelven a distanciarse a favor de las breves (breves: 43,62%; extensas: 18,09%).
- En *As* las noticias extensas (41,62%) predominan a principios de los ochenta sobre las noticias breves (36,04%); a finales de los ochenta las breves aumentan y continúan así hasta finales de la primera década del siglo XXI, con un 48,54%; por el contrario las extensas disminuyen y a finales de la primera década del siglo XXI su frecuencia se sitúa en un 23,39%.

El resto de los géneros:

- En *Marca* se comportan de manera heterogénea, con la excepción la crónica, son inconstantes en el tiempo:
 - Aumentan: tabla de resultados, reportaje, géneros de opinión, fotonoticia y otros géneros (solo se recogen casos en el período 2005-2009: un 1,06%)
 - Descienden: crónica, entrevista
- En *As*:
 - Aumentan: géneros de opinión (a principios de los ochenta no se recogen casos), crónica y tablas de resultados (no recogerse ningún caso hasta finales de los noventa).
 - Descienden: otros géneros (desaparecen en el siglo XXI), reportaje y entrevista.
- En *Sport* se comportan de manera heterogénea:
 - Aumentan: géneros de opinión y entrevista (hasta finales de los noventa no se recogen casos).
 - Descienden: crónica (desaparece en la primera década del siglo XXI, aunque vuelve a aparecer en el año 2010), reportaje, fotonoticia (muy inconstante en el tiempo), otros géneros y tabla de resultados (apenas aparecen en los años noventa, en el resto de los períodos no se recogen casos).
- En *Mundo Deportivo* el resto de los géneros se comportan de manera más homogénea que en el resto de los diarios:
 - Aumentan: tabla de resultados (la mayor subida), reportaje, géneros de opinión y las fotonoticias (los dos últimos con frecuencias muy bajas).
 - Descienden: crónica (la mayor bajada) y entrevista (casi no existe y en el último período no se recogen casos).

Tabla 78.- Evolución de los géneros periodísticos en las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo por medio de comunicación

		ÁMBITO DEPORTIVO							
		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
MARCA	Noticias breves	9,09	25,93	38,1	32,76	45,97	27,36	43,62	48,28
	Noticias extensas	21,21	20,63	22,62	21,26	13,27	34,91	18,09	24,14
	Crónica	63,64	37,04	33,33	42,53	25,12	16,04	13,83	17,24
	Géneros de opinión	0	4,23	0	0	1,42	3,77	6,38	0
	Reportaje	0	4,23	2,38	1,72	4,27	3,77	12,77	0
	Tabla de resultados	0	1,06	2,38	0,57	9,95	7,55	0	10,34
	Fotonoticia	0	2,12	0	0	0	5,66	3,19	0
	Entrevista	6,06	4,76	1,19	1,15	0	0,94	1,06	0
	Otros	0	0	0	0	0	0	1,06	0
	AS	Noticias breves	51,85	36,04	39,93	47,87	49,22	38,68	48,54
Noticias extensas		29,63	41,62	40,28	28,01	20,21	27,36	23,39	14,29
Crónica		7,41	5,08	13,54	14,89	10,36	9,43	8,19	11,43
Géneros de opinión		0	0	0,35	0,35	1,04	7,55	9,36	2,86
Reportaje		0	5,58	1,39	3,55	3,63	7,55	4,09	0
Tabla de resultados		0	0	0	0	11,92	5,66	2,92	17,14
Fotonoticia		0	3,55	0,69	0	1,55	1,89	0,58	0
Entrevista		0	3,05	3,47	0,35	0,52	1,89	2,92	5,71
Otros		11,11	5,08	0,35	4,96	1,55	0	0	0
SPORT		Noticias breves	75	37,5	19,23	26,02	17,24	41,89	36,67
	Noticias extensas	0	29,17	44,23	39,02	56,9	54,05	54,44	40
	Crónica	0	18,75	25	18,7	10,34	0	0	6,67
	Géneros de opinión	0	2,08	3,85	2,44	1,72	0	4,44	6,67
	Reportaje	16,67	6,25	7,69	11,38	10,34	1,35	1,11	0
	Tabla de resultados	8,33	0	0	0,81	0,86	0	0	0
	Fotonoticia	0	4,17	0	0,81	1,72	0	1,11	6,67
	Entrevista	0	0	0	0	0,86	1,35	1,11	0
	Otros	0	2,08	0	0,81	0	1,35	1,11	0
	MUNDO DEPORTIVO	Noticias breves	26,32	25	41,86	51,01	60,75	52,51	58,42
Noticias extensas		31,58	27,31	12,29	11,74	4,91	13,97	11,88	1,82
Crónica		36,84	42,13	39,53	30,77	22,64	18,44	10,89	14,55
Géneros de opinión		0	0	1	0	1,51	2,23	0,99	0
Reportaje		0	2,31	2,33	2,02	1,13	3,91	4,46	0
Tabla de resultados		5,26	2,78	1,99	3,64	7,55	5,59	12,87	14,55
Fotonoticia		0	0	0,66	0,4	1,13	2,23	0,5	0
Entrevista		0	0,46	0,33	0,4	0,38	1,12	0	0
Otros		0	0	0	0	0	0	0	0

En la tabla 79 se observa la evolución de los géneros periodísticos de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' por medio de comunicación, en general son inconstantes en los cuatro medios, lo que provoca grandes subidas y bajadas en todos los casos.

La línea de tendencia del género información es ascendente en todos los diarios. El que más crecen en este tipo de informaciones es *Sport*, le sigue *As*, *Marca* y *Mundo Deportivo*. Las tablas de resultados no se recogen en ningún caso.

- En el diario *Marca* según el período analizado la distribución de los géneros es muy diferente, las noticias extensas son las más constantes en el tiempo, suponen más de un 50% - menos a principios de los ochenta (22,22%) y finales de los noventa (30%) - y llegan a suponer el 100% de las informaciones en el año 2010. Las noticias breves descienden a lo largo del tiempo. El resto de los géneros se recogen de forma esporádica en dos o tres períodos diferentes en cada caso.
- En el diario *As* la distribución de los géneros es más constante que en otros diarios. Las noticias extensas se sitúan por encima de las breves, con la excepción el período 1995-1999. El mayor descenso se produce en los géneros de opinión, de un 68,29%, a principios de los ochenta, a un 8,06%, a finales de la primera década del siglo XXI. El mayor aumento se produce en la fotonoticia, de un 2,44%, a principios de los ochenta, a un 41,94%, a finales de la primera década del siglo XXI.
- En el diario *Sport* se produce una evolución ascendente de las noticias breves y las extensas, lo que provoca que en la primera década del siglo XXI únicamente se recojan casos de este tipo. Las noticias extensas predominan sobre las breves a partir de finales de los ochenta, aunque las diferencias entre ambas se acortan a lo largo del tiempo. La fotonoticia, el reportaje y, fundamentalmente, los géneros de opinión muy presentes en los años ochenta desaparecen. Respecto a la entrevista solo se recogen casos en los años 1979 y 2010.
- En *Mundo Deportivo* las noticias extensas predominan sobre las breves hasta finales de los noventa, a partir de ese momento son las noticias breves el género predominante. La crónica, el reportaje y la fotonoticias tienen mayor presencia en los períodos centrales. Las entrevistas desaparecen en el siglo XXI. Los géneros de opinión y otros géneros apenas tienen presencia, aparecen en el segundo lustro del siglo XXI.

Tabla 79.- Evolución de los géneros periodísticos en las informaciones en las que aparecen Mujeres de 'Invitadas' por medio de comunicación

		'INVITADAS'							
		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
MARCA	Noticias breves	33,33	33,33	0	25	30	25	16,67	0
	Noticias extensas	0	22,22	60	50	30	50	50	100
	Crónica	0	0	0	0	10	0	16,67	0
	Géneros de opinión	0	11,11	0	0	10	0	5,56	0
	Reportaje	0	0	40	0	10	0	0	0
	Tabla de resultados	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fotonoticia	33,33	22,22	0	25	0	16,67	0	0
	Entrevista	0	0	0	0	10	8,33	0	0
	Otros	33,33	11,11	0	0	0	0	11,11	0
AS	Noticias breves	9,09	2,44	0	5,41	43,33	35	12,9	0
	Noticias extensas	27,27	14,63	14,29	29,73	30	50	25,81	27,27
	Crónica	0	2,44	0	2,7	3,33	0	4,84	0
	Géneros de opinión	54,55	68,29	64,29	45,95	6,67	2,5	8,06	0
	Reportaje	0	2,44	11,9	10,81	3,33	2,5	4,84	9,09
	Tabla de resultados	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fotonoticia	0	2,44	7,14	0	6,67	5	41,94	63,64
	Entrevista	0	7,32	2,38	5,41	6,67	5	1,61	0
	Otros	9,09	0	0	0	0	0	0	0
SPORT	Noticias breves	33,33	27,12	5,88	11,11	18,75	35,71	48	40
	Noticias extensas	0	6,78	29,41	33,33	68,75	64,29	52	40
	Crónica	0	1,69	0	11,11	0	0	0	0
	Géneros de opinión	0	52,54	29,41	0	0	0	0	0
	Reportaje	33,33	5,08	17,65	22,22	6,25	0	0	0
	Tabla de resultados	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fotonoticia	0	6,78	17,65	22,22	0	0	0	10
	Entrevista	33,33	0	0	0	0	0	0	10
	Otros	0	0	0	0	6,25	0	0	0
MUNDO DEPORTIVO	Noticias breves	0	17,65	20	23,81	25	44	39,13	66,67
	Noticias extensas	100	52,94	40	19,05	17,86	32	30,43	0
	Crónica	0	11,76	20	23,81	28,57	4	8,7	11,11
	Géneros de opinión	0	0	0	0	0	0	8,7	0
	Reportaje	0	0	13,33	19,05	3,57	4	4,35	11,11
	Tabla de resultados	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fotonoticia	0	0	6,67	9,52	21,43	16	4,35	0
	Entrevista	0	17,65	0	4,76	3,57	0	0	0
	Otros	0	0	0	0	0	0	4,35	11,11

8.7. RELEVANCIA

Al analizar la relevancia en el periódico de las informaciones de Mujeres se ha tenido en cuenta la ubicación y construcción de la información, según diferentes criterios: la jerarquización según el espacio, según la extensión y según el número de apoyos.

8.7.1. MUJERES DE ÁMBITO DEPORTIVO EN PÁGINAS INTERIORES

Se trata de analizar cómo se ha jerarquizado la información según su orden de aparición en las páginas de los periódicos: información de portada, en portada, en sumario, en contraportada, o en páginas interiores (par o impar).

En la tabla 80 se analiza la ubicación en función al orden de aparición en las páginas de los diarios de las informaciones en las que aparecen Mujeres. En general, se aprecia claramente que las informaciones en las que aparecen Mujeres básicamente se publican en páginas interiores, ya sean pares o impares.

- Cuando nos referimos a informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo: solo el 0,35% son informaciones de portada y el 1,87% aparecen en portada; el 0,21% son mencionadas en el sumario; y el 1,06% en contraportada, en estos casos siempre por debajo de la media. El resto, un 96,51%, se publican en páginas interiores (46,73% en impar; 49,78% en par).
- Cuando nos referimos a informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas': el 1,55% son informaciones de portada y el 2,95% aparecen en portada; el 1,09% son mencionadas en el sumario; y el 12,11% en contraportada. El resto, un 82,30%, se publican en páginas interiores (44,72% en impar; 37,58% en par).

En cuanto a la ubicación de las informaciones en función al orden de aparición, en cualquier caso, en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' obtienen unas frecuencias por encima de la media en las páginas más relevantes de los periódicos que las que sí pertenecen al Ámbito Deportivo (por encima de la media en páginas interiores). Es en la contraportada donde estas diferencias se hacen más evidentes (Ámbito Deportivo: 36,59%; 'Invitadas': 63,41%)

Tabla 80.- Ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en el periódico según el orden de aparición en las páginas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
De portada	0,35	60	1,55	40	0,51
En portada	1,87	80,61	2,95	19,39	2,01
En sumario	0,21	56,25	1,09	43,75	0,33
En contraportada	1,06	36,59	12,11	63,41	2,52
Pág. interior impar	46,73	87,29	44,72	12,71	46,46
Pág. interior par	49,78	89,7	37,58	10,3	48,16
Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 80 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Ubicación de la información en el Periódico ($\chi^2(5, N=4877) = 320,261, p=.001$).

En la tabla 81 se observa la evolución ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en el periódico según el porcentaje del orden de aparición en las páginas de los diarios según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo:

- un leve aumento, no llega a superar el 1%, de las informaciones de portada.
- Las informaciones en portada, aunque su línea de tendencia es de descenso, el porcentaje del período inicial, a principios de los ochenta (0,38%), es inferior al del período final, finales de la primera década del siglo XXI (1,97%).
- Las informaciones en sumario solo aparecen en los períodos centrales.
- La tendencia de aparición de informaciones en contraportada es ascendente, a principios de los ochenta la frecuencia era solo de un 0,15% y en el período 2005-2009 supone un 4,13%. Llama poderosamente la atención que en todos los casos descritos anteriormente en el año 2010 no se ha recogido ninguno.
- En las páginas interiores de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo aumentan las impares y disminuyen las pares.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' muestran:

- un claro descenso de las informaciones de portada, situándose al final del análisis por debajo del 1%. Las noticias en portada y en sumario desaparecen. En estos tres últimos casos en el año 2010 no se ha recogido ningún supuesto.
- La tendencia de aparición de las informaciones en contraportada es claramente ascendente, a principios de los ochenta la frecuencia era solo de un 2,38% y en el período 2005-2009 supone un 31,25%.
- En las páginas interiores de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' disminuyen las impares y aumentan las pares.

Tabla 81.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en el periódico según el orden de aparición en las páginas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito Deportivo	De portada	0	0,15	0,41	0,12	0,13	0,86	0,9	0
	En portada	0	1,38	2,48	3,15	1,4	0,86	1,97	0
	En sumario	0	0	0,28	0,48	0,25	0,22	0	0
	En contraportada	1,1	0,15	0,41	0,61	1,02	0,86	4,13	0
	Interior impar	37,36	46,92	47,59	45,64	46,11	44,73	49,91	51,49
	Interior par	61,54	51,38	48,83	50	51,08	52,47	43,09	48,51
'Invitadas'	De portada	0	1,59	1,06	1,41	4,76	1,1	0,78	0
	En portada	5,56	3,17	3,19	8,45	3,57	2,2	0	0
	En sumario	0	0	4,26	1,41	1,19	1,1	0	0
	En contraportada	0	2,38	2,13	4,23	7,14	18,68	31,25	21,88
	Interior impar	61,11	75,4	52,13	38,03	32,14	36,26	26,56	37,5
	Interior par	33,33	17,46	37,23	46,48	51,19	40,66	41,41	40,63

8.7.1.1. LAS 'INVITADAS': REINAS DE LA CONTRAPORTADA DE AS

La tabla 82 analiza la jerarquía de las informaciones en las que aparecen Mujeres según el porcentaje del orden de aparición en las páginas de los cuatro diarios analizados.

Tabla 82.- Ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en el periódico según el orden de aparición en las páginas según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** por medios de comunicación

ORDEN DE APARICIÓN	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total	
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	
MARCA	De portada	0,65	85,71	1,59	14,29	0,71
	En portada	1,96	85,71	4,76	14,29	2,14
	En sumario	0	0	1,59	100	0,1
	En contraportada	1,85	77,27	7,94	22,73	2,24
	Interior impar	41,52	93,4	42,86	6,6	41,61
	Interior par	54,02	95,03	41,27	4,97	53,2
	Total	100	93,59	100	6,41	100
AS	De portada	0,31	66,67	0,73	33,33	0,38
	En portada	2	72,22	3,65	27,78	2,29
	En sumario	0,15	66,67	0,36	33,33	0,19
	En contraportada	1,77	26,74	22,99	73,26	5,47
	Interior impar	52,66	85,29	43,07	14,71	50,99
	Interior par	43,11	87,5	29,2	12,5	40,69
	Total	100	82,58	100	17,42	100
SPORT	De portada	0,19	33,33	1,31	66,67	0,44
	En portada	2,83	83,33	1,96	16,67	2,64
	En sumario	0	0	0	0	0
	En contraportada	0,38	28,57	3,27	71,43	1,02
	Interior impar	39,25	72,47	51,63	27,53	42,02
	Interior par	57,36	82,61	41,83	17,39	53,88
	Total	100	77,6	100	22,4	100
MUNDO DEPORTIVO	De portada	0,27	44,44	3,25	55,56	0,55
	En portada	1,35	86,96	1,95	13,04	1,4
	En sumario	0,47	58,33	3,25	41,67	0,73
	En contraportada	0,2	37,5	3,25	62,5	0,49
	Interior impar	47,44	91,67	41,56	8,33	46,89
	Interior par	50,27	91,2	46,75	8,8	49,94
	Total	100	90,6	100	9,4	100

En general se aprecia claramente que en cualquiera de los cuatro diarios las informaciones en las que aparecen Mujeres básicamente se publican en páginas interiores, ya sean pares o impares. Los datos totales de la tabla 82 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Ubicación de la información en el Periódico y Medio ($\chi^2(15, N=4877) = 150,637, p=.001$).

Al analizar la jerarquización según la ubicación diferenciando entre Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo* y las *'Invitadas'* los resultados son diferentes según el medio:

Las informaciones en portada:

- Las informaciones de *Ámbito Deportivo* son mayores en *Marca* (0,65%), seguido de *As* (0,31%), *Mundo Deportivo* (0,27%) y *Sport* (0,19%).
- En cambio, en las *'Invitadas'* son mayores en *Mundo Deportivo* (3,25%), *Marca* (1,59%), *Sport* (1,31%) y *As* (0,73%).

Las informaciones de portada:

- Las informaciones de *Ámbito Deportivo* son mayores en *Sport* (2,83%), seguido de *As* (2%), *Marca* (1,96%) y *Mundo Deportivo* (1,35%).
- En el caso de que las *'Invitadas'* son mayores en *Marca* (4,76%), *Sport* (3,65%), *Mundo Deportivo* (1,95%) y *As* (1,96%).

Las informaciones en sumario:

- Las informaciones de *Ámbito Deportivo*, aunque apenas aparecen, son mayores en *Mundo Deportivo* (0,47%) y *As* (0,15%). En *Marca* y *Sport* no se ha recogido ningún caso.
- En el caso de las *'Invitadas'* son mayores en *Mundo Deportivo* (3,25%), *Marca* (1,59%) y *As* (0,36%). En *Sport* no se ha recogido ningún caso.

Las informaciones en páginas interiores impares:

- Las informaciones de *Ámbito Deportivo* aparecen con mayor frecuencia en *As* (52,66%), *Mundo Deportivo* (47,44%) y *Marca* (41,52%) y *Sport* (39,25%).
- En el caso de las *'Invitadas'* son mayores en *Sport* (51,63%), *As* (43,07%), *Marca* (42,86%) y *Mundo Deportivo* (41,56%).

Las informaciones en páginas interiores pares:

- Las informaciones de *Ámbito Deportivo* aparecen con mayor frecuencia en *Sport* (57,36%), *Marca* (54,02%), *Mundo Deportivo* (50,27%) y *As* (43,11%).
- En el caso de las 'Invitadas' son mayores en *Mundo Deportivo* (46,75%), *Sport* (41,83%), *Marca* (41,27%) y *As* (29,2%).

Al analizar la tabla 82 teniendo en cuenta cada diario y la ubicación de las informaciones de Mujeres en función al orden de aparición en las páginas se observa:

- En *Marca* las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' obtienen unas frecuencias por encima de la media en las páginas más relevantes de los periódicos, también en las interiores impares. destaca que el 100% de las informaciones en sumario son de 'Invitadas'.
- En *As* las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' obtienen unas frecuencias por encima de la media en las páginas más relevantes de los periódicos que las que sí pertenecen al *Ámbito Deportivo* (por encima de la media en páginas interiores). destaca que el 73,26% de las informaciones en contraportada son de 'Invitadas'.
- En *Sport* la cosa cambia, las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' obtienen unas frecuencias por encima de la media en las páginas De portada, en sumario, en contraportada e Interior impar. Las de *Ámbito Deportivo* se sitúan por encima de la media en páginas interiores pares y en portada.
- En *Mundo Deportivo* las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' obtienen unas frecuencias por encima de la media en las páginas más relevantes de los periódicos que las que sí pertenecen al *Ámbito Deportivo* (por encima de la media en páginas interiores). destaca que el 62,5% de las informaciones en contraportada y el 55,56% de las de portada son de 'Invitadas'.

En la tabla 83 se analiza la evolución del orden de aparición de las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenece al *Ámbito Deportivo* por medios de comunicación.

Los datos muestran que las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo* son inconstantes en el tiempo en lo que respecta a

informaciones de portada, en portada, en sumario y en contraportada, apenas aparecen en los cuatro diarios. Llama poderosamente la atención que en el año 2010 no se ha registrado ninguno de los supuestos mencionados en ninguno de los diarios analizados.

En la tabla 84 se analiza la evolución del orden de aparición de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' por medios de comunicación.

Los datos muestran que, al igual que ocurría con las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenece al Ámbito Deportivo, las 'Invitadas' son inconstantes en el tiempo en lo que respecta a informaciones de portada, en portada, en sumario, apenas aparecen en los cuatro diarios y en el 2010 no se registran casos.

En el caso de la contraportada la cosa cambia:

- En *Marca* son frecuentes en las décadas de los ochenta y los noventa, pero en el siglo XXI tienden a desaparecer.
- En *As* ocurre lo contrario, en los primeros años las 'Invitadas' apenas aparecen en la contraportada. A finales de los noventa comienzan a registrarse casos y a partir del año 2005 las informaciones de 'Invitadas' se sitúan cerca del 60%.
- En *Sport* se registran casos en los años ochenta y en la primera década del siglo XXI.
- En *Mundo Deportivo* se registran casos en los años noventa y a principios del siglo XXI.

Tabla 83.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo en el periódico según el orden de aparición en las páginas por medios de comunicación

		ÁMBITO DEPORTIVO							
		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
MARCA	De portada	0	0,53	0	0	0	1,89	3,19	0
	En portada	0	2,12	4,76	1,72	0,95	0,94	4,26	0
	En sumario	0	0	0	0	0	0	0	0
	En contraportada	3,03	0,53	2,38	2,3	0,95	1,89	5,32	0
	Interior impar	21,21	38,62	45,24	44,25	44,55	40,57	38,3	48,28
	Interior par	75,76	58,2	47,62	51,72	53,55	54,72	48,94	51,72
AS	De portada	0	0	0,35	0,35	0,52	0	0,58	0
	En portada	0	1,02	2,78	2,48	2,07	0,94	2,34	0
	En sumario	0	0	0	0	0,52	0,94	0	0
	En contraportada	0	0	0,35	0	2,07	1,89	9,36	0
	Interior impar	44,44	43,15	50,35	57,09	60,62	46,23	55,56	57,14
	Interior par	55,56	55,84	46,18	40,07	34,2	50	32,16	42,86
SPORT	De portada	0	0	0	0	0	0	1,11	0
	En portada	0	0	5,77	8,13	0,86	0	1,11	0
	En sumario	0	0	0	0	0	0	0	0
	En contraportada	0	0	0	0	0	0	2,22	0
	Interior impar	41,67	56,25	36,54	29,27	40,52	32,43	52,22	20
	Interior par	58,33	43,75	57,69	62,6	58,62	67,57	43,33	80
MUNDO DEPORTIVO	De portada	0	0	0,66	0	0	1,12	0	0
	En portada	0	1,39	1	2,43	1,51	1,12	0,99	0
	En sumario	0	0	0,66	1,62	0,38	0	0	0
	En contraportada	0	0	0	0,4	0,75	0	0	0
	Interior impar	52,63	55,56	47,51	41,7	39,25	51,4	49,5	58,18
	Interior par	47,37	43,06	50,17	53,85	58,11	46,37	49,5	41,82

Tabla 84.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' en el periódico según el orden de aparición en las páginas por medios de comunicación

		'INVITADAS'							
		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
MARCA	De portada	0	0	0	0	0	8,33	0	0
	En portada	33,33	0	0	0	10	8,33	0	0
	En sumario	0	0	0	0	0	8,33	0	0
	En contraportada	0	11,11	20	25	10	0	5,56	0
	Interior impar	33,33	55,56	60	50	40	41,67	38,89	0
	Interior par	33,33	33,33	20	25	40	33,33	55,56	100
AS	De portada	0	0	0	0	3,33	0	1,61	0
	En portada	0	4,88	2,38	10,81	6,67	2,5	0	0
	En sumario	0	0	0	0	3,33	0	0	0
	En contraportada	0	2,44	0	0	10	37,5	59,68	63,64
	Interior impar	72,73	85,37	66,67	51,35	33,33	25	11,29	9,09
	Interior par	27,27	7,32	30,95	37,84	43,33	35	27,42	27,27
SPORT	De portada	0	3,39	0	0	0	0	0	0
	En portada	0	1,69	11,76	0	0	0	0	0
	En sumario	0	0	0	0	0	0	0	0
	En contraportada	0	1,69	5,88	0	0	7,14	8	0
	Interior impar	66,67	77,97	23,53	22,22	25	35,71	44	50
	Interior par	33,33	15,25	58,82	77,78	75	57,14	48	50
MUNDO DEPORTIVO	De portada	0	0	3,33	4,76	10,71	0	0	0
	En portada	0	5,88	0	9,52	0	0	0	0
	En sumario	0	0	13,33	4,76	0	0	0	0
	En contraportada	0	0	0	9,52	7,14	4	0	0
	Interior impar	0	52,94	46,67	19,05	32,14	52	39,13	66,67
	Interior par	100	41,18	36,67	52,38	50	44	60,87	33,33

8.7.2. GRAN VARIEDAD DE SECCIONES

Durante el análisis se han recogido 309 nombres diferentes de secciones donde se ubican las informaciones en las que aparecen Mujeres. No existen secciones fijas en los diarios deportivos, el título varía según los intereses editoriales de los diarios. Para facilitar su análisis se procedió a la recodificación de las secciones agrupándose en 9 ítems: no hay sección; deportes individuales; deportes colectivos; el nombre de la sección sugiere varios deportes; secciones de breves; de ámbito no deportivo (comunicación, espectáculo, sociedad, etc.); eventos deportivos internacionales; eventos deportivos nacionales; y competición nacional.

En la tabla 85 se observa el porcentaje de las secciones en las que se ubican las informaciones en las que aparecen Mujeres. En general las secciones en las que más aparecen las Mujeres son las referidas a un deporte individual (33,61%), le siguen las que se refieren a varios deportes (20,81%), las referidas a un deporte colectivo (13,49%), breves (9,8%), competiciones internacionales (9,8%), información destacada (3,92%), de ámbito no deportivo (3,06%) y competiciones nacionales (2,32%). En un 3,59% de los casos no hay sección.

Tabla 85.- Secciones de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Deporte individual	37,68	97,32	6,83	2,68	33,61
Referencia a varios deportes	22,51	93,89	9,63	6,11	20,81
Deporte colectivo	11,81	75,99	24,53	24,01	13,49
Breves	11,06	97,91	1,55	2,09	9,8
Competiciones internacionales	9,78	90,2	6,99	9,8	9,41
Información destacada	2,39	52,88	13,98	47,12	3,92
De ámbito no deportivo	0,5	14,09	19,88	85,91	3,06
Competiciones nacionales	2,03	76,11	4,19	23,89	2,32
No hay sección	2,24	54,29	12,42	45,71	3,59
Total	100	86,8	100	13,2	100

Al analizar la tabla 85 diferenciando entre las informaciones en las que las Mujeres pertenecen al Ámbito Deportivo y las 'Invitadas' se observa:

- En las informaciones en las que las Mujeres pertenece al Ámbito Deportivo las secciones deporte individual (37,68%), referencia a varios

deportes (22,51%), breves (11,06%) y competiciones internacionales (9,78%) se sitúan por encima de la media de las secciones de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

- En las informaciones en las que las Mujeres son 'Invitadas' las secciones deporte colectivo (24,53%), información destacada (13,98%), no hay sección (12,42%), de ámbito no deportivo (19,88%) y competición nacional (4,19%) se sitúan por encima de la media de las secciones de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

En cuanto al tipo de sección de las informaciones en las que aparecen Mujeres:

- Las de al Ámbito Deportivo obtienen unas frecuencias por encima de la media en las secciones, por este orden: competiciones internacionales, deporte individual, referencia a varios deportes e información destacada.
- Las 'Invitadas' obtienen unas frecuencias por encima de la media en las secciones, por este orden: de ámbito no deportivo, información destacada, no hay sección, deporte colectivo y competiciones nacionales.

Los datos de la tabla 85 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Sección ($\chi^2(8, N=4877) = 1377,524, p=.001$).

En la tabla 86 se analiza la evolución de las secciones en las que se ubican de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.

La evolución de las secciones en las que se ubican las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo indica que hay cambios claros a la hora de incluir estas informaciones en las secciones a lo largo de los años:

- A principios de los años ochenta tres secciones agrupaban más de un 85,5% de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo: deporte individual (más de un 50%), deporte colectivo (más del 22%) y competiciones internacionales (más del 16%). Conforme avanzan los años la frecuencia de las tres desciende claramente (en el caso de las competiciones internacionales con marcadas subidas y bajadas). A finales de la primera década del siglo XXI las tres secciones - deportes individuales (más de un 12%), competiciones internacionales

(más de un 9%) y deportes colectivos (más de un 7%) - agrupan alrededor de un 29,5% de las informaciones.

- Las informaciones que se publican en páginas sin sección también evolucionan de manera descendente a lo largo del tiempo, hasta casi desaparecer, de un 5,23% a principios de los ochenta a un 0,18% a finales de la primera década del siglo XXI.
- Como consecuencia el resto de las secciones evolucionan de manera ascendente a lo largo del tiempo. A principios de los ochenta la frecuencia de las secciones que hacen referencia a varios deportes (7,08%), información destacada (1,08%), breves (0,62%) y competiciones nacionales (0,46%) agrupaban un 9,24% de las informaciones de *Ámbito Deportivo*. No se recogían casos de secciones de ámbito no deportivo. Conforme avanzan los años la frecuencia de las cinco secciones aumentan claramente. A finales de la primera década del siglo XXI las secciones - varios deportes (39,86%), información destacada (6,82%), breves (18,49%), competiciones nacionales (3,59%) y las de ámbito no deportivo (1,62%) - agrupan alrededor de un 61,14% de las informaciones.

Al analizar la evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' también se observan cambios claros a la hora de ubicar estas informaciones en las secciones a lo largo de los años:

- La mayor disminución es de las informaciones que se publican sin sección, pierden casi cuarenta puntos.
- dos secciones marcan una tendencia descendente: las de ámbito no deportivo y competiciones internacionales
- Como consecuencia del comportamiento anterior descrito el resto de las secciones evolucionan de manera ascendente a lo largo del tiempo. A principios de los ochenta la frecuencia de las secciones deporte colectivo (10,32%), varios deportes (5,56%), deporte individual (3,97%), información destacada (2,38%), breves (1,59%) y competiciones nacionales (0%) agrupaban un 23,82% de las informaciones. Conforme avanzan los años la frecuencia de las seis secciones aumentan claramente, hasta que a finales de la primera década del siglo XXI las secciones deporte colectivo (25%), varios deportes (9,38%), deporte individual (4,69%), información destacada (34,38%), breves (3,13%) y competiciones

nacionales (3,13%) agrupan alrededor de un 79,71%. Las seis secciones aumentan más de cincuenta y cinco puntos.

Tabla 86.- Evolución de las secciones de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

SECCIONES	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010	
Ámbito Deportivo	Deporte individual	53,85	48,15	61,1	45,04	33,12	18,49	12,57	1,49
	Referencia a varios deportes	4,4	7,08	11,59	11,99	26,24	46,02	39,86	58,21
	Deporte colectivo	28,57	22,31	16,55	11,74	4,71	5,16	7,18	8,21
	Breves	1,1	0,62	0	7,63	22,29	18,92	18,49	25,37
	Competiciones internacionales	0	15,08	4,97	18,16	8,66	1,72	9,69	0
	Información destacada	1,1	1,08	0,83	2,91	1,15	2,37	6,82	3,73
	De ámbito no deportivo	1,1	0	0	0,24	0,38	1,29	1,62	0
	Competiciones nacionales	1,1	0,46	2,34	0,36	1,66	5,38	3,59	2,99
	No hay sección	8,79	5,23	2,62	1,94	1,78	0,65	0,18	0
	Invitadas'	Deporte individual	5,56	3,97	9,57	8,45	15,48	2,2	4,69
Referencia a varios deportes		5,56	5,56	9,57	4,23	9,52	23,08	9,38	3,13
Deporte colectivo		22,22	10,32	19,15	21,13	44,05	31,87	25	31,25
Breves		5,56	1,59	0	0	1,19	2,2	3,13	0
Competiciones internacionales		0	7,94	14,89	12,68	0	3,3	5,47	6,25
Información destacada		0	2,38	4,26	5,63	11,9	19,78	34,38	21,88
De ámbito no deportivo		38,89	26,98	31,91	28,17	5,95	9,89	13,28	18,75
Competiciones nacionales		0	0	3,19	2,82	8,33	7,69	3,13	12,5
No hay sección		22,22	41,27	7,45	16,9	3,57	0	1,56	0

8.7.2.1. DIFERENCIAS ENTRE LOS DIARIOS DEPORTIVOS A LA HORA DE UTILIZAR LAS SECCIONES

En la tabla 87 se observa el porcentaje de las secciones en las que se ubican informaciones en las que aparecen Mujeres por medio de comunicación. La distribución de las informaciones es diferente en cada medio.

- Las secciones en los cuatro diarios en las que más aparecen las Mujeres son las referidas a un deporte individual, *Marca* es el diario que más incluye (41,2%), seguido de *Sport* (35,87%), *As* (35,73%) y *Mundo Deportivo* (26,07%).
- Las referidas a varios deportes ocupan la segunda posición en tres de los cuatro diarios: *Marca* (23,09%), *As* (21,49%) y *Sport* (21,23%). En el caso de *Mundo Deportivo* ocupa el tercer lugar (18,67%).

- Las referidas a un deporte colectivo ocupan la tercera posición en dos diarios: *As* (18,44%) y *Marca* (14,45%). En el caso de *Mundo Deportivo* (10,13%) ocupa el quinto lugar y en *Sport* (8,78%) el cuarto.
- Las que agrupan breves en el cómputo global ocupan la cuarta posición, sin embargo esta circunstancia solo se da en *Marca* (5,99%). *Mundo Deportivo* (24,97%) es el diario que con más frecuencia incluye informaciones en las que aparecen Mujeres en secciones de breves. Son casi inexistentes en el diario *As* (0,51%) y en *Sport* (0,44%).
- Las referidas a competiciones internacionales en el cómputo global ocupan la quinta posición, sin embargo esta circunstancia solo se da en *Marca* (5,8%). *Sport* (14,35%) es el que con más frecuencia incluye informaciones en las que aparecen Mujeres en este tipo de sección, le siguen *Mundo Deportivo* (11,11%) y *As* (7,76%).
- Las que agrupan informaciones destacadas en el cómputo global ocupan la sexta posición, pero esta circunstancia solo se da en *Marca* (3,97%). El diario que más incluye es *As* (7,18%). Los que menos incluyen *Sport*, (2,78%) y *Mundo Deportivo* (1,22%).
- Las de ámbito no deportivo en el cómputo global ocupan la séptima posición, sin embargo esta circunstancia no se da en ningún diario. El diario *Sport* es el que con más frecuencia incluye informaciones en las que aparecen Mujeres en secciones de ámbito no deportivo (5,27%), seguido de *As* (5,21%), en ambos ocupan la sexta posición. Ocupa la octava posición en *Mundo Deportivo* (1,4%) y la novena en *Marca* (0,81%).
- Las referidas a competiciones nacionales en el cómputo global ocupan la octava posición, sin embargo esta circunstancia se da en *As* (1,4%) y *Sport* (2,78%), en *Marca* (2,44%) y *Mundo Deportivo* (2,93%) ocupa la séptima.
- Las informaciones que se publican en páginas que no hacen referencia a ninguna sección son más frecuentes en el diario *Sport* (8,49%), seguido de *Mundo Deportivo* (3,54%), *Marca* (2,34%) y *As* (2,29%).

Los datos de la tabla 87 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Sección y Medio ($\chi^2(24, N=4877) = 956,575, p=.001$).

Tabla 87.- Secciones donde se ubican las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total	
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	
MARCA	Deporte individual	43,26	98,27	11,11	1,73	41,2
	Referencia a varios deportes	23,7	96,04	14,29	3,96	23,09
	Deporte colectivo	13,59	88,03	26,98	11,97	14,45
	Breves	5,98	94,83	4,76	5,17	5,9
	Competiciones internacionales	5,87	94,74	4,76	5,26	5,8
	Información destacada	3,26	76,92	14,29	23,08	3,97
	De ámbito no deportivo	0,43	50	6,35	50	0,81
	Competiciones nacionales	1,85	70,83	11,11	29,17	2,44
	No hay sección	2,07	82,61	6,35	17,39	2,34
Total	100	93,59	100	6,41	100	
AS	Deporte individual	41,65	96,26	7,66	3,74	35,73
	Referencia a varios deportes	24,87	95,56	5,47	4,44	21,49
	Deporte colectivo	18,55	83,1	17,88	16,9	18,44
	Breves	0,46	75	0,73	25	0,51
	Competiciones internacionales	8,55	90,98	4,01	9,02	7,76
	Información destacada	3,39	38,94	25,18	61,06	7,18
	De ámbito no deportivo	0,08	1,22	29,56	98,78	5,21
	Competiciones nacionales	0,92	54,55	3,65	45,45	1,4
	No hay sección	1,54	55,56	5,84	44,44	2,29
Total	100	82,58	100	17,42	100	
SPORT	Deporte individual	44,91	97,14	4,58	2,86	35,87
	Referencia a varios deportes	23,58	86,21	13,07	13,79	21,23
	Deporte colectivo	4,72	41,67	22,88	58,33	8,78
	Breves	0,19	33,33	1,31	66,67	0,44
	Competiciones internacionales	15,85	85,71	9,15	14,29	14,35
	Información destacada	2,83	78,95	2,61	21,05	2,78
	De ámbito no deportivo	1,32	19,44	18,95	80,56	5,27
	Competiciones nacionales	3,4	94,74	0,65	5,26	2,78
	No hay sección	3,21	29,31	26,8	70,69	8,49
Total	100	77,6	100	22,4	100	
MUNDO DEPORTIVO	Deporte individual	28,17	97,89	5,84	2,11	26,07
	Referencia a varios deportes	19,34	94,1	11,69	5,9	18,62
	Deporte colectivo	7,35	65,66	37,01	34,34	10,13
	Breves	27,36	99,27	1,95	0,73	24,97
	Competiciones internacionales	11,12	90,66	11,04	9,34	11,11
	Información destacada	0,81	60	5,19	40	1,22
	De ámbito no deportivo	0,61	39,13	9,09	60,87	1,4
	Competiciones nacionales	2,63	81,25	5,84	18,75	2,93
	No hay sección	2,63	67,24	12,34	32,76	3,54
Total	100	90,6	100	9,4	100	

Al analizar la tabla 87 diferenciando entre las informaciones en las que las Mujeres pertenecen al *Ámbito Deportivo* y las *'Invitadas'* se observan diferencias en los diferentes medios a la hora de ubicar las informaciones en las secciones.

En el caso de *Marca*:

- Las informaciones de *Ámbito Deportivo* permanecen por encima de la media, por este orden: deporte individual, referencia a varios deportes, competiciones internacionales y breves.
- Las informaciones de *'Invitadas'* permanecen por encima de la media, por este orden: ámbito no deportivo, competiciones nacionales, información destacada, no hay sección y deporte colectivo.

En el caso de *As*:

- Las informaciones de *Ámbito Deportivo* permanecen por encima de la media, por este orden: deporte individual, referencia a varios deportes, competiciones internacionales y deporte colectivo.
- Las informaciones de *'Invitadas'* permanecen por encima de la media, por este orden: breves, no hay sección, competiciones nacionales, información destacada y ámbito no deportivo.

En el caso de *Sport*:

- Las informaciones de *Ámbito Deportivo* permanecen por encima de la media, por este orden: deporte individual, competiciones nacionales, referencia a varios deportes, competiciones internacionales e información destacada.
- Las informaciones de *'Invitadas'* permanecen por encima de la media, por este orden: deporte colectivo, breves, no hay sección y ámbito no deportivo.

En el caso de *Mundo Deportivo*:

- Las informaciones de *Ámbito Deportivo* permanecen por encima de la media, por este orden: breves, deporte individual, referencia a varios deportes y competiciones internacionales.

- Las informaciones de 'Invitadas' permanecen por encima de la media, por este orden: competiciones nacionales, no hay sección, deporte colectivo, información destacada y de ámbito no deportivo.

En todos los diarios predominan en el Ámbito Deportivo las secciones: deporte individual, Referencia a varios deportes y competiciones internacionales; y en las 'Invitadas' las secciones referidas a ámbito no deportivo. Como conclusión la ubicación en las secciones de las informaciones en las que aparecen Mujeres de 'Invitadas' en los cuatro diarios difiere mucho más que en las informaciones de Ámbito Deportivo.

Los datos de la tabla 87 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Secciones en *As* ($\chi^2(8, N=1573) = 676,377, p=.001$) y *Mundo Deportivo* ($\chi^2(8, N=1638) = 323,898, p=.001$).

En la tabla 88 se observa la evolución de las secciones donde se ubican las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo por medio de comunicación.

En las informaciones de Ámbito Deportivo publicadas en *Marca*:

- cinco secciones mantienen en el tiempo una línea de tendencia ascendente, que se confirma al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009: varios deportes (más de cuarenta y ocho puntos); información destacada (más de siete); competiciones nacionales (más de cuatro puntos); de ámbito no deportivo (más de dos); y breves (que más bien se mantiene).
- Mantienen en el tiempo una línea de tendencia descendente cuatro secciones, que se confirma al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009: las que más desciende son las de deporte individual (casi veintiocho puntos); le siguen deporte colectivo (casi veinticuatro); competiciones internacionales (casi seis); y las informaciones publicadas sin referencia a ninguna sección (casi cinco puntos).

En las informaciones de Ámbito Deportivo publicadas en *As*:

- cuatro secciones mantienen en el tiempo una línea de tendencia ascendente, que se confirma al comparar el primer período, 1980-1984, y

el último, 2005-2009: las que hacen referencia a varios deportes (más de cincuenta y dos puntos); información destacada (más de once puntos); competiciones nacionales y a breves (con un aumento mínimo).

- Mantienen en el tiempo una línea de tendencia descendente cuatro secciones, que se confirma al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009: donde más desciende es en las que se hacen referencia a un deporte individual (más de cuarenta y dos puntos); le siguen las de deporte colectivo (catorce); las informaciones publicadas sin referencia a ninguna sección (cuatro); y competiciones internacionales (casi cuatro).
- Las secciones de ámbito no deportivo solo se registran en el período 1995-1999 (0,52%), algo anecdótico.

En las informaciones de *Ámbito Deportivo* publicadas en *Sport*:

- dos secciones mantienen en el tiempo una línea de tendencia ascendente, que se confirma al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009: las que hacen referencia a varios deportes (más de veinticinco puntos); y las que se refieren a información destacada (más de seis puntos y medio).
- Mantienen en el tiempo una línea de tendencia descendente cinco secciones, que se confirma al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009 en cuatro de ellas. competiciones internacionales (más de veinticinco puntos); deporte colectivo (más de diez puntos, en este caso su descenso es consecutivo y en el último período no se recogen casos); competiciones nacionales (tres puntos, aunque en los años anteriores estaba ocho puntos por encima); las informaciones publicadas sin referencia a ninguna sección descienden dos puntos, con marcados picos de sierra (desaparecen en el siglo XXI). En el caso de las secciones referidas a un deporte individual, aunque al comparar ambos períodos asciende poco más de un punto, su tendencia es descendente debido a las grandes subidas y bajadas.
- Las secciones de ámbito no deportivo solo se registra en el último período, 2005-2009 (7,78%); en el caso de las secciones de breves solo se registra en el período 2000-2004 (1,35%).

En las informaciones de *Ámbito Deportivo* publicadas en *Mundo Deportivo*:

- Cuatro secciones mantienen en el tiempo una línea de tendencia ascendente, que se confirma al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009: breves (casi cincuenta puntos, puesto que no se registran casos durante los años ochenta); varios deportes (nueve puntos y medio); competiciones nacionales (casi siete puntos, pero con fuertes subidas y bajadas. No se registran casos en los períodos 1980-1984 y 1995-1999); e informaciones destacadas (solo medio punto, aunque su frecuencia siempre es muy baja).
- Mantienen en el tiempo una línea de tendencia descendente cuatro secciones, que se confirma al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009: deporte individual (más de cuarenta y cinco puntos); deporte colectivo (más de nueve puntos); las informaciones publicadas sin referencia a ninguna sección (llegan a desaparecer, no se registra ningún caso en el siglo XXI); y competiciones internacionales (casi cinco puntos y medio).
- Las secciones de ámbito no deportivo solo se registra en los noventa y a principios del siglo XXI, pero nunca por encima del 3%.

Tabla 88.- Evolución de las secciones donde se ubican las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al **Ámbito Deportivo** por medio de comunicación

		ÁMBITO DEPORTIVO							
		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
MARCA	Deporte individual	51,52	51,32	72,62	56,9	32,7	31,13	23,4	0
	Referencia a varios deportes	3,03	2,65	9,52	22,41	25,59	40,57	51,06	68,97
	Deporte colectivo	39,39	25,93	11,9	10,92	10,9	3,77	2,13	17,24
	Breves	0	2,12	0	0	17,06	12,26	2,13	0
	Competiciones internacionales	0	8,99	2,38	6,32	9	1,89	3,19	0
	Información destacada	0	3,17	2,38	2,87	0,95	2,83	10,64	6,9
	De ámbito no deportivo	3,03	0	0	0	0	0,94	2,13	0
	Competiciones nacionales	0	0	1,19	0	2,37	4,72	4,26	6,9
	No hay sección	3,03	5,82	0	0,57	1,42	1,89	1,06	0
AS	Deporte individual	48,15	49,24	69,79	51,06	27,98	18,87	7,02	0
	Referencia a varios deportes	0	0,51	0	4,96	65,8	56,6	52,63	88,57
	Deporte colectivo	44,44	28,93	23,61	21,63	1,55	10,38	14,62	11,43
	Breves	0	0	0	1,77	0	0	0,58	0
	Competiciones internacionales	0	16,24	3,47	16,31	0	1,89	12,28	0
	Información destacada	3,7	0,51	1,04	3,9	1,04	4,72	12,28	0
	De ámbito no deportivo	0	0	0	0	0,52	0	0	0
	Competiciones nacionales	3,7	0,51	0	0	1,04	6,6	0,58	0
	No hay sección	0	4,06	2,08	0,35	2,07	0,94	0	0
SPORT	Deporte individual	66,67	33,33	69,23	39,84	66,38	28,38	34,44	0
	Referencia a varios deportes	16,67	10,42	7,69	15,45	9,48	55,41	35,56	73,33
	Deporte colectivo	8,33	10,42	5,77	6,5	4,31	2,7	0	6,67
	Breves	0	0	0	0	0	1,35	0	0
	Competiciones internacionales	0	39,58	9,62	26,02	11,21	2,7	14,44	0
	Información destacada	0	0	0	3,25	1,72	0	6,67	20
	De ámbito no deportivo	0	0	0	0	0	0	7,78	0
	Competiciones nacionales	0	4,17	1,92	0,81	5,17	9,46	1,11	0
	No hay sección	8,33	2,08	5,77	8,13	1,72	0	0	0
MUNDO DEPORTIVO	Deporte individual	57,89	47,69	48,17	32,39	22,64	6,7	2,48	3,64
	Referencia a varios deportes	5,26	16,2	23,92	10,93	5,28	39,11	25,74	29,09
	Deporte colectivo	0	15,74	12,96	3,64	2,26	3,91	6,44	1,82
	Breves	5,26	0	0	23,48	52,45	41,34	49,5	61,82
	Competiciones internacionales	0	13,89	6,31	24,7	13,58	1,12	8,42	0
	Información destacada	0	0	0,33	1,62	1,13	1,68	0,5	0
	De ámbito no deportivo	0	0	0	0,81	0,75	2,79	0	0
	Competiciones nacionales	0	0	4,98	0,81	0	3,35	6,93	3,64
	No hay sección	31,58	6,48	3,32	1,62	1,89	0	0	0

En la tabla 89 se observa la evolución de las secciones donde se ubican las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' por medio de comunicación. En general en las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' lo que predomina en las secciones donde se ubican es la inconstancia y la heterogeneidad de la frecuencia a lo largo del tiempo.

En las informaciones de 'Invitadas' publicadas en *Marca*:

- Las que hacen referencia a información destacada no se recogen casos ni en 1979 ni en 2010. Su tendencia es descendente, a principios de los ochenta su frecuencia es de 22,22%, asciende a principios de los noventa llegan al 50%. En los períodos consecutivos desciende y se sitúa en torno al 10%.
- Las secciones referidas a breves y las informaciones publicadas sin referencia a ninguna sección se registran únicamente en 1979 y a principios de los ochenta, donde llegan a suponer juntas más de un 50%, por lo tanto tienden a desaparecer.
- Por otro lado, las secciones que hacen referencia a deportes colectivos y a competiciones nacionales no recogían informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' en los primeros años, pero en el año 2010 todas las informaciones de este tipo se publican en estas dos secciones a partes iguales.
- Las secciones que hacen referencia a varios deportes y a deportes individuales se caracterizan por aparecer y desaparecer, con fuertes subidas y bajadas, pero su frecuencia tiende a disminuir.
- Las secciones que hacen referencia a competiciones internacionales y a de ámbito no deportivo aparecen de forma anecdótica.

En las informaciones de 'Invitadas' publicadas en *As*:

- En las secciones que hacen referencia a de ámbito no deportivo (68,29%) y en las que no hay sección (17,07%) suponen un 85,36% del total de las informaciones publicadas a principio de los ochenta. Su tendencia es descendente a lo largo del tiempo y, a finales de la primera década del siglo XXI ambas suponen solo un 4,84%; en el año 2010 no se registra ningún caso.

- Las que hacen referencia a deportes colectivos y a deportes individuales no existen grandes diferencias entre el primer período analizado y el último, donde realmente destacan es en los períodos centrales, donde a finales de los noventa suponen un total del 70%. En el año 2010 no se registra ningún caso.
- Aumentan a lo largo del tiempo las secciones que hacen referencia a varios deportes, competiciones nacionales y competiciones internacionales
- Las de información destacada aumentan en mayor proporción. A principio de los ochenta suponen un 2,44% y en el período 2005-2009 un 61,29%. En el año 2010 llegan al 63,64%, la frecuencia más alta.
- Las secciones que hacen referencia a breves aparecen de forma anecdótica en el último período (3,23%).

En las informaciones de 'Invitadas' publicadas en *Sport*:

- Las publicadas en páginas donde no hay sección, las referidas a deporte colectivo y a de ámbito no deportivo en el año 1979 suponían el 100% de los casos, distribuida de manera homogénea. A partir de ese momento su comportamiento es diferente:
 - En las que no hay sección suponen a principios de los ochenta un 61,02% de los casos; en años posteriores esta frecuencia disminuye y a partir de finales de los noventa no se vuelve a recoger ningún caso de este tipo.
 - En las que se refieren a deporte colectivo a principios de los ochenta suponen un 15,25%; a finales de los noventa llega a suponer un 56,25% de los casos, más de la mitad; a finales de la primera década del siglo XXI supone un 24%.
 - En las que se refieren a de ámbito no deportivo a principios de los ochenta suponen un 10,17%; en los noventa no se registran casos; en el siglo XXI se vuelven a registrar y a finales de la primera década del siglo XXI supone un 40%.
- Las secciones referidas a varios deportes, a competiciones internacionales y a deportes individuales mantienen sus cifras más altas en los períodos centrales, fundamentalmente las referidas a varios deportes que a principios del siglo XXI suponen un 50%. El comportamiento de las tres es heterogéneo, con grandes subidas y bajadas.

- En el año 2010, en *Sport*, la distribución de las informaciones 'Invitadas' se distribuyen entre las secciones de ámbito no deportivo (60%), deporte colectivo (20%), deporte individual (10%) y competiciones internacionales (10%).
- Las secciones que hacen referencia a breves, a información destacada y a competiciones nacionales aparecen de forma anecdótica en distintos períodos.

En las informaciones de 'Invitadas' publicadas en *Mundo Deportivo*:

- Las secciones que hacen referencia a competiciones internacionales, a deportes individuales y las que no hacen referencia a ninguna sección no se recogen casos en 1979. Durante los años ochenta y noventa se recogen casos de estos tres tipos en altas frecuencias, en el siglo XXI desaparecen. Solo en el caso de las secciones referidas a deportes individuales aparecen de nuevo en el año 2010.
- Las que hacen referencia a varios deportes desaparecen en los años noventa, en 1979 y en el 2010. En los años ochenta y en la primera década del siglo XXI su frecuencia se sitúa en torno al 18,5%.
- Las referidas a competiciones nacionales aparecen en los períodos centrales, a finales de los ochenta y en los años noventa, con una frecuencia que se sitúa en torno al 10%. Aparecen de nuevo en el año 2010.
- Por otro lado, las que hacen referencia a breves, información destacada y de ámbito no deportivo recogen informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' a partir de los noventa, pero disminuye a finales de la primera década del siglo XXI y desaparece en el año 2010.
- Las que hacen referencia a deporte colectivo, en el año 1979 suponían un 100% de las informaciones. A principios de los ochenta suponen solo un 11,76%, aumenta en los años consecutivos y llegan a finales de la primera década del siglo XXI a suponer un 69,57%. En el año 2010 agrupan un 77,78% de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' de *Mundo Deportivo*.

Tabla 89.- Evolución de las secciones donde se ubican las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' por medio de comunicación

		'INVITADAS'							
		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
MARCA	Deporte individual	0	22,22	0	25	10	8,33	11,11	0
	Referencia a varios deportes	33,33	0	40	0	20	16,67	11,11	0
	Deporte colectivo	0	0	20	25	50	33,33	27,78	50
	Breves	33,33	22,22	0	0	0	0	0	0
	Competiciones internacionales	0	0	20	0	0	0	11,11	0
	Información destacada	0	22,22	20	50	10	8,33	11,11	0
	De ámbito no deportivo	0	0	0	0	0	0	22,22	0
	Competiciones nacionales	0	0	0	0	10	33,33	5,56	50
	No hay sección	33,33	33,33	0	0	0	0	0	0
AS	Deporte individual	9,09	4,88	4,76	8,11	30	2,5	4,84	0
	Referencia a varios deportes	0	2,44	0	0	6,67	15	8,06	9,09
	Deporte colectivo	18,18	4,88	16,67	29,73	40	25	8,06	0
	Breves	0	0	0	0	0	0	3,23	0
	Competiciones internacionales	0	0	7,14	5,41	0	5	4,84	9,09
	Información destacada	0	2,44	7,14	2,7	10	40	61,29	63,64
	De ámbito no deportivo	54,55	68,29	61,9	45,95	3,33	5	1,61	0
	Competiciones nacionales	0	0	0	0	6,67	7,5	4,84	18,18
	No hay sección	18,18	17,07	2,38	8,11	3,33	0	3,23	0
SPORT	Deporte individual	0	0	11,76	11,11	12,5	0	4	10
	Referencia a varios deportes	0	5,08	5,88	33,33	25	50	8	0
	Deporte colectivo	33,33	15,25	23,53	11,11	56,25	21,43	24	20
	Breves	0	0	0	0	0	7,14	4	0
	Competiciones internacionales	0	8,47	23,53	11,11	0	7,14	8	10
	Información destacada	0	0	0	11,11	0	0	12	0
	De ámbito no deportivo	33,33	10,17	23,53	0	0	14,29	40	60
	Competiciones nacionales	0	0	0	0	6,25	0	0	0
	No hay sección	33,33	61,02	11,76	22,22	0	0	0	0
MUNDO DEPORTIVO	Deporte individual	0	5,88	16,67	4,76	3,57	0	0	11,11
	Referencia a varios deportes	0	17,65	20	0	0	24	13,04	0
	Deporte colectivo	100	11,76	20	9,52	39,29	48	69,57	77,78
	Breves	0	0	0	0	3,57	4	4,35	0
	Competiciones internacionales	0	29,41	20	28,57	0	0	0	0
	Información destacada	0	0	0	0	21,43	4	4,35	0
	De ámbito no deportivo	0	0	0	14,29	14,29	20	8,7	0
	Competiciones nacionales	0	0	10	9,52	10,71	0	0	11,11
	No hay sección	0	35,29	13,33	33,33	7,14	0	0	0

8.7.3. MAYOR PRESENCIA DE LAS 'INVITADAS' EN INFORMACIONES DE CABECERA

La tabla 90 analiza la ubicación en la página de las informaciones en las que aparecen Mujeres se observa que en general, más de la mitad de las informaciones en las que aparecen Mujeres son de cabecera (54,71%), el resto son secundarias (45,29%).

- En las informaciones de *Ámbito Deportivo* un 52,02% son informaciones de cabecera y un 47,98% lo son secundarias.
- En las informaciones de *'Invitadas'* un 72,36% son informaciones de cabecera y un 27,64% lo son secundarias.

Proporcionalmente la relevancia es mayor en el caso de las *'Invitadas'* puesto que las informaciones en las que aparecen Mujeres que son informaciones de cabecera en un 82,53% son de *Ámbito Deportivo*, lo que implica que las de *'Invitadas'* aparezcan un 17,47%.

Tabla 90.- Ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la página según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

	<i>Ámbito Deportivo</i>		<i>'Invitadas'</i>		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
De cabecera	52,02	82,53	72,36	17,47	54,71
Secundaria	47,98	91,94	27,64	8,06	45,29
Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 90 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y Ubicación de la información en la Página ($\chi^2(1, N=4877) = 93,331, p=.001$). La posibilidad de ser información de cabecera aumenta cuando aparecen *'Invitadas'*.

En la tabla 91 se observa la evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la página según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*.

Las informaciones de cabecera de Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* evolucionan de forma ascendente y continua a lo largo del tiempo, en detrimento de las informaciones secundarias:

- A principios de los ochenta la frecuencia de las de cabecera son de un 46% y a finales de la primera década del siglo XXI son de un 60,32%. Sin

embargo, en el año 2010 la frecuencia disminuye de manera considerable a un 44,78%.

El comportamiento de las informaciones de cabecera de Mujeres 'Invitadas' es heterogéneo, su línea de tendencia es mínimamente descendente:

- Si se compara el primer período (72,28%) y el último (78,13%) aumenta en más de cinco puntos, en detrimento de las informaciones secundarias. Pero al comparar el año 1979 (61,11%) y el año 2010 (62,5%) aumenta poco más de un punto.

Tabla 91.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la página según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	De cabecera	41,76	46	48,97	52,78	50,7	60,22	60,32	44,78
	Secundarias	58,24	54	51,03	47,22	49,3	39,78	39,68	55,22
'Invitadas'	De cabecera	61,11	72,22	82,98	78,87	64,29	61,54	78,13	62,5
	Secundarias	38,89	27,78	17,02	21,13	35,71	38,46	21,88	37,5

8.7.3.1. AS ELEVA A LAS 'INVITADAS' A LA CABECERA DE LAS PÁGINAS

La tabla 92 analiza la jerarquía según la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres, en el Ámbito Deportivo y en el 'Invitadas' en la página por medios de comunicación.

En general, con la excepción el diario *As* (49,08%), en los otros tres diarios más de la mitad de las informaciones en las que aparecen Mujeres son de cabecera: *Sport* (66,03%) es el diario que más incluye, le sigue *Mundo Deportivo* (56,9%) y *Marca* (52,19%).

Al analizar la tabla 92 según la pertenencia, o no, de las Mujeres al Ámbito Deportivo se observa que en los cuatro diarios:

- Las informaciones de 'Invitadas' se publican con mayor frecuencia como informaciones de cabecera que como informaciones secundarias.
- En las informaciones de cabecera que pertenecen al Ámbito Deportivo las frecuencias disminuyen en los cuatro diarios. Se mantiene por encima de

la mitad en *Marca* (51,74%), *Sport* (65,09%) y *Mundo Deportivo* (55,26%). En *As* (43,19%) el porcentaje es inferior a la mitad.

Al analizar cada caso en cada medio se comprueba que:

- Las informaciones de cabecera proporcionalmente son superiores en el caso de las 'Invitadas' los cuatro diarios: *As* (27,33%), *Sport* (23,5%), *Mundo Deportivo* (12,02%) y *Marca* (7,21%)
- Como consecuencia las informaciones secundarias proporcionalmente son superiores en el caso de las *Ámbito Deportivo* en los cuatro diarios: *Marca* (94,47%), *Mundo Deportivo* (94,05%), *As* (92,13%) y *Sport* (79,74%).

Tabla 92.- Ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la página según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* por medio

		<i>Ámbito Deportivo</i>		'Invitadas'		Total
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
<i>Marca</i>	De cabecera	51,74	92,79	58,73	7,21	52,19
	Secundaria	48,26	94,47	41,27	5,53	47,81
	Total	100	93,59	100	6,41	100
<i>As</i>	De cabecera	43,19	72,67	77,01	27,33	49,08
	Secundaria	56,81	92,13	22,99	7,87	50,92
	Total	100	82,58	100	17,42	100
<i>Sport</i>	De cabecera	65,09	76,5	69,28	23,5	66,03
	Secundaria	34,91	79,74	30,72	20,26	33,97
	Total	100	77,6	100	22,4	100
<i>Mundo Deportivo</i>	De cabecera	55,26	87,98	72,73	12,02	56,9
	Secundaria	44,74	94,05	27,27	5,95	43,1
	Total	100	90,6	100	9,4	100

Los datos de la tabla 92 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y Ubicación de la información en la Página en *As* (χ^2 (1,N=1573) = 103,560, p=.001) y *Mundo Deportivo* (χ^2 (1,N=1638) =17,366, p=.001).

En la tabla 93 se observa la evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia o no al *Ámbito Deportivo* por medios de comunicación.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo la tendencia de las informaciones de cabecera es ascendente en los cuatro medios:

- En *Marca* la tendencia ascendente se incrementa de manera considerable a finales de los noventa (42,65%) hasta finales de la primera década del siglo XXI (79,79%).
- En *Mundo Deportivo* y *As* ascienden de manera más homogénea, en el caso de *As* hasta el período 2005-2009 no supera el 50%.
- *Sport* es el que más aumenta en los primeros años, llegan a principios de los noventa a sus índices más altos, un 77,24%, y retrocede en los años siguientes hasta que en el último período se sitúa en un 61,11%.
- Llama la atención que en el año 2010 las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo retroceden en frecuencia en todos los diarios. En *Marca* desciende hasta un 37,93% (más de cuarenta puntos); en *As* hasta el 34,29% (casi diecinueve puntos); en *Mundo Deportivo* hasta el 50,91% (unos seis puntos); y en *Sport* a un 60% (apenas un punto). Como consecuencia aumentan y predominan, en el año 2010, las informaciones secundarias de Mujer pertenecientes al Ámbito Deportivo.

En lo que se refiere a las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' la tendencia de los cuatro medios es muy irregular y diferente en cada uno:

- *Marca* es del diario con el comportamiento más heterogéneo. La tendencia es ascendente: aumenta la frecuencia de manera considerable en la década de los ochenta (del 22% al 80%); desciende a principios de los noventa a un 50% donde se mantiene hasta finales de la década; en el siglo XXI vuelve a aumentar llegan al período 2005-2009 con un 83,33%. Sin embargo en el año 2010 no se ha registrado ninguna información de con estas características.
- Los diarios *As* y *Sport* evolucionan de manera descendente. Hasta el siglo XXI la tendencia descendente de ambos es constante, más pronunciada en el caso de *As*. En el siglo XXI aumentan (en el caso de *Sport* a un 72%, algo más de dos puntos respecto al primer período, y en el caso de *As* a 83,87%, menos de seis puntos respecto al primer período).

- En *Mundo Deportivo*, aunque asciende hasta finales de los noventa, como luego desciende hasta finales de la primera década del siglo XXI tiende a mantenerse. La diferencia entre el primer período analizado (64,71%) y el último (65,22%) es muy similar. En este diario para el primer año de análisis 1979 no se ha recogido ningún caso de estas características y en el último, 2010, solo un 33,33%, en estos dos años e marcan las frecuencias más bajas.
- Como conclusión en el año 2010 el diario *As* y *Sport* dan prioridad a las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' situándolas en la parte superior de la página en más de 80% de los casos. *Marca* y *Mundo Deportivo* sitúan este tipo de informaciones en la parte inferior con porcentajes muy altos, en el caso de *Marca* es de un 100% y en el caso de *Mundo Deportivo* es de un 66,67%.

Tabla 93.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la página según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación

		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010	
Ámbito Deportivo	<i>Marca</i>	De cabecera	45,45	46,03	45,24	51,72	42,65	66,04	79,79	37,93
		Secundaria	54,55	53,97	54,76	48,28	57,35	33,96	20,21	62,07
	<i>As</i>	De cabecera	33,33	40,1	42,71	39,01	44,04	49,06	53,22	34,29
		secundaria	66,67	59,9	57,29	60,99	55,96	50,94	46,78	65,71
	<i>Sport</i>	De cabecera	33,33	50	65,38	77,24	65,52	64,86	61,11	60
		Secundaria	66,67	50	34,62	22,76	34,48	35,14	38,89	40
	<i>Mundo Deportivo</i>	De cabecera	52,63	50,46	53,16	57,09	55,47	61,45	56,93	50,91
		Secundaria	47,37	49,54	46,84	42,91	44,53	38,55	43,07	49,09
'Invitadas'	<i>Marca</i>	De cabecera	33,33	22,22	80	50	50	66,67	83,33	0
		Secundaria	66,67	77,78	20	50	50	33,33	16,67	100
	<i>As</i>	De cabecera	72,73	90,24	88,1	81,08	60	50	83,87	81,82
		Secundaria	27,27	9,76	11,9	18,92	40	50	16,13	18,18
	<i>Sport</i>	De cabecera	66,67	69,49	82,35	66,67	56,25	57,14	72	80
		Secundaria	33,33	30,51	17,65	33,33	43,75	42,86	28	20
	<i>Mundo Deportivo</i>	De cabecera	0	64,71	76,67	85,71	78,57	80	65,22	33,33
		Secundaria	100	35,29	23,33	14,29	21,43	20	34,78	66,67

8.7.4. PREDOMINIO DE LOS TÍTULOS A UNA COLUMNA

La tabla 94 analiza la jerarquía de las informaciones en las que aparecen Mujeres según el porcentaje de extensión en columnas de los títulos. En general, los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la mayoría de los casos, un 45,25%, son a una columna; el 24,4% va a dos columnas; el 13,76% a tres; el 8,88% a cuatro y el 6,09% a cinco. Los títulos a más de cinco columnas suponen un 1,62% distribuidos de la siguiente manera: títulos de 5+1 columna un 0,57%; de 5+2 un 0,51%; de 5+3 un 0,31%; de 5+4 un 0,12%; y de 5+5 un 0,10%.

Al analizar la tabla 94 diferenciando entre las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* y las *‘Invitadas’*:

- En las de *Ámbito Deportivo* predominan los títulos a una columna (47,67%), le siguen las de dos (23,18%), las de tres (13,16%), las de cuatro (8,86%), las de cinco (5,6%) y las de más de cinco (1,54%).
- En las *‘Invitadas’* predominan los títulos a dos columnas (32,45%), le siguen los de una columna (29,35%), las de tres (17,7%), las de cinco (9,32%), las de cuatro (9,01%) y las de más de cinco (2,17%).

Tabla 94.- Extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

		<i>Ámbito Deportivo</i>		<i>‘Invitadas’</i>		Total
		% del n de la columna	% de la fila	% del n de la columna	% de la fila	% del n de la columna
Número de columnas	Una	47,67	91,44	29,35	8,56	45,25
	Dos	23,18	82,44	32,45	17,56	24,4
	Tres	13,16	83,01	17,7	16,99	13,76
	Cuatro	8,86	86,61	9,01	13,39	8,88
	Cinco	5,6	79,8	9,32	20,2	6,09
	Más de cinco	1,54	82,28	2,17	17,72	1,62
	Total	100	86,8	100	13,2	100

Al analizar la distribución según el número de columnas de los títulos (tabla 94):

- Solo en el caso de los títulos a una columna (91,44%) las informaciones de *Ámbito Deportivo* se sitúan por encima de la media.
- En el resto de los casos son las informaciones de *‘Invitadas’* las que se sitúan por encima de la media, el mayor porcentaje se produce en las informaciones de cinco columnas (20,2%).

Los datos de la tabla 94 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Extensión en Columnas ($\chi^2(5, N=4877) = 83,694, p=.001$).

En la tabla 95 se observa la evolución de la extensión en columnas en las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

- Las de Ámbito Deportivo evolucionan aumentando claramente los títulos a una columna y como consecuencia disminuyen el resto: sobre todo los de dos columnas que predominan en los primeros años y disminuyen más de la mitad de la frecuencia al final del análisis.
- En las 'Invitadas' ascienden los de una columna fundamentalmente en detrimento de los de dos. Los títulos a tres columnas ascienden y llegan a superar en el último período, 2005-2009, a los de dos. Los de cuatro y cinco se mantienen, llegando a aumentar unas décimas. Los de más de cinco son las que desaparecen en el siglo XXI.

Tabla 95.- Evolución de la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

Número de columnas		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Una	36,26	29,85	34,34	46,13	60,51	53,12	62,12	69,4
	Dos	37,36	36,62	33,24	22,4	13,25	15,27	15,62	15,67
	Tres	17,58	15,38	17,52	10,53	11,59	13,33	11,31	8,21
	Cuatro	2,2	9,69	9,38	11,02	8,41	12,04	4,31	3,73
	Cinco	6,59	6,46	4,69	6,17	4,84	6,24	5,92	2,99
	Más De Cinco	0	2	0,83	3,75	1,39	0	0,72	0
'Invitadas'	Una	50	25,4	12,77	14,08	36,9	45,05	32,03	40,63
	Dos	27,78	43,65	43,62	47,89	19,05	19,78	25,78	21,88
	Tres	16,67	15,08	15,96	9,86	14,29	18,68	26,56	21,88
	Cuatro	0	7,94	8,51	11,27	13,1	9,89	7,81	6,25
	Cinco	5,56	5,56	13,83	9,86	15,48	6,59	7,81	9,38
	Más De Cinco	0	2,37	5,32	7,05	1,19	0	0	0

8.7.4.1. MAYOR EXTENSIÓN EN COLUMNAS DE LOS TÍTULOS DE LAS INFORMACIONES DE 'INVITADAS' EN LOS CUATRO DIARIOS

La tabla 96 analiza la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medio de comunicación. En general se aprecia claramente que los cuatro diarios se comportan de manera diferente a la hora de titular las informaciones en las que aparecen Mujeres por el número que ocupan los títulos:

- En los cuatro diarios predominan las informaciones cuyo título se presenta en una columna pero sus frecuencias son diferentes: por encima del 50% *Mundo Deportivo* (52,38%) y *Marca* (50,05%), y por debajo los diarios *As*, (41,39%) y *Sport* (30,16%).
- Le siguen las informaciones cuyo título se presenta en dos columnas con frecuencias comprendidas entre el 20 y el 30%: en el diario *As* (28,04%) es donde más predominan, le siguen *Sport* (27,82%), *Marca* (21,46%) y *Mundo Deportivo* (21,25%).
- Los títulos a tres columnas ocupan el tercer lugar en todos los diarios menos en *Mundo Deportivo* (8,24%) en el que ocupan el quinto. Son más frecuentes en el diario *Sport* (19,03%), *As* (16,53%) y *Marca* (14,85%).
- Los títulos a cuatro columnas ocupan el cuarto lugar en todos los diarios menos en *Mundo Deportivo* (9,4%) en el que ocupan el tercero. Son más frecuentes en el diario *Sport* (10,69%) y *Marca* (9,46%), y menos en *As* (7,18%).
- Los títulos a cinco columnas ocupan el quinto lugar en todos los diarios menos en *Mundo Deportivo* (8,36%) en el que ocupan el cuarto, el diario con mayor frecuencia. Le sigue *Sport* (6,3%), *As* (5,53%) y *Marca* (3,05%).
- Por último, Los títulos a más de cinco columnas son más frecuentes en el diario *Sport* (6%). Muy por detrás *As* (1,34%), *Marca* (1,12%) y *Mundo Deportivo* (0,37%).

Tabla 96.- Extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio

	Ámbito Deportivo			'Invitadas'		Total
	Número de columnas	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
MARCA	Una	50,76	94,92	39,68	5,08	50,05
	Dos	20,87	91	30,16	9	21,46
	Tres	15	94,52	12,7	5,48	14,85
	Cuatro	9,13	90,32	14,29	9,68	9,46
	Cinco	3,04	93,33	3,17	6,67	3,05
	Más de cinco	1,2	100	0	0	1,12
	Total	100	93,59	100	6,41	100
AS	Una	44,8	89,4	25,18	10,6	41,39
	Dos	25,94	76,42	37,96	23,58	28,04
	Tres	15,78	78,85	20,07	21,15	16,53
	Cuatro	7,16	82,3	7,3	17,7	7,18
	Cinco	5,39	80,46	6,2	19,54	5,53
	Más de cinco	0,92	57,14	3,28	42,86	1,34
	Total	100	82,58	100	17,42	100
SPORT	Una	30,75	79,13	28,1	20,87	30,16
	Dos	26,04	72,63	33,99	27,37	27,82
	Tres	18,87	76,92	19,61	23,08	19,03
	Cuatro	11,32	82,19	8,5	17,81	10,69
	Cinco	5,85	72,09	7,84	27,91	6,3
	Más de cinco	7,17	92,68	1,96	7,32	6
	Total	100	77,6	100	22,4	100
MUNDO DEPORTIVO	Una	54,31	93,94	33,77	6,06	52,38
	Dos	21,16	90,23	22,08	9,77	21,25
	Tres	7,68	84,44	13,64	15,56	8,24
	Cuatro	9,3	89,61	10,39	10,39	9,4
	Cinco	7,28	78,83	18,83	21,17	8,36
	Más de cinco	0,27	66,67	1,3	33,33	0,37
	Total	100	90,6	100	9,4	100

En la tabla 96 se observan los porcentajes de la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio.

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al **Ámbito Deportivo** los porcentajes apenas difieren unas décimas con los porcentajes generales de las informaciones de todas las informaciones en las que aparecen Mujeres:

- Los títulos a una columna predominan en los cuatro diarios: *Mundo Deportivo* (54,31%), *Marca* (50,76%), *As* (44,8%) y en *Sport* (30,75%).

- Los títulos a dos columnas ocupan el segundo lugar, son más frecuentes en *Sport* (26,04%), *As* (25,94%) *Mundo Deportivo* (21,16%) y *Marca* (20,87%).
- Los títulos a tres columnas ocupan el tercer lugar en *Sport* (18,87%), *As* (15,78%) y *Marca* (15%). En *Mundo Deportivo* (7,65%) ocupan el cuarto.
- Los títulos a cuatro columnas ocupan el cuarto lugar en *Sport* (11,32%), *Marca* (9,13%) y *As* (7,16%) y En *Mundo Deportivo* (9,3%) ocupan el tercero.
- Los títulos a cinco columnas ocupan el quinto lugar en *Mundo Deportivo* (7,28%), *As* (5,39%) y *Marca* (3,04%). En *Sport* (5,85%) ocupa el sexto.
- Por último, Los títulos a más de cinco columnas ocupan el sexto lugar en *Marca* (1,2%), *As* (0,92%) y *Mundo Deportivo* (0,27%). En *Sport* (7,17%) ocupa el quinto.

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' los porcentajes si difieren:

- Los títulos a una columna predominan en *Marca* (39,68%) y *Mundo Deportivo* (33,77%); en *Sport* (28,1%) y *As* (25,18%) ocupan el segundo lugar.
- Los títulos a dos columnas predominan en *As* (37,96%) y *Sport* (33,99%) ocupando el primer lugar; en *Marca* (30,16%) y *Mundo Deportivo* (22,08%) ocupan el segundo.
- Los títulos a tres columnas ocupan el tercer lugar en *As* (20,07%) y *Sport* (19,61%); en *Mundo Deportivo* (13,64%) y *Marca* (12,7%) ocupan el cuarto lugar.
- Los títulos a cuatro columnas ocupan el tercer lugar en *Marca* (14,29%); el cuarto lugar en *Sport* (8,5%) y *As* (7,3%); y el quinto en *Mundo Deportivo* (10,39%).
- Los títulos a cinco columnas ocupan el tercer lugar en *Mundo Deportivo* (18,83%); y el quinto en *Sport* (7,84%), *As* (6,2%); y *Marca* el quinto en (3,17%).
- Por último, en todos los diarios - con la excepción *Marca* en el que no se recoge ningún caso - las informaciones cuyo título se presenta en más de cinco columnas, más frecuentes en *As* (6,2%), seguido de *Sport* (1,96%) y *Mundo Deportivo* (1,3%).

Si se comparan los diferentes ámbitos según la extensión en columnas de los títulos de las informaciones también se encuentran diferencias en los medios. En el caso de las informaciones de *Ámbito Deportivo* se sitúan por encima de la media:

- En el diario *Marca*, por este orden: los títulos de más de cinco columnas, los de una y los de tres.
- En *Sport*, por este orden: los títulos de más de cinco columnas, de cuatro y los de una columna.
- En *As y Mundo Deportivo* sólo los títulos a una columna se sitúan por encima de la media en el *Ámbito Deportivo*.

En el resto de los casos son las 'Invitadas' las que se sitúan por encima de la media.

Los datos de la tabla 96 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y Extensión en Columnas en el diario *As* ($\chi^2(1, N=1573) = 44,943, p=.001$). No ocurre lo mismo en *Sport* ($\chi^2(5, N=683) = 10,010, p=.075$), donde se confirma que no existe relación.

En la tabla 97 se observan la evolución de la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* por medios de comunicación. Evolucionan de la siguiente manera:

- Los títulos a una columna evolucionan de manera ascendente en *Marca, As y Mundo Deportivo* (lo hacen de manera irregular, menos pronunciado en *Marca*). En *Sport* evolucionan de manera descendente, debido a la fuerte bajada que se produce en la década de los ochenta (del 41,67% al 21,15%). Durante los siguientes años asciende, pero no llega a recuperarse (pierde más de diez puntos).
- Los títulos a dos columnas evolucionan de manera descendente en los diarios *Marca, As y Mundo Deportivo* (lo hacen de manera irregular, menos pronunciado en *Marca*). En *Sport* evolucionan de manera ascendente (aumentan más de ocho puntos).
- La evolución de la frecuencia de los títulos a tres columnas varía de un diario a otro. *Marca* y *As* descienden de manera heterogénea pero continuada en el tiempo. *Sport* y *Mundo Deportivo* evolucionan de manera ascendente, aunque si se tiene en cuenta las grandes subidas que sufren en los períodos centrales el ascenso no es tan pronunciado.

- Los títulos a cuatro columnas también evolucionan de manera diferente en cada diario. En *Marca* ascienden a lo largo del tiempo. *As*, *Sport* y *Mundo Deportivo* evolucionan de manera descendente: en *Sport* descienden hasta desaparecer; en *Mundo Deportivo* descienden más de trece puntos y medio; y en *As* pierden en torno a cuatro puntos.
- La evolución de la frecuencia de los títulos a cinco columnas también varía de un diario a otro. En *Marca* descienden a lo largo del tiempo, llega a desaparecer a finales de los noventa, por lo que su evolución es muy heterogénea. En *Mundo Deportivo* también descienden pero de manera más pronunciada (más de siete puntos y medio). *As* y *Sport* evolucionan de manera ascendente, este último de manera más pronunciada.
- Los títulos a más de cinco columnas son inconstantes en el tiempo y, en general, tienden a disminuir en el tiempo. Llama la atención la gran subida a principios de los noventa del diario *Sport* 20,33%.

Tabla 97.- Evolución de la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo por medios de comunicación

		ÁMBITO DEPORTIVO							
		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
MARCA	Una	39,39	37,04	57,14	50,57	61,61	45,28	55,32	62,07
	Dos	27,27	36,51	11,9	20,69	11,37	20,75	17,02	20,69
	Tres	33,33	18,52	25	11,49	8,06	18,87	12,77	6,9
	Cuatro	0	2,12	5,95	13,22	11,85	14,15	9,57	10,34
	Cinco	0	5,29	0	2,87	3,79	0,94	4,26	0
	Más de cinco	0	0,53	0	1,15	3,32	0	1,06	0
AS	Una	25,93	19,8	18,75	56,03	68,39	51,89	64,91	74,29
	Dos	40,74	39,59	48,26	19,86	8,81	10,38	13,45	5,71
	Tres	11,11	23,86	23,26	11,35	10,36	13,21	10,53	11,43
	Cuatro	0	7,61	5,56	8,87	6,74	16,04	4,09	0
	Cinco	22,22	4,57	4,17	2,84	5,7	8,49	7,02	8,57
	Más de cinco	0	4,57	0	1,06	0	0	0	0
SPORT	Una	75	41,67	21,15	23,58	25	40,54	31,11	46,67
	Dos	8,33	25	25	23,58	26,72	24,32	33,33	26,67
	Tres	0	14,58	17,31	12,2	34,48	9,46	22,22	13,33
	Cuatro	16,67	12,5	23,08	20,33	6,03	9,46	0	6,67
	Cinco	0	0	1,92	0	5,17	16,22	12,22	6,67
	Más de cinco	0	6,25	11,54	20,33	2,59	0	1,11	0
MUNDO DEPORTIVO	Una	21,05	30,09	45,18	42,91	69,43	63,69	76,73	76,36
	Dos	68,42	36,57	26,25	25,91	12,08	11,17	8,91	16,36
	Tres	10,53	5,09	9,97	8,1	5,28	11,73	6,44	5,45
	Cuatro	0	17,59	11,63	7,29	7,92	9,5	3,96	1,82
	Cinco	0	10,65	6,98	15,38	4,91	3,91	2,97	0
	Más de cinco	0	0	0	0,4	0,38	0	0,99	0

En la tabla 98 se observan la evolución de la extensión de la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' por medios de comunicación.

Los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' evolucionan de la siguiente manera:

- La línea de tendencia de los títulos a una columna, por lo general, es ascendente en los cuatro diarios. Sin embargo, al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009: descienden en *Marca* (más de veintidós puntos) y *As* (más de seis puntos y medio); y aumentan en *Sport* (casi dieciocho puntos) y *Mundo Deportivo* (más de treinta y tres puntos)
- Los títulos a dos columnas evolucionan de manera descendente en los cuatro diarios. Al comparar el primer período analizado y el último: *As* es el que menos desciende (casi dos puntos); le sigue *Marca* (cinco puntos y medio) *Sport* (más de treinta puntos y medio) y *Mundo Deportivo* (treinta y cuatro puntos).
- La frecuencia de los títulos a tres columnas varía de un diario a otro y se caracteriza por sus fuertes bajadas y subidas. Así al comparar el primer y último período analizado en los cuatro diarios ascienden: en *Marca* es en el que menos ascienden (cinco puntos y medio), le sigue *As* (más de ocho puntos y medio), *Sport* (más de catorce puntos) y *Mundo Deportivo* (más de dieciocho puntos y medio).
- Los títulos a cuatro, cinco y más de cinco columnas evolucionan de manera heterogénea e inconstante, difícilmente describible. Al comparar el primer y último período analizado:
 - Los títulos a cuatro columnas ascienden: en *Marca* (del 0% al 16,67%); *Mundo Deportivo* (del 11,76% al 13,04%) En *As* se mantiene en torno al 4,85%. En *Sport* descienden (del 10,17% al 4%).
 - Los títulos a cinco columnas ascienden en todos los diarios: en *As* (del 2,44% al 9,68%), en *Marca* (del 0% al 5,56%) y en *Sport* (del 3,39% al 8%). En *Mundo Deportivo* descienden (del 23,53% al 4,35%).
 - Los títulos de más de cinco columnas son más inconstantes en el tiempo: en ningún medio se registran casos en el siglo XXI.

Tabla 98.- Evolución de la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' por medios de comunicación

		'INVITADAS'							
		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
MARCA	Una	66,67	66,67	0	25	40	33,33	44,44	0
	Dos	33,33	33,33	20	25	10	41,67	27,78	100
	Tres	0	0	40	50	10	16,67	5,56	0
	Cuatro	0	0	40	0	30	8,33	16,67	0
	Cinco	0	0	0	0	10	0	5,56	0
	Más de cinco	0	0	0	0	0	0	0	0
AS	Una	54,55	29,27	2,38	10,81	43,33	42,5	22,58	18,18
	Dos	18,18	34,15	69,05	56,76	26,67	12,5	32,26	45,45
	Tres	18,18	21,95	16,67	8,11	13,33	20	30,65	27,27
	Cuatro	0	4,88	0	10,81	10	17,5	4,84	9,09
	Cinco	9,09	2,44	7,14	2,7	6,67	7,5	9,68	0
	Más de cinco	0	7,32	4,76	10,81	0	0	0	0
SPORT	Una	33,33	22,03	23,53	11,11	18,75	42,86	40	50
	Dos	33,33	50,85	41,18	33,33	18,75	21,43	20	0
	Tres	33,33	13,56	5,88	22,22	25	28,57	28	30
	Cuatro	0	10,17	5,88	22,22	12,5	0	4	10
	Cinco	0	3,39	11,76	11,11	18,75	7,14	8	10
	Más de cinco	0	0	11,76	0	6,25	0	0	0
MUNDO DEPORTIVO	Una	0	5,88	23,33	19,05	39,29	56	39,13	66,67
	Dos	100	47,06	13,33	42,86	14,29	20	13,04	0
	Tres	0	11,76	16,67	0	10,71	12	30,43	11,11
	Cuatro	0	11,76	16,67	9,52	10,71	4	13,04	0
	Cinco	0	23,53	26,67	23,81	25	8	4,35	22,22
	Más de cinco	0	0	3,33	4,76	0	0	0	0

8.7.5. LOS APOYOS: MÁS FRECUENTES EN LAS INFORMACIONES DE 'INVITADAS'

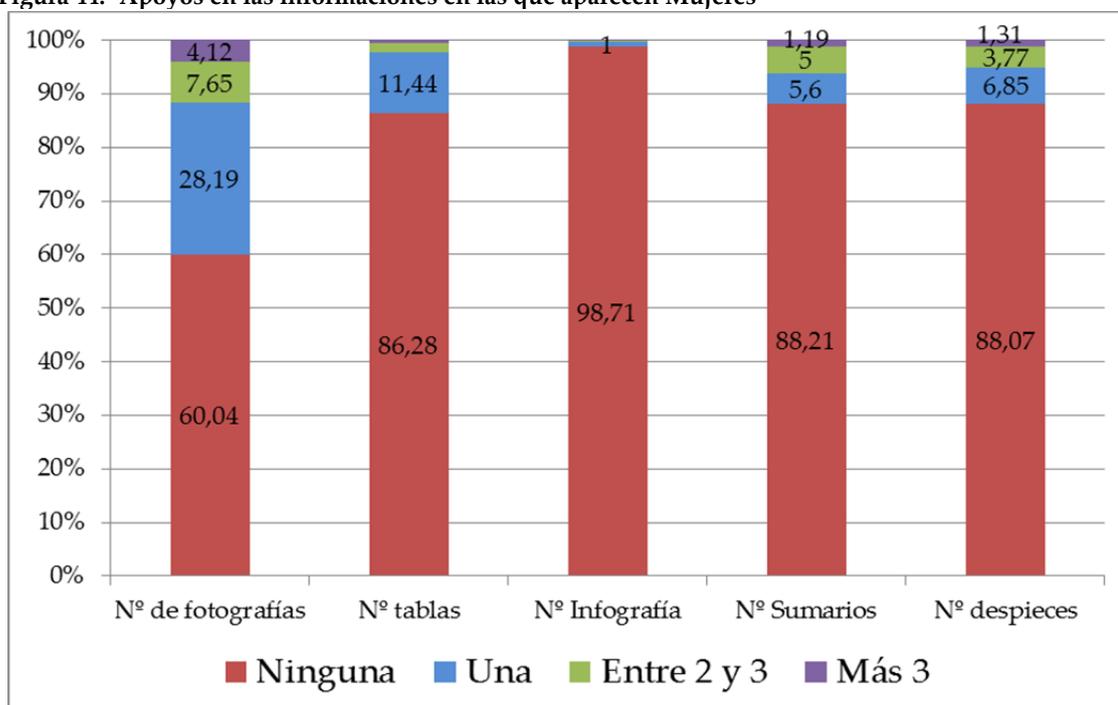
En la tabla 99 se observa que la media de apoyos, tanto gráficos como literarios, que acompañan a las informaciones en las que aparecen Mujeres es de 1,38. En el caso de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen al *Ámbito Deportivo* la media de apoyos es de 1,29, por debajo de la media, y la media en las de 'Invitadas' es de 1,98. En concreto los datos reflejan diferencias estadísticamente significativas en el uso de Apoyos a favor de las Mujeres 'Invitadas' ($t_{4875}=-6.343$, $p=.001$).

Tabla 99.- Media de apoyos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*

	MEDIA
<i>Ámbito Deportivo</i>	1,29 ±2,53
'Invitadas'	1,98 ±2,96
Total	1,38 ±2,6

La figura 44 analiza de forma pormenorizada los tipos de apoyos de las informaciones en las que aparecen Mujeres: fotografías, tablas, infografías y otros gráficos, sumarios y despieces.

Figura 44.- Apoyos en las informaciones en las que aparecen Mujeres



En la figura 44 se aprecia claramente que los apoyos en las informaciones en las que aparecen Mujeres son poco frecuentes. El apoyo más utilizado es la Fotografía y el menos la Infografía.

El hecho de que cuando se trata de informaciones de Mujeres se minimice la presencia de apoyos gráficos y literarios, significa que se hace otro tanto con la presencia de la Mujer.

Al observar la evolución de la media de apoyos total (tabla 100) de las informaciones de Mujeres la tendencia es ascendente., algo lógico por la propia evolución tecnológica aplicada en la maquetación de los diarios deportivos. Pero teniendo en cuenta que el aumento es mayor en el caso de las 'Invitadas', las de Ámbito Deportivo vuelven a encontrarse en inferioridad de condiciones (se sitúan siempre por debajo de la media.

Al comparar los años 1979 y 2010 las diferencias entre los dos perfiles se hacen más visibles: en las de Ámbito Deportivo ascienden 23 centésimas (casi inapreciable) y en las 'Invitadas' ascienden casi dos puntos y medio.

Tabla 100.- Evolución de la media de apoyos en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

	1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito deportivo	0,58 ±1,14	1 ±2,81	0,9 ±1,75	1,48 ±2,59	1,53 ±2,71	1,5 ±2,53	1,55 ±2,91	0,81 ±1,46
'Invitadas'	0,89 ±0,9	1,32 ±2,18	1,96 ±2,38	2,34 ±2,88	2,55 ±4,07	1,92 ±2,54	1,93 ±2,74	3,41 ±5,12
Total	0,63 ±1,1	1,05 ±2,72	1,03 ±1,86	1,54 ±2,62	1,63 ±2,88	1,57 ±2,53	1,62 ±2,88	1,31 ±2,77

En la tabla 101 se observa que la media de apoyos que acompañan a las informaciones en las que aparecen Mujeres por medios.

El mayor número de apoyos que acompañan a las informaciones se produce en *Sport*, con una media de 2,44 (2,48 en el Ámbito Deportivo y 2,29 en el 'Invitadas'). Le sigue el diario *Marca* con un 1,49 de media (1,49 en el Ámbito Deportivo y 1,56 en el 'Invitadas'). En tercer lugar el diario *As* con un 1,15 de media (1,01 en el Ámbito Deportivo y 1,77 en el 'Invitadas'). Por último *Mundo Deportivo* con un 1,1 de media (0,98 en el Ámbito Deportivo y 2,23 en el 'Invitadas').

Tabla 101.- Media de apoyos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* por medio

	<i>Ámbito Deportivo</i>	'Invitadas'	Total
APOYOS	Media	Media	Media
<i>MARCA</i>	1,49 ±3,14	1,56 ±2,72	1,49 ±3,11
<i>AS</i>	1,01 ±2,28	1,77 ±2,62	1,15 ±2,36
<i>SPORT</i>	2,48 ±3,14	2,29 ±3,3	2,44 ±3,18
<i>MUNDO DEPORTIVO</i>	0,98 ±1,84	2,23 ±3,21	1,1 ±2,04

En concreto los datos de la tabla 101 reflejan diferencias estadísticamente significativas en el uso de Apoyos a favor de las Mujeres 'Invitadas' en *As* ($t_{1571}=-4.857$, $p=.001$) y *Mundo Deportivo* ($t_{1636}=-7,389$, $p=.001$). No se reflejan diferencias estadísticamente significativas en el uso de Apoyos en *Marca* ($t_{981}=-0.167$, $p=.068$) y *Sport* ($t_{681}=0.663$, $p=.507$).

No olvidemos que el diseño de la prensa deportiva va más encaminado a lo visual, a llamar la atención, y no tanto al contenido. Los apoyos gráficos (fotografías, infografías y tablas) y los literarios (sumarios y despieces) son parte sustancial de la información, por lo que minimizando los apoyos también se minimizan las informaciones de Mujeres, fundamentalmente las de *Ámbito Deportivo*, quedando resignadas a notas informativas.

A continuación se muestra el análisis de los apoyos de manera pormenorizada donde se evidencia la falta de los mismos, exceptuando las fotografías.

8.7.5.1. POCOS APOYOS LITERARIOS

En la tabla 102 se analizan de forma pormenorizada los apoyos literarios de las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*.

Las frecuencias en general son muy bajas. Se observa que en el caso de los despieces predominan en las informaciones de 'Invitadas' y en los sumarios en las que pertenecen al *Ámbito Deportivo*.

Tabla 102.- Sumarios y despieces en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo**

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Nº SUMARIOS	Ninguno	88,59	87,17	85,71	12,83	88,21
	Uno	5,58	86,45	5,75	13,55	5,6
	Entre 2 Y 3	4,87	84,43	5,9	15,57	5
	Más 3	0,97	70,69	2,64	29,31	1,19
	Total	100	86,8	100	13,2	100
Nº DESPIECES	Ninguno	88	86,73	88,51	13,27	88,07
	Uno	6,83	86,53	6,99	13,47	6,85
	Entre 2 Y 3	3,87	89,13	3,11	10,87	3,77
	Más 3	1,3	85,94	1,4	14,06	1,31
	Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 102 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al **Ámbito Deportivo** y **Número de Sumarios** como apoyo (χ^2 (3,N=4877) = 14,874, p=.002). No ocurre lo mismo entre las variables Pertenencia al **Ámbito Deportivo** y **Número de Despieces** como apoyo (χ^2 (3,N=4877) = 954, p=.812), donde no existen relaciones estadísticamente significativas.

En la tabla 103 se observa la evolución del porcentaje de los apoyos, de manera detallada, en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo**.

Los sumarios son más frecuentes en las informaciones donde las Mujeres son **'Invitadas'**, con la excepción los períodos 1985-1989, donde la de **Ámbito Deportivo** supera en una décima a las **'Invitadas'**, y 2000-2004, donde lo hace en dos puntos y medio. Ambos perfiles marcan una tendencia ascendente a lo largo del tiempo con comportamientos diferentes.

- Al comparar los años 1979 y 2010 se refleja el aumento en los respectivos ámbitos, de manera más acrecentada en el caso de las **'Invitadas'** (de no aparecer ninguno a una frecuencia del 25,1%) y menor en el caso del **Ámbito Deportivo** (de 3,3% a 7,4%).

Los despieces marcan una línea de tendencia ascendente en las informaciones de **'Invitadas'** y descendente en las de **Ámbito Deportivo**. En los primeros años las de **Ámbito Deportivo** aparecían con más despieces que las **'Invitadas'**, pero a partir de finales de los ochenta la cosa cambia y las **'Invitadas'** superan a las de **Ámbito Deportivo**.

- Al comparar los años 1979 y 2010 se confirma el aumento de las 'Invitadas' (del 5,6% al 9,4%) y el descenso de las de Ámbito Deportivo (de 13,2% a 4,5%).

Tabla 103.- Evolución de los apoyos en las informaciones en las que aparecen Mujeres diferenciando entre su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo estableciendo grupos de años

			1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
N° SUMARIOS	Ámbito Deportivo	Ninguno	96,7	95,2	91,3	85,8	84,2	85,4	88	92,5
		Uno	2,2	1,8	5	5,1	9,7	7,3	5,6	2,2
		Entre 2 y 3	1,1	1,8	3,3	7,6	4,6	6,7	5,7	5,2
		Más 3	0	1,1	0,4	1,5	1,5	0,6	0,7	0
	'Invitadas'	Ninguno	100	92,1	91,5	80,3	73,8	87,9	85,2	75
		Uno	0	3,2	3,2	7	10,7	1,1	8,6	12,5
		Entre 2 y 3	0	1,6	4,3	9,9	11,9	6,6	5,5	6,3
		Más 3	0	3,2	1,1	2,8	3,6	4,4	0,8	6,3
N° DESPIECES	Ámbito Deportivo	Ninguno	86,8	90,3	91,3	82,6	85,7	88	90,7	95,5
		Uno	7,7	5,4	4,3	10,5	7,6	7,7	5,2	3
		Entre 2 y 3	4,4	2,5	3,3	6,2	5,1	3	2,3	1,5
		Más 3	1,1	1,8	1,1	0,7	1,5	1,3	1,8	0
	'Invitadas'	Ninguno	94,4	97,6	90,4	81,7	83,3	83,5	87,5	90,6
		Uno	5,6	1,6	4,3	11,3	9,5	9,9	8,6	6,3
		Entre 2 y 3	0	0,8	4,3	5,6	4,8	5,5	1,6	0
		Más 3	0	0	1,1	1,4	2,4	1,1	2,3	3,1

8.7.5.1.1. LOS SUMARIOS Y DESPIECES: MAYOR PRESENCIA EN *SPORT*

En la tabla 104 se analizan el total del número de sumarios que acompañan a las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, de las Mujeres al Ámbito Deportivo. Los datos muestran que los sumarios son poco frecuentes en todos los diarios excepto en *Sport*, tanto en las informaciones de Ámbito Deportivo (36,03%) como en las 'Invitadas' (23,53%).

Las diferencias entre los cuatro diarios a la hora de utilizar sumarios se acrecientan en las informaciones de Ámbito Deportivo.

Tabla 104.- Sumarios que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	
Nº DE SUMARIOS	MARCA	Ninguno	91,63	93,67	90,48	6,33	91,56
		Uno	4,02	97,37	1,59	2,63	3,87
		Entre 2 y 3	3,59	86,84	7,94	13,16	3,87
		Más 3	0,76	100	0	0	0,71
		Total	100	93,59	100	6,41	100
	AS	Ninguno	91,3	82,59	91,24	17,41	91,29
		Uno	5,62	89,02	3,28	10,98	5,21
		Entre 2 y 3	2,16	80	2,55	20	2,23
		Más 3	0,92	60	2,92	40	1,27
		Total	100	82,58	100	17,42	100
	SPORT	Ninguno	63,96	74,34	76,47	25,66	66,76
		Uno	11,13	77,63	11,11	22,37	11,13
		Entre 2 y 3	21,32	88,98	9,15	11,02	18,59
		Más 3	3,58	79,17	3,27	20,83	3,51
		Total	100	77,6	100	22,4	100
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguno	93,13	91,52	83,12	8,48	92,19
		Uno	4,51	87,01	6,49	12,99	4,7
		Entre 2 y 3	2,16	72,73	7,79	27,27	2,69
		Más 3	0,2	42,86	2,6	57,14	0,43
		Total	100	90,6	100	9,4	100

En la tabla 105 se analizan el total del número de despieces que acompañan a las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, de las Mujeres al **Ámbito Deportivo**. Los datos muestran que los despieces son poco frecuentes en todos los diarios.

En general los despieces son más frecuentes en *Sport* y *Marca* que en *As* y *Mundo Deportivo*:

- En el diario *Sport* un 16,6% de las informaciones del **Ámbito Deportivo** van acompañadas de despieces; por detrás le sigue *Marca* con un 14,35%; *Mundo Deportivo* 10,64%; y *As* 10,01%.
- En las de 'Invitadas' *Mundo Deportivo* con un 13,64%, es el que más frecuencia presenta de despieces; le sigue *Marca* con un 12,7%; *Sport* 11,76%; y *As* con un 9,85%

Tabla 105.- Despieces que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	
Nº DE DESPIECES	MARCA	Ninguno	85,65	93,48	87,3	6,52	85,76
		Uno	7,83	93,51	7,94	6,49	7,83
		Entre 2 y 3	5,11	95,92	3,17	4,08	4,98
		Más 3	1,41	92,86	1,59	7,14	1,42
		Total	100	93,59	100	6,41	100
	AS	Ninguno	89,99	82,56	90,15	17,44	90,02
		Uno	4,93	80	5,84	20	5,09
		Entre 2 y 3	2,69	81,4	2,92	18,6	2,73
		Más 3	2,39	91,18	1,09	8,82	2,16
		Total	100	82,58	100	17,42	100
	SPORT	Ninguno	83,4	76,6	88,24	23,4	84,48
		Uno	9,62	80,95	7,84	19,05	9,22
		Entre 2 y 3	5,47	87,88	2,61	12,12	4,83
		Más 3	1,51	80	1,31	20	1,46
		Total	100	77,6	100	22,4	100
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguno	89,35	90,88	86,36	9,12	89,07
		Uno	6,87	89,47	7,79	10,53	6,96
		Entre 2 y 3	3,57	89,83	3,9	10,17	3,6
		Más 3	0,2	50	1,95	50	0,37
		Total	100	90,6	100	9,4	100

Los datos de la tabla 106 analizan la evolución de los sumarios como apoyo según la pertenencia, o no, de las Mujeres al **Ámbito Deportivo** por medio de comunicación.

En las de **Ámbito Deportivo** las informaciones con sumarios como apoyo evolucionan de manera ascendente en *Marca*, *Sport* y *Mundo Deportivo* y en el caso de *As* evoluciona de forma descendente. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, la tendencia se confirma:

- En *Marca* aumentan casi doce puntos.
- En *As* disminuyen tres puntos, aunque en el caso de las que van acompañadas de un sumario aumentan más de dos puntos (del 2,54% al 4,68%), en el resto disminuyen claramente hasta casi desaparecer.
- En *Sport* es donde más aumentan, casi veintinueve puntos y medio.

- En *Mundo Deportivo* es donde menos aumentan, dos puntos y medio.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' con sumarios como apoyo evolucionan de manera ascendente en todos los diario (al inicio del análisis ningún periódico recogía casos). En *Marca*, no se recogen hasta finales de los noventa, en el resto de los periódicos comienzan en los ochenta. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, la tendencia se confirma:

- En *Marca* aumentan más de once puntos
- En *As* aumentan dos puntos y medio
- En *Sport* es donde más aumentan, casi veintisiete puntos
- En *Mundo Deportivo* es donde menos aumentan, algo más de un punto.

Los datos de la tabla 107 analizan la evolución de los despieces como apoyo según la pertenencia, o no, de las Mujeres al *Ámbito Deportivo* por medio de comunicación.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* sin despieces como apoyo evolucionan de manera descendente en *Marca*, *As* y *Sport* y ascendente en *Mundo Deportivo*:

En las de *Ámbito Deportivo* las informaciones con despieces como apoyo evolucionan de manera ascendente en *Marca*, *As* y *Sport*, en *Mundo Deportivo* evolucionan de forma descendente. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, la tendencia se confirma:

- En *Marca* aumentan más de diez puntos.
- En *As* disminuyen un punto, aunque en el caso de las que van acompañadas de un despiece aumentan más de un puntos (del 6,09% al 7,6%), en el resto disminuyen.
- En *Sport* aumentan tres puntos y medio
- En *Mundo Deportivo* disminuyen más de cinco puntos.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' con despieces como apoyo evolucionan de manera ascendente en todos los diarios. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, la tendencia se confirma:

- En *Marca* aumentan veintisiete puntos y medio.
- En *As* aumentan cinco puntos

- En *Sport* aumentan siete puntos
- En *Mundo Deportivo* aumentan veintiún puntos y medio.

Tabla 106.- Evolución de los sumarios que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* por medio

		Nº DE SUMARIOS								
		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010	
Ámbito Deportivo	MARCA	Ninguno	100	97,88	96,43	90,23	89,1	84,91	86,17	96,55
		Uno	0	1,06	1,19	0,57	7,11	9,43	7,45	3,45
		Entre 2 y 3	0	1,06	2,38	6,32	3,32	5,66	5,32	0
		Más 3	0	0	0	2,87	0,47	0	1,06	0
	AS	Ninguno	88,89	91,37	89,24	90,07	92,23	92,45	94,74	94,29
		Uno	7,41	2,54	6,6	8,16	6,22	2,83	4,68	2,86
		Entre 2 y 3	3,7	2,54	3,13	1,06	1,55	4,72	0,58	2,86
		Más 3	0	3,55	1,04	0,71	0	0	0	0
	SPORT	Ninguno	100	91,67	55,77	52,03	63,79	67,57	62,22	66,67
		Uno	0	6,25	21,15	8,13	12,93	12,16	11,11	6,67
		Entre 2 y 3	0	2,08	23,08	35,77	13,79	18,92	24,44	26,67
		Más 3	0	0	0	4,07	9,48	1,35	2,22	0
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguno	100	97,22	98,01	94,74	83,4	88,83	94,55	96,36
		Uno	0	0,93	1,66	3,24	12,83	6,7	2,97	0
		Entre 2 y 3	0	1,85	0,33	2,02	3,77	3,35	1,98	3,64
		Más 3	0	0	0	0	0	1,12	0,5	0
'Invitadas'	MARCA	Ninguno	100	100	100	100	80	83,33	88,89	100
		Uno	0	0	0	0	0	0	5,56	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	20	16,67	5,56	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
	AS	Ninguno	100	87,8	97,62	89,19	86,67	97,5	90,32	72,73
		Uno	0	2,44	0	2,7	6,67	0	4,84	18,18
		Entre 2 y 3	0	2,44	2,38	5,41	3,33	0	3,23	0
		Más 3	0	7,32	0	2,7	3,33	2,5	1,61	9,09
	SPORT	Ninguno	100	94,92	58,82	55,56	62,5	71,43	68	60
		Uno	0	1,69	17,65	11,11	25	7,14	20	20
		Entre 2 y 3	0	1,69	17,65	22,22	6,25	14,29	12	20
		Más 3	0	1,69	5,88	11,11	6,25	7,14	0	0
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguno	100	88,24	100	71,43	64,29	84	86,96	88,89
		Uno	0	11,76	0	14,29	10,71	0	8,7	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	14,29	21,43	8	4,35	0
		Más 3	0	0	0	0	3,57	8	0	11,11

Tabla 107.- Evolución de los despieces que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio

			Nº DE DESPIECES							
			1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito Deportivo	MARCA	Ninguno	87,88	91,01	90,48	81,61	81,52	87,74	80,85	96,55
		Uno	9,09	4,76	4,76	12,07	9	8,49	7,45	0
		Entre 2 y 3	3,03	3,7	4,76	5,17	6,64	3,77	7,45	3,45
		Más 3	0	0,53	0	1,15	2,84	0	4,26	0
	AS	Ninguno	74,07	87,82	94,1	92,2	90,67	81,13	88,89	91,43
		Uno	11,11	6,09	1,39	4,61	4,15	8,49	7,6	5,71
		Entre 2 y 3	11,11	2,03	1,74	2,84	2,59	6,6	1,17	2,86
		Más 3	3,7	4,06	2,78	0,35	2,59	3,77	2,34	0
	SPORT	Ninguno	91,67	95,83	94,23	66,67	81,9	85,14	92,22	86,67
		Uno	8,33	4,17	3,85	17,89	10,34	9,46	3,33	13,33
		Entre 2 y 3	0	0	1,92	13,01	6,9	2,7	2,22	0
		Más 3	0	0	0	2,44	0,86	2,7	2,22	0
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguno	100	90,74	88,37	80,16	87,17	93,3	96,04	100
		Uno	0	5,56	6,98	12,55	7,92	6,15	2,97	0
		Entre 2 y 3	0	2,31	4,65	7,29	4,91	0,56	0,99	0
		Más 3	0	1,39	0	0	0	0	0	0
'Invitadas'	MARCA	Ninguno	100	100	100	100	80	91,67	72,22	100
		Uno	0	0	0	0	20	0	16,67	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	8,33	5,56	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	5,56	0
	AS	Ninguno	90,91	100	97,62	83,78	86,67	72,5	95,16	90,91
		Uno	9,09	0	2,38	8,11	3,33	17,5	3,23	9,09
		Entre 2 y 3	0	0	0	5,41	6,67	7,5	1,61	0
		Más 3	0	0	0	2,7	3,33	2,5	0	0
	SPORT	Ninguno	100	94,92	82,35	66,67	81,25	85,71	88	90
		Uno	0	3,39	11,76	11,11	12,5	14,29	8	10
		Entre 2 y 3	0	1,69	5,88	22,22	0	0	0	0
		Más 3	0	0	0	0	6,25	0	4	0
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguno	100	100	83,33	80,95	82,14	96	78,26	88,89
		Uno	0	0	3,33	19,05	10,71	0	17,39	0
		Entre 2 y 3	0	0	10	0	7,14	4	0	0
		Más 3	0	0	3,33	0	0	0	4,35	11,11

8.7.5.2. APOYOS GRÁFICOS: PREDOMINIO DE LAS FOTOGRAFÍAS

En la tabla 108 se analizan de forma pormenorizada los apoyos gráficos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

Las frecuencias de tablas e infografías en general son muy bajas, pero predominan claramente en las informaciones de Ámbito Deportivo. La frecuencia de las fotografías es mucho mayor, el 40% de las informaciones de Mujeres las tienen como apoyo. Sin embargo, son las 'Invitadas' las que con más de un 75% predominan sobre las de Ámbito Deportivo (35%).

El predominio de las fotografías como apoyo, gráfico o literario, queda confirmado, lo que hace que surja una pregunta clave en la investigación ¿qué imagen transmiten los medios de las mujeres? para responder a esta pregunta se contempla la última parte del estudio (pág. 327xx)

Tabla 108.- Apoyos gráficos en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Nº FOTOGRAFÍAS	Ninguna	65,58	94,81	23,6	5,19	60,04
	Una	24,05	74,04	55,43	25,96	28,19
	Entre 2 y 3	6,87	78,02	12,73	21,98	7,65
	Más 3	3,5	73,63	8,23	26,37	4,12
	Total	100	86,8	100	13,2	100
Nº TABLAS	Ninguna	84,62	85,12	97,2	14,88	86,28
	Una	12,85	97,49	2,17	2,51	11,44
	Entre 2 y 3	1,98	95,45	0,62	4,55	1,8
	Más 3	0,54	100	0	0	0,47
	Total	100	86,8	100	13,2	100
Nº INFOGRAFÍAS	Ninguna	98,58	86,68	99,53	13,32	98,71
	Una	1,09	93,88	0,47	6,12	1
	Entre 2 y 3	0,28	100	0	0	0,25
	Más 3	0,05	100	0	0	0,04
	Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 108 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Número de Fotografías como apoyo ($\chi^2(3, N=4877) = 414,824, p=.001$) y las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Número de Tablas como apoyo ($\chi^2(3, N=4877) = 75,213, p=.001$).

En la tabla 109 se observa la evolución del porcentaje de los apoyos gráficos, de manera detallada, en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia o no al Ámbito Deportivo.

En el caso de las fotografías:

- En las de Ámbito Deportivo siempre predominan las informaciones que no tienen fotografías de apoyo. Ciertamente es que la tendencia de las fotografías como apoyo de la información aumenta a lo largo del tiempo.
- En el caso de las 'Invitadas' las fotografías como apoyo predominan sobre las informaciones que no tienen fotografías y, al igual que ocurre en el caso de las pertenecientes al Ámbito Deportivo la tendencia a lo largo del tiempo es ascendente.

En el caso de las tablas:

- En las de Ámbito Deportivo predominan las informaciones que no tienen tablas de apoyo, manteniendo su frecuencia a lo largo del tiempo. Las informaciones con tablas evolucionan disminuyendo las de una y las de entre dos y tres, aumentan las de más de tres.
- En el caso de las 'Invitadas' las tablas como apoyo son casi inexistentes.

En el caso de las infografías:

- En general no aparecen hasta finales de los noventa y solo en el caso de las Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo. En años sucesivos aumenta la frecuencia en unas centésimas.
- En el caso de las 'Invitadas' las infografías aparecen de manera excepcional.

Tabla 109.- Evolución de los apoyos en las informaciones en las que aparecen Mujeres diferenciando entre su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** estableciendo grupos de años

			1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Nº FOTOGRAFÍAS	Ámbito Deportivo	Ninguna	87,9	78,2	74,2	63,6	61,4	52,5	54,8	70,1
		Una	9,9	15,1	17,7	24,5	26,4	34,6	32	26,1
		Entre 2 Y 3	1,1	2,8	6,5	8,6	9,3	8,6	6,8	2,2
		Más 3	1,1	4	1,7	3,4	2,9	4,3	6,5	1,5
	'Invitadas'	Ninguna	33,3	25,4	19,1	21,1	34,5	26,4	17,2	18,8
		Una	61,1	65,1	53,2	53,5	36,9	48,4	65,6	53,1
		Entre 2 Y 3	0	4,8	17	12,7	20,2	18,7	10,2	12,5
		Más 3	5,6	4,8	10,6	12,7	8,3	6,6	7	15,6
Nº TABLAS	Ámbito Deportivo	Ninguna	87,9	86,2	86,1	81,4	82,2	85,6	87,3	87,3
		Una	9,9	11,5	12,1	16,5	13,6	12	10,6	10,4
		Entre 2 Y 3	2,2	2,2	1,5	1,8	2,8	2,2	1,4	1,5
		Más 3	0	0,2	0,3	0,4	1,4	0,2	0,7	0,7
	'Invitadas'	Ninguna	100	100	96,8	97,2	91,7	98,9	97,7	93,8
		Una	0	0	3,2	2,8	6	1,1	1,6	3,1
		Entre 2 Y 3	0	0	0	0	2,4	0	0,8	3,1
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
Nº INFOGRAFÍAS	Ámbito Deportivo	Ninguna	100	100	100	98,1	98	97	97,5	100
		Una	0	0	0	1,1	1,8	2,4	2,2	0
		Entre 2 Y 3	0	0	0	0,8	0,3	0,4	0,2	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0,2	0,2	0
	'Invitadas'	Ninguna	100	100	100	100	97,6	100	99,2	100
		Una	0	0	0	0	2,4	0	0,8	0
		Entre 2 Y 3	0	0	0	0	0	0	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0

8.7.5.2.1. LAS FOTOGRAFÍAS PRESENTES EN MÁS DEL 60% DE LAS INFORMACIONES DE 'INVITADAS' EN TODOS LOS DIARIOS

En las tablas 110, 111 y 112 se analizan de manera pormenorizada el número de apoyos gráficos según la pertenencia, o no, de las Mujeres al **Ámbito Deportivo** por medio de comunicación.

En la tabla 110 se analiza la frecuencia de las fotografías que acompañan a las informaciones en las que aparecen Mujeres. En general *Sport* es el diario que más incluye (en más del 70%), la frecuencia en el resto es muy inferior (se sitúa en torno al 35% en los tres diarios)

Las diferencias a la hora de incluir fotografías como apoyo entre las entre las informaciones de **Ámbito Deportivo** y las **'Invitadas'** son muy grandes:

- En el *Ámbito Deportivo* es el diario *Sport* (67,18%) donde claramente son más frecuentes, le sigue *Marca* (33,27%), *Mundo Deportivo* (31,41%) y *As* (25,32. %)
- En el caso de las 'Invitadas' en todos los diarios más de la mitad de las informaciones van acompañadas de fotografías. En *Sport* (86,27%) es también en el que más frecuencia tienen, seguido de *As* (77,37%), *Mundo Deportivo* (70,78%) y *Marca* (61,9%)

Tabla 110.- Fotografías que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* por medio

		<i>Ámbito Deportivo</i>		'Invitadas'		Total	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	
Nº DE FOTOGRAFÍAS	MARCA	Ninguna	66,74	96,24	38,1	3,76	64,9
		Una	23,7	89,34	41,27	10,66	24,82
		Entre 2 Y 3	5	80,7	17,46	19,3	5,8
		Más 3	4,57	95,45	3,17	4,55	4,48
		Total	100	93,59	100	6,41	100
	AS	Ninguna	74,67	93,99	22,63	6,01	65,61
		Una	15,78	55,41	60,22	44,59	23,52
		Entre 2 Y 3	5,54	76,6	8,03	23,4	5,98
		Más 3	4	67,53	9,12	32,47	4,9
		Total	100	82,58	100	17,42	100
	SPORT	Ninguna	32,83	89,23	13,73	10,77	28,55
		Una	44,91	70,21	66,01	29,79	49,63
		Entre 2 Y 3	16,04	81,73	12,42	18,27	15,23
		Más 3	6,23	73,33	7,84	26,67	6,59
		Total	100	77,6	100	22,4	100
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguna	68,6	95,77	29,22	4,23	64,9
		Una	24,06	84,6	42,21	15,4	25,76
		Entre 2 Y 3	5,93	74,58	19,48	25,42	7,2
		Más 3	1,42	60	9,09	40	2,14
		Total	100	90,6	100	9,4	100

En la tabla 111 se analizan el total del número de tablas que acompañan a las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, de las Mujeres al *Ámbito Deportivo*.

Por lo general son más frecuentes en *Marca* (22,99%), *Mundo Deportivo* (15,38%) y *Sport* (14,2%), muy por detrás se sitúa el diario *As* (5,97%). En este caso las diferencias

a la hora de incluir tablas como apoyo favorecen a las informaciones de *Ámbito Deportivo*:

- En el *Ámbito Deportivo* son más frecuentes en *Marca* (24,24%), seguido de *Sport* (17,93%), *Mundo Deportivo* (16,44%) y *As* (6,86%).
- En las de 'Invitadas' las tablas son menos frecuentes: en *Mundo Deportivo* (5,2%) es en el que más hay, le sigue *Marca* (4,76%), *As* (1,82%) y *Sport* (1,3%). En ningún diario hay informaciones de 'Invitadas' acompañadas de más de tres tablas.

Tabla 111.- Tablas que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* por medio

		<i>Ámbito Deportivo</i>		'Invitadas'		Total	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	
Nº DE TABLAS	MARCA	Ninguna	75,76	92,07	95,24	7,93	77,01
		Una	20,76	98,45	4,76	1,55	19,74
		Entre 2 y 3	2,83	100	0	0	2,64
		Más 3	0,65	100	0	0	0,61
		Total	100	93,59	100	6,41	100
	AS	Ninguna	93,15	81,81	98,18	18,19	94,02
		Una	5,16	95,71	1,09	4,29	4,45
		Entre 2 y 3	1,39	90	0,73	10	1,27
		Más 3	0,31	100	0	0	0,25
		Total	100	82,58	100	17,42	100
	SPORT	Ninguna	82,08	74,23	98,69	25,77	85,8
		Una	14,91	98,75	0,65	1,25	11,71
		Entre 2 y 3	2,64	93,33	0,65	6,67	2,2
		Más 3	0,38	100	0	0	0,29
		Total	100	77,6	100	22,4	100
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguna	83,56	89,47	94,81	10,53	84,62
		Una	13,95	96,73	4,55	3,27	13,06
		Entre 2 y 3	1,75	96,3	0,65	3,7	1,65
		Más 3	0,74	100	0	0	0,67
		Total	100	90,6	100	9,4	100

En la tabla 112 se analizan el total del número de infografías que acompañan a las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, de las Mujeres al Ámbito Deportivo. Los datos dejan claro que no es un recurso gráfico frecuente en las informaciones de Mujeres, pero sí lo es en la prensa deportiva, en la información Masculina. Lo que está claro es que cuando aparecen, rara vez lo hacen, son más frecuentes en el Ámbito Deportivo (*Marca* 2,18%; *Sport* 1,89%; *Mundo Deportivo* 1,56%; *As* 0,54) que en las informaciones de 'Invitadas' (solo se han registrado casos en *As*, con un 0,73% y en *Mundo Deportivo*, con un 0,73%)

Tabla 112.- Infografías que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	
Nº DE INFOGRAFÍAS	MARCA	Ninguna	97,83	93,46	100	6,54	97,97
		Una	1,09	100	0	0	1,02
		Entre 2 y 3	1,09	100	0	0	1,02
		Más 3	0	0	0	0	0
		Total	100	93,59	100	6,41	100
	AS	Ninguna	99,46	82,61	99,27	17,39	99,43
		Una	0,46	75	0,73	25	0,51
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0
		Más 3	0,08	100	0	0	0,06
		Total	100	82,58	100	17,42	100
	SPORT	Ninguna	98,11	77,27	100	22,73	98,54
		Una	1,7	100	0	0	1,32
		Entre 2 y 3	0,19	100	0	0	0,15
		Más 3	0	0	0	0	0
		Total	100	77,6	100	22,4	100
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguna	98,45	90,52	99,35	9,48	98,53
		Una	1,42	95,45	0,65	4,55	1,34
		Entre 2 y 3	0,07	100	0	0	0,06
		Más 3	0,07	100	0	0	0,06
		Total	100	90,6	100	9,4	100

En las tablas 113, 114 y 115 se analizan la evolución de los apoyos gráficos según la pertenencia, o no, de las Mujeres al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.

Los datos de la tabla 113 analiza la evolución de las fotografías como apoyo según la pertenencia, o no, de las Mujeres al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo con fotografías como apoyo evolucionan de manera ascendente en los cuatro diarios. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, el aumento se confirma

- En *Marca* es donde más aumentan, treinta y un puntos
- En *As* veintisiete puntos
- En *Sport* veintitrés puntos medio
- En *Mundo Deportivo* diez puntos

Las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' con fotografías como apoyo también evolucionan de manera ascendente en los cuatro diarios. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, el aumento se confirma

- En *Marca* es donde más aumentan, cuarenta y cuatro puntos y medio.
- En *As* es donde menos aumentan, un punto y medio.
- En *Sport* tres puntos
- En *Mundo Deportivo* treinta y dos puntos y medio

Los datos de la tabla 114 analiza la evolución de las tablas como apoyo según la pertenencia, o no, de las Mujeres al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo con tablas como apoyo evolucionan de manera ascendente en *As* y descienden en el resto de los medios. Al comparar el primer período, 1980-1984, y el último, 2005-2009, el aumento se confirma

- En *Marca* disminuyen cuatro puntos y medio
- En *As* aumentan diez puntos y medio
- En *Sport* disminuyen más de catorce puntos
- En *Mundo Deportivo* disminuyen un punto y medio

Las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' con tablas como apoyo apenas sufren variaciones en el tiempo. En casi todos los períodos y diarios el

100% de las informaciones no van acompañadas de tablas. Llama la atención que a finales de los noventa todos los diarios registran casos de informaciones con tablas.

Tabla 113.- Evolución de las fotografías que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio

		Nº DE FOTOGRAFÍAS								
		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010	
Ámbito Deportivo	MARCA	Ninguna	84,85	76,72	69,05	68,97	69,19	50,94	45,74	68,97
		Una	15,15	15,34	21,43	24,14	18,96	41,51	35,11	24,14
		Entre 2 Y 3	0	3,17	7,14	4,02	7,11	4,72	7,45	0
		Más 3	0	4,76	2,38	2,87	4,74	2,83	11,7	6,9
	AS	Ninguna	88,89	84,77	85,76	79,43	69,43	49,06	57,89	65,71
		Una	7,41	5,58	9,38	15,25	18,13	28,3	27,49	28,57
		Entre 2 Y 3	3,7	3,05	3,13	2,84	8,29	14,15	8,77	5,71
		Más 3	0	6,6	1,74	2,48	4,15	8,49	5,85	0
	SPORT	Ninguna	83,33	45,83	40,38	29,27	25,86	39,19	22,22	40
		Una	8,33	41,67	36,54	30,08	54,31	45,95	62,22	53,33
		Entre 2 Y 3	0	4,17	23,08	30,08	18,1	9,46	5,56	6,67
		Más 3	8,33	8,33	0	10,57	1,72	5,41	10	0
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguna	94,74	80,56	70,43	58,7	64,91	60,89	70,79	81,82
		Una	5,26	17,59	21,26	32,39	26,04	29,61	20,79	18,18
		Entre 2 Y 3	0	1,85	6,64	7,69	7,92	7,26	5,45	0
		Más 3	0	0	1,66	1,21	1,13	2,23	2,97	0
'Invitadas'	MARCA	Ninguna	66,67	55,56	60	25	40	50	11,11	50
		Una	33,33	33,33	0	75	10	41,67	66,67	50
		Entre 2 Y 3	0	0	40	0	40	8,33	22,22	0
		Más 3	0	11,11	0	0	10	0	0	0
	AS	Ninguna	27,27	19,51	14,29	18,92	50	30	17,74	0
		Una	72,73	70,73	66,67	56,76	26,67	42,5	70,97	90,91
		Entre 2 Y 3	0	2,44	7,14	10,81	13,33	17,5	4,84	0
		Más 3	0	7,32	11,9	13,51	10	10	6,45	9,09
	SPORT	Ninguna	0	15,25	5,88	11,11	31,25	14,29	12	0
		Una	66,67	74,58	52,94	44,44	56,25	78,57	72	40
		Entre 2 Y 3	0	6,78	23,53	33,33	6,25	7,14	8	40
		Más 3	33,33	3,39	17,65	11,11	6,25	0	8	20
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguna	100	58,82	26,67	28,57	17,86	16	26,09	55,56
		Una	0	35,29	43,33	47,62	46,43	44	43,48	22,22
		Entre 2 Y 3	0	5,88	23,33	9,52	28,57	32	17,39	0
		Más 3	0	0	6,67	14,29	7,14	8	13,04	22,22

Tabla 114.- Evolución de las tablas que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio

		Nº DE TABLAS								
		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010	
Ámbito Deportivo	MARCA	Ninguna	84,85	76,19	67,86	71,26	70,62	88,68	80,85	86,21
		Una	9,09	17,46	26,19	27,59	25,12	11,32	18,09	10,34
		Entre 2 y 3	6,06	5,82	4,76	1,15	2,37	0	1,06	3,45
		Más 3	0	0,53	1,19	0	1,9	0	0	0
	AS	Ninguna	92,59	99,49	95,49	90,78	94,82	89,62	88,89	80
		Una	7,41	0,51	2,78	7,8	3,63	5,66	8,77	17,14
		Entre 2 y 3	0	0	1,39	0,71	1,04	4,72	2,34	2,86
		Más 3	0	0	0,35	0,71	0,52	0	0	0
	SPORT	Ninguna	91,67	79,17	78,85	74,8	81,03	82,43	93,33	93,33
		Una	8,33	18,75	21,15	20,33	14,66	13,51	5,56	6,67
		Entre 2 y 3	0	2,08	0	4,07	4,31	4,05	0	0
		Más 3	0	0	0	0,81	0	0	1,11	0
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguna	84,21	84,26	83,39	80,97	82,64	82,68	86,14	90,91
		Una	15,79	14,81	15,61	16,6	11,32	15,64	10,89	7,27
		Entre 2 y 3	0	0,93	1	2,43	3,77	1,12	1,49	0
		Más 3	0	0	0	0	2,26	0,56	1,49	1,82
'Invitadas'	MARCA	Ninguna	100	100	80	100	90	100	94,44	100
		Una	0	0	20	0	10	0	5,56	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	0	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
	AS	Ninguna	100	100	100	100	93,33	97,5	96,77	100
		Una	0	0	0	0	3,33	2,5	1,61	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	3,33	0	1,61	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
	SPORT	Ninguna	100	100	100	100	93,75	100	100	90
		Una	0	0	0	0	6,25	0	0	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	0	0	10
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguna	100	100	93,33	90,48	89,29	100	100	88,89
		Una	0	0	6,67	9,52	7,14	0	0	11,11
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	3,57	0	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0

Los datos de la tabla 115 analizan la evolución de las infografías como apoyo según la pertenencia, o no, de las Mujeres al **Ámbito Deportivo** por medio de comunicación.

Si tenemos en cuenta que las infografías informáticas no se generalizan hasta los años noventa, es lógico que durante los años ochenta no se recoja ningún caso de infografía como apoyo de la información. Durante los años noventa y en la primera década del siglo XXI están presentes en la mayoría de períodos en todos los diarios en las informaciones de *Ámbito Deportivo*, sin embargo en el año 2010 no se registra ningún caso.

Tabla 115.- Evolución de las infografías que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* por medio

			Nº DE INFOGRAFÍAS							
			1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
<i>Ámbito Deportivo</i>	MARCA	Ninguna	100	100	100	95,4	97,63	99,06	93,62	100
		Una	0	0	0	0,57	1,42	0,94	5,32	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	4,02	0,95	0	1,06	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
	AS	Ninguna	100	100	100	98,94	98,96	100	98,83	100
		Una	0	0	0	1,06	1,04	0	0,58	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	0	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0,58	0
	SPORT	Ninguna	100	100	100	97,56	96,55	95,95	100	100
		Una	0	0	0	2,44	3,45	2,7	0	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	1,35	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguna	100	100	100	99,19	98,11	94,41	97,03	100
		Una	0	0	0	0,81	1,89	4,47	2,97	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	0,56	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0,56	0	0
<i>'Invitadas'</i>	MARCA	Ninguna	100	100	100	100	100	100	100	100
		Una	0	0	0	0	0	0	0	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	0	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
	AS	Ninguna	100	100	100	100	93,33	100	100	100
		Una	0	0	0	0	6,67	0	0	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	0	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
	SPORT	Ninguna	100	100	100	100	100	100	100	100
		Una	0	0	0	0	0	0	0	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	0	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0
	MUNDO DEPORTIVO	Ninguna	100	100	100	100	100	100	95,65	100
		Una	0	0	0	0	0	0	4,35	0
		Entre 2 y 3	0	0	0	0	0	0	0	0
		Más 3	0	0	0	0	0	0	0	0

8.8. PREDOMINIO DEL ÁMBITO NACIONAL Y OTRO

En la tabla 116 se observa el porcentaje del ámbito geográfico de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

En general son más frecuentes las informaciones de Mujeres de ámbito nacional y otro (41,64%), le siguen las de ámbito nacional (31,82%), las de ámbito internacional (25,45%) y, muy por detrás, las de ámbito local/regional (1,09%).

Al analizar el ámbito geográfico de las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo:

- En las de Ámbito Deportivo predominan las informaciones de ámbito nacional y otro (43,49%), le siguen las de nacional (30,5%), las de internacional (24,81%) y, muy por detrás, las de local/regional (1,2%).
- En las 'Invitadas' predominan las informaciones de ámbito nacional (40,53%), le siguen las de internacional (29,66%), las de nacional y otro (29,5%), y, casi inexistentes, las de local/regional (0,31%).

Al analizar la tabla según el ámbito geográfico, por encima de la media general se sitúan las que pertenecen al Ámbito Deportivo en el ámbito local (96,23%) y en el ámbito nacional y otro (90,65%); y por debajo de la media general las de ámbito internacional (84,61%) y las de ámbito nacional (83,18%).

Tabla 116.- Ámbito geográfico de las informaciones en las que aparecen Mujeres en función a su pertenencia o no al Ámbito Deportivo

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Local / regional	1,2	96,23	0,31	3,77	1,09
Nacional	30,5	83,18	40,53	16,82	31,82
Nacional y otro	43,49	90,65	29,5	9,35	41,64
Exterior, internacional	24,81	84,61	29,66	15,39	25,45
Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 116 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Ámbito Geográfico (χ^2 (3,N=4877) = 53,220, p=.001).

En la tabla 117 se analiza la evolución del ámbito geográfico de las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

En las informaciones que pertenecen al *Ámbito Deportivo*:

- Aumentan las de *ámbito nacional* y otro en detrimento de las de *ámbito nacional* y las de *ámbito internacional*.
 - La tendencia se confirma al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, para el que las informaciones de *ámbito nacional* y otro ganan casi veintitrés puntos (del 29,08% pasan al 52,06%); las informaciones de *ámbito nacional* pierden más de doce puntos (del 37,38% pasan al 24,96%); y las informaciones de *ámbito internacional* pierden diez puntos (del 32,15% pasan al 22,08%).
- Las de *ámbito local*, aunque al diferenciar el primer período y el último disminuyen unas décimas, a finales de los noventa y principios del siglo XXI se sitúan por encima del 2%.

En las informaciones de '*Invitadas*':

- Disminuyen las de *ámbito nacional* a favor de las de *ámbito nacional* y otro y, fundamentalmente, las de *ámbito internacional*.
 - La tendencia se confirma al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, para el que las informaciones de *ámbito nacional* pierden más de treintaicinco puntos (del 56,35% pasan al 21,09%); las informaciones de *ámbito nacional* y otro ganan solo un punto (del 31,75% pasan al 32,81%); y las informaciones de *ámbito internacional* ganan casi treinta y tres puntos y medio (del 11,9% pasan al 45,31%).
- Las de *ámbito local* aparecen de manera anecdótica a finales de los noventa, con un 1,19%, y a finales de la primera década del siglo XXI, con un 0,78%.

Tabla 117.- Evolución del ámbito geográfico en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

	1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010	
Ámbito Deportivo	Local / regional	1,1	1,38	0,97	0,24	2,17	2,15	0,9	0
	Nacional	62,64	37,38	37,66	20,7	29,04	29,03	24,96	33,58
	Nacional y otro	16,48	29,08	38,76	57,26	44,08	42,8	52,06	35,82
	Exterior, internacional	19,78	32,15	22,62	21,79	24,71	26,02	22,08	30,6
Invitadas'	Local / regional	0	0	0	0	1,19	0	0,78	0
	Nacional	61,11	56,35	43,62	36,62	42,86	40,66	21,09	37,5
	Nacional y otro	11,11	31,75	34,04	42,25	26,19	17,58	32,81	18,75
	Exterior, internacional	27,78	11,9	22,34	21,13	29,76	41,76	45,31	43,75

8.8.1. DISMINUYEN LAS INFORMACIONES DE ÁMBITO NACIONAL EN LOS CUATRO DIARIOS

En la tabla 118 se analiza la frecuencia del ámbito geográfico de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medio de comunicación.

En general se observa que el ámbito geográfico que prima en todos los diarios es nacional y otro: *Sport* (51,54%), *As* (44,37%); *Marca* (38,45%); y *Mundo Deportivo* (36,81%).

El ámbito nacional en el diario *Marca* tiene la misma frecuencia que el nacional y otro (38,45%) y en *As* su frecuencia es de un 35,16%. En *Mundo Deportivo* (28,69%) y *Sport* (22,11%) su frecuencia es menor que el ámbito internacional.

Por lo tanto el ámbito internacional se sitúa en segundo lugar en los diarios *Mundo Deportivo* (32,91%) y *Sport* (25,62%); y en tercer lugar en *Marca* (21,16%) y *As* (20,28%).

Por último, todos los diarios coinciden a la hora de prestar menos atención a la información de ámbito local/regional: *Marca* (1,93%); *Mundo Deportivo* (1,59%); *Sport* (0,73%) y *As* (0,19%).

Los datos totales de la tabla 118 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Ámbito Geográfico y Medio (χ^2 (9,N=4877) = 156,909, p=.001).

Al diferenciar el ámbito geográfico en las informaciones de Ámbito Deportivo son más frecuentes las de ámbito nacional y otro. Le siguen las de ámbito nacional en

los diarios madrileños, *As* y *Marca*, y las de ámbito internacional en los catalanes, *Sport* y *Mundo Deportivo*.

En las informaciones de 'Invitadas' predomina el ámbito nacional seguidas de las de ámbito nacional y otro en los diarios *Marca* y *Sport*; en *As* también predominan las de nacional pero le siguen las de internacional. Las mayores diferencias se aprecian en *Mundo Deportivo* donde son más frecuentes las de internacional, seguidas de nacional

Tabla 118.- Ámbito geográfico de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
MARCA	Local / regional	1,96	94,74	1,59	5,26	1,93
	Nacional	37,93	92,33	46,03	7,67	38,45
	Nacional y otro	39,24	95,5	26,98	4,5	38,45
	Exterior, internacional	20,87	92,31	25,4	7,69	21,16
	Total	100	93,59	100	6,41	100
AS	Local / regional	0,23	100	0	0	0,19
	Nacional	33,33	78,3	43,8	21,7	35,16
	Nacional y otro	47,96	89,26	27,37	10,74	44,37
	Exterior, internacional	18,48	75,24	28,83	24,76	20,28
	Total	100	82,58	100	17,42	100
SPORT	Local / regional	0,94	100	0	0	0,73
	Nacional	16,04	56,29	43,14	43,71	22,11
	Nacional y otro	56,42	84,94	34,64	15,06	51,54
	Exterior, internacional	26,6	80,57	22,22	19,43	25,62
	Total	100	77,6	100	22,4	100
MUNDO DEPORTIVO	Local / regional	1,68	96,15	0,65	3,85	1,59
	Nacional	28,57	90,21	29,87	9,79	28,69
	Nacional y otro	37,6	92,54	29,22	7,46	36,81
	Exterior, internacional	32,14	88,5	40,26	11,5	32,91
	Total	100	90,6	100	9,4	100

Los datos de la tabla 118 indican que no existen relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Ámbito Geográfico en *Marca* ($\chi^2(3, N=983) = 3,921, p=.270$) y *Mundo Deportivo* ($\chi^2(3, N=1638) = 6,479, p=.090$).

En la tabla 119 se observa la evolución del ámbito geográfico diferenciando entre las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo y las 'Invitadas' por medio de comunicación.

En el caso de las que pertenecen al *Ámbito Deportivo*:

- En *Marca* evolucionan de manera ascendente las de ámbito nacional y otro en detrimento fundamentalmente de las de ámbito nacional y, en menor medida, de las de ámbito internacional.
- En *As* evolucionan de manera ascendente las de ámbito nacional y otro en detrimento fundamentalmente de las de ámbito nacional y, en menor medida, de las de ámbito internacional.
- En *Sport* evolucionan de manera ascendente las de ámbito nacional y otro en detrimento fundamentalmente de las de ámbito internacional y, en menor medida, de las de ámbito nacional.
- En *Mundo Deportivo* evolucionan de manera ascendente las de ámbito nacional y otro en detrimento fundamentalmente de las de ámbito internacional y, en menor medida, de las de ámbito nacional.

En el caso de las 'Invitadas':

- En *Marca* evolucionan de manera ascendente las de ámbito nacional y otro y las de ámbito internacional en detrimento fundamentalmente de las de ámbito nacional.
- En *As* evolucionan de manera ascendente las de ámbito internacional en detrimento de las de ámbito nacional, fundamentalmente, y, en menor medida de las de ámbito nacional y otro.
- En *Sport* evolucionan de manera ascendente las de ámbito internacional en detrimento de las de ámbito nacional, las de ámbito nacional y otro apenas varían.
- En *Mundo Deportivo* evolucionan de manera ascendente las de ámbito nacional y otro en detrimento de las de ámbito nacional y, en menor medida, las de ámbito internacional.

Tabla 119.- Evolución del ámbito geográfico de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación

		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010	
Ámbito Deportivo	MARCA	Local / regional	0	0	1,19	1,15	6,64	0,94	0	0
		Nacional	72,73	48,68	34,52	23,56	36,49	40,57	35,11	34,48
		Nacional y otro	18,18	30,69	38,1	56,32	36,97	31,13	45,74	44,83
		Exterior, internacional	9,09	20,63	26,19	18,97	19,91	27,36	19,15	20,69
	AS	Local / regional	0	0	1,04	0	0	0	0	0
		Nacional	77,78	40,1	41,67	23,05	35,23	28,3	20,47	42,86
		Nacional y otro	7,41	34,01	43,75	61,35	49,22	45,28	59,06	31,43
		Exterior, internacional	14,81	25,89	13,54	15,6	15,54	26,42	20,47	25,71
	SPORT	Local / regional	0	0	0	0	0,86	5,41	0	0
		Nacional	66,67	22,92	32,69	4,07	15,52	10,81	16,67	20
		Nacional y otro	16,67	41,67	42,31	74,8	58,62	51,35	61,11	13,33
		Exterior, internacional	16,67	35,42	25	21,14	25	32,43	22,22	66,67
	MUNDO DEPORTIVO	Local / regional	5,26	4,17	1	0	0,75	2,79	2,48	0
		Nacional	21,05	28,24	35,55	24,29	24,53	30,17	27,72	30,91
		Nacional y otro	26,32	20,37	33,55	44,53	39,62	44,69	45,05	40
		Exterior, internacional	47,37	47,22	29,9	31,17	35,09	22,35	24,75	29,09
Invitadas'	MARCA	Local / regional	0	0	0	0	10	0	0	0
		Nacional	33,33	55,56	20	50	70	50	27,78	100
		Nacional y otro	0	22,22	40	25	20	25	38,89	0
		Exterior, internacional	66,67	22,22	40	25	0	25	33,33	0
	AS	Local / regional	0	0	0	0	0	0	0	0
		Nacional	72,73	58,54	64,29	48,65	43,33	40	16,13	36,36
		Nacional y otro	9,09	29,27	33,33	45,95	30	17,5	24,19	0
		Exterior, internacional	18,18	12,2	2,38	5,41	26,67	42,5	59,68	63,64
	SPORT	Local / regional	0	0	0	0	0	0	0	0
		Nacional	66,67	55,93	41,18	22,22	56,25	42,86	20	20
		Nacional y otro	33,33	40,68	35,29	33,33	25	7,14	40	40
		Exterior, internacional	0	3,39	23,53	44,44	18,75	50	40	40
	MUNDO DEPORTIVO	Local / regional	0	0	0	0	0	0	4,35	0
		Nacional	0	52,94	20	19,05	25	36	30,43	44,44
		Nacional y otro	0	11,76	33,33	42,86	25	20	43,48	22,22
		Exterior, internacional	100	35,29	46,67	38,1	50	44	21,74	33,33

8.9. LAS INFORMACIONES FIRMADAS POR MIEMBROS DE LA REDACCIÓN SUPONEN MENOS DEL 44%: LA PROCEDENCIA

En la tabla 120 se observa la frecuencia de la procedencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

En general, un 43,41% son informaciones firmadas por miembros de la redacción –con firma-, de agencia lo son en un 17,55% y no se indica la procedencia de la información en un 39,04%.

Al analizar la tabla 120 según la procedencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* y las *'Invitadas'*:

- En las de *Ámbito Deportivo* un 40,63% son con firma, un 18,71% son de agencia y en un 40,66% no se indica la procedencia de la información.
- En las *'Invitadas'* un 61,65% son con firma, un 9,94% son de agencia y en un 28,42% no se indica la procedencia de la información.

Al analizarlo según la procedencia las informaciones:

En las informaciones de *Ámbito Deportivo* se mantienen por encima de la media: las de agencia y las que no se indica su procedencia. En las *'Invitadas'* son las informaciones con firma las que se mantienen por encima de la media.

Tabla 120.- Procedencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres en función a su pertenencia o no al *Ámbito Deportivo*

	<i>Ámbito Deportivo</i>		<i>'Invitadas'</i>		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	
Con firma	40,63	81,25	61,65	18,75	43,41
Agencias	18,71	92,52	9,94	7,48	17,55
No se indica	40,66	90,39	28,42	9,61	39,04
Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 120 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y Procedencia ($\chi^2 (2, N=4877) = 102,816, p=.001$).

En la tabla 121 se analiza la evolución de la procedencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres según la pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo*.

Tabla 121.- Evolución de la procedencia en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Con firma	49,45	40,62	41,66	49,15	36,82	35,91	29,1
	Agencias	27,47	25,38	26,34	17,55	14,27	12,03	3,73
	No se indica	23,08	34	32	33,29	48,92	52,06	67,16
'Invitadas'	Con firma	61,11	78,57	70,21	73,24	59,52	52,34	62,5
	Agencias	16,67	7,94	14,89	12,68	10,71	3,13	0
	No se indica	22,22	13,49	14,89	14,08	29,76	44,53	37,5

La procedencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo y las de 'Invitadas' evolucionan de manera parecida, aunque las frecuencias son diferentes. En general las informaciones donde no se indica la procedencia aumentan en detrimento de las firmadas y de las de agencia (tabla 121).

8.9.1. LOS DIARIOS MADRILEÑOS INDICAN LA PROCEDENCIA EN MÁS DE LA MITAD DE LAS INFORMACIONES

En la tabla 122 se observa la frecuencia de la procedencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medios de comunicación.

En los datos se aprecian diferencias en los diferentes diarios deportivos a la hora de analizar la procedencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres:

- El diario con más informaciones con firma es *Marca* (53,81%), le sigue muy de cerca *As* (52,64%); por debajo del 50% *Sport* (43,63%) y, muy por detrás, *Mundo Deportivo* (28,21%).
- Las informaciones de agencia son más frecuentes en *Mundo Deportivo* (26,68%), le sigue *Sport* (15,96%), *As* (13,92%) y *Marca* (9,26%).
- Con mayor frecuencia no se indica la procedencia de la información en *Mundo Deportivo* (45,12%), le sigue *Sport* (40,41%), *Marca* (36,93%) y *As* (33,44%).

Los datos generales de informaciones de Mujeres de la tabla 122 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Procedencia y Medio ($\chi^2(2, N=4877) = 26,923, p=.001$).

Tabla 122.- Procedencia de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
MARCA	Con firma	53,59	93,19	57,14	6,81	53,81
	Agencias	8,8	89,01	15,87	10,99	9,26
	No se indica	37,61	95,32	26,98	4,68	36,93
	Total	100	93,59	100	6,41	100
AS	Con firma	48,73	76,45	71,17	23,55	52,64
	Agencias	15,86	94,06	4,74	5,94	13,92
	No se indica	35,41	87,45	24,09	12,55	33,44
	Total	100	82,58	100	17,42	100
SPORT	Con firma	38,3	68,12	62,09	31,88	43,63
	Agencias	18,49	89,91	7,19	10,09	15,96
	No se indica	43,21	82,97	30,72	17,03	40,41
	Total	100	77,6	100	22,4	100
MUNDO DEPORTIVO	Con firma	26,35	84,63	46,1	15,37	28,21
	Agencias	27,43	93,14	19,48	6,86	26,68
	No se indica	46,23	92,83	34,42	7,17	45,12
	Total	100	90,6	100	9,4	100

Al diferenciar el análisis de la tabla 122 entre informaciones de **Ámbito Deportivo** e **'Invitadas'** por medio de comunicación se observa:

- Que en todos los diarios en las que pertenecen al **Ámbito Deportivo** es menor la frecuencia de las informaciones con firma que en las de **'Invitadas'**.
- Que en tres de los cuatro diarios en las que pertenecen al **Ámbito Deportivo** es mayor la frecuencia de las informaciones de agencias que en las de **'Invitadas'** (exceptuando *Marca*).
- Como consecuencia, en los cuatro diarios son más frecuentes las informaciones donde no se indica su procedencia en las que pertenecen al **Ámbito Deportivo**.

Los datos de la tabla 122 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al **Ámbito Deportivo** y Procedencia en *As* (χ^2 (2,N=1573) = 50,394, p=.001), *Sport* (χ^2 (2,N=683) = 29,484, p=.001) y *Mundo Deportivo* (χ^2 (2,N=1638) = 26,923, p=.001). No ocurre lo mismo en *Marca* (χ^2 (2,N=983) = 5,123, p=.077) donde no existen.

En la tabla 123 se observan la evolución de la procedencia de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo* por medios de comunicación.

Tanto las informaciones que pertenecen al *Ámbito Deportivo* como las de 'Invitadas' evolucionan de manera diferente en cada diario.

En el diario *Marca* las informaciones que pertenecen al *Ámbito Deportivo*:

- En el primer período analizado, 1980-1984, las informaciones con firma son las más frecuentes, con un 50,26%, su tendencia es ascendente y en el último período, 2005-2009, su frecuencia es de un 59,57%.
- Las informaciones de agencia en el primer período suponen un 16,93%, a finales de los ochenta no se registra ningún caso y en los períodos siguientes asciende, llega en el 2005-2009 a un 10,64%.
- Como consecuencia las informaciones donde no se indica la procedencia de la información, aunque disminuyen a lo largo del tiempo, por lo general ocupan el segundo lugar en frecuencia. Solo a finales de los ochenta se sitúa en primer lugar con un 58,33%.

En el diario *As* las informaciones que pertenecen al *Ámbito Deportivo*:

- En el primer período analizado, 1980-1984, las informaciones con firma son las más frecuentes, con un 48,22%; su tendencia es descendente y en el último período, 2005-2009, su frecuencia es de un 41,52%.
- Las informaciones de agencia en el primer período suponen un 19,29% y descienden a lo largo del tiempo, llega así en el período 2005-2009 a un 2,92%.
- Como consecuencia las informaciones donde no se indica la procedencia de la información se sitúan a principios de los ochenta en un 32,49% y ascienden a lo largo del tiempo, ocupan el primer lugar en el último período, con un 55,56%.
- En el diario *As* las informaciones que pertenecen al *Ámbito Deportivo*:

En el diario *Sport* las informaciones que pertenecen al Ámbito Deportivo:

- En el primer período analizado, 1980-1984 las informaciones con firma suponen un 33,33% de la información, evolucionan de manera ascendente y en el último período, 2005-2009, su frecuencia es de un 45,56%.
- Las informaciones de agencia en el primer período suponen un 0% y en el período 2005-2009 un 23,33%, su tendencia es claramente ascendente.
- Como consecuencia las informaciones donde no se indica la procedencia de la información se sitúan a principios de los ochenta en un 66,67% y descienden a lo largo del tiempo, suponen en el último período un 31,11%.

En el diario *Mundo Deportivo* las que pertenecen al Ámbito Deportivo:

- En el primer período analizado, 1980-1984 las informaciones con firma suponen un 26,85% de la información, evolucionan de manera descendente y en el último período, 2005-2009, su frecuencia es de un 15,84%.
- Las informaciones de agencia en el primer período suponen un 43,98% y en el período 2005-2009 un 15,35%, su tendencia es claramente descendente.
- Como consecuencia las informaciones donde no se indica la procedencia de la información se sitúan a principios de los ochenta en un 29,17% y aumentan a lo largo del tiempo, llegan a suponer en el último período un 68,81%.

En el diario *Marca* las informaciones de 'Invitadas':

- En el primer período analizado, 1980-1984 las informaciones con firma son las más frecuentes, con un 33,33%, su tendencia es ascendente y en el último período, 2005-2009, su frecuencia es de un 77,78%.
- Las de agencia en el primer período suponen un 44,44%, a finales de los ochenta no se registra ningún caso, vuelven a aparecer pero sin superar el 25% en ningún caso, en el último período no se registran casos.
- Como consecuencia las informaciones donde no se indica la procedencia de la información se mantienen en el primer y último período en un 22,22%.

En el diario *As* las informaciones de 'Invitadas':

- En el primer período analizado, 1980-1984 las informaciones con firma son las más frecuentes, con un 90,24%, y, aunque su tendencia es claramente descendente, en el último período, 2005-2009, sigue en la primera posición con una frecuencia de un 53,23%.
- Las de agencia en el primer período suponen un 4,88% y descienden a lo largo del tiempo llegan en el período 2005-2009 a desaparecer.
- Como consecuencia las informaciones donde no se indica la procedencia de la información se sitúan a principios de los ochenta en un 4,88% y ascienden a lo largo del tiempo, llegan en el último período a una frecuencia de un 46,77%.

En el diario *Sport* las informaciones de 'Invitadas':

- En el primer período analizado, 1980-1984 las informaciones con firma son las más frecuentes, con un 86,44%, su tendencia es claramente descendente, en el último período, 2005-2009, pasa a segunda posición con una frecuencia de un 40%.
- En el primer y último período no se registran informaciones de agencia, sin embargo en los períodos centrales su tendencia es ascendente llegan a suponen un 42,86% a principios de siglo XXI.
- Como consecuencia las informaciones donde no se indica la procedencia de la información se sitúan a principios de los ochenta en un 13,56% y ascienden a lo largo del tiempo, llegan en el último período a una frecuencia de un 60%, situándose en el primer lugar.

En el diario *Mundo Deportivo* las informaciones de 'Invitadas':

- Las informaciones con firma son las más frecuentes en todos los períodos menos en el 2000-2004. En el primer período analizado, 1980-1984, su frecuencia es de un 47,06% y en el último, 2005-2009, un 43,48%.
- Las de agencia en el primer período suponen un 23,53% y descienden a lo largo del tiempo llegan en el período 2005-2009 a un 17,39%.
- Como consecuencia las informaciones donde no se indica la procedencia de la información se sitúan a principios de los ochenta en un 29,41% y ascienden a lo largo del tiempo, llegan en el último período a una frecuencia de un 39,13%.

Tabla 123.- Evolución de la procedencia de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio

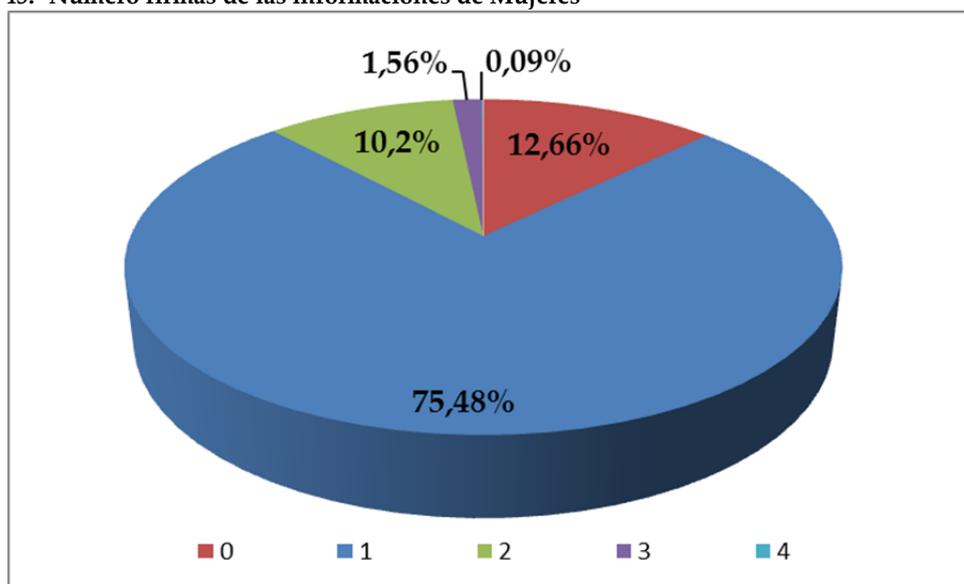
			1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito Deportivo	MARCA	Con firma	63,64	50,26	41,67	59,2	51,18	59,43	59,57	41,38
		Agencias	15,15	16,93	0	8,62	3,32	11,32	10,64	0
		No se indica	21,21	32,8	58,33	32,18	45,5	29,25	29,79	58,62
	AS	Con firma	66,67	48,22	56,25	53,9	38,86	48,11	41,52	25,71
		Agencias	11,11	19,29	22,57	24,82	10,36	4,72	2,92	0
		No se indica	22,22	32,49	21,18	21,28	50,78	47,17	55,56	74,29
	SPORT	Con firma	16,67	33,33	38,46	53,66	31,03	16,22	45,56	66,67
		Agencias	58,33	0	3,85	12,2	27,59	28,38	23,33	0
		No se indica	25	66,67	57,69	34,15	41,38	55,41	31,11	33,33
	MUNDO DEPORTIVO	Con firma	21,05	26,85	28,24	34,41	26,42	27,37	15,84	14,55
		Agencias	52,63	43,98	41,2	18,22	20	24,58	15,35	9,09
		No se indica	26,32	29,17	30,56	47,37	53,58	48,04	68,81	76,36
'Invitadas'	MARCA	Con firma	0	33,33	80	50	60	50	77,78	50
		Agencias	33,33	44,44	0	25	10	25	0	0
		No se indica	66,67	22,22	20	25	30	25	22,22	50
	AS	Con firma	90,91	90,24	90,48	83,78	70	37,5	53,23	90,91
		Agencias	9,09	4,88	9,52	10,81	3,33	2,5	0	0
		No se indica	0	4,88	0	5,41	26,67	60	46,77	9,09
	SPORT	Con firma	33,33	86,44	64,71	66,67	56,25	14,29	40	50
		Agencias	0	0	11,76	11,11	12,5	42,86	0	0
		No se indica	66,67	13,56	23,53	22,22	31,25	42,86	60	50
	MUNDO DEPORTIVO	Con firma	0	47,06	43,33	61,9	50	36	43,48	44,44
		Agencias	100	23,53	26,67	14,29	17,86	20	17,39	0
		No se indica	0	29,41	30	23,81	32,14	44	39,13	55,56

8.9.2. ELABORACIÓN PROPIA: AUMENTAN LAS INFORMACIONES FIRMADAS POR LA REDACCIÓN, SIN NOMBRE PROPIO

En este apartado el análisis se centra en las informaciones con firma que suponen un 43,41% (n=2.117) de las informaciones en las que aparecen Mujeres analizadas (ver tabla 120). En concreto, se profundiza en los periodistas que firman las informaciones y en las fuentes que manejan, siempre que están identificadas.

En la figura 45 se observa la frecuencia del número de periodistas que firman las informaciones en las que aparecen Mujeres. En general un 87,33% de las informaciones van firmadas por una o más personas, en concreto: un 75,48% por una periodista; un 10,2% por dos periodistas; un 1,56% por tres; y un 0,09% por cuatro periodistas. El resto las firma la redacción (12,66%).

Figura 45.- Número firmas de las informaciones de Mujeres



Debido a la baja frecuencia de las informaciones firmadas por tres o cuatro personas sus porcentajes se agrupan a los de dos personas y se crea una nueva variable denominada más de una persona para el posterior análisis.

En la tabla 124 se analizan las informaciones con firma según el número de personas que firman las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.

- Las de *Ámbito Deportivo* van firmadas por una o más personas, en un 87,79%, en concreto: un 77,21% por una periodista y un 10,58% por dos o más periodistas.
- Las de *'Invitadas'* van firmadas por una o más personas, en un 85,39%, en concreto: un 68,01% por una periodista y un 17,38% por dos o más periodistas.

Así, de las informaciones firmadas por una persona un 83,1% son de Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* y un 16,9% no pertenecen. De las informaciones firmadas por dos o más personas un 72,51% son de *Ámbito Deportivo* y un 27,49% de *'Invitadas'*. Las informaciones firmadas por la redacción un 78,36% son de Mujer perteneciente al *Ámbito Deportivo* y un 21,64% no pertenecen.

Tabla 124.- Número firmas de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*

	<i>Ámbito Deportivo</i>		<i>'Invitadas'</i>		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Redacción	12,21	78,36	14,61	21,64	12,66
Uno	77,21	83,1	68,01	16,9	75,48
Dos o más	10,58	72,51	17,38	27,49	11,86
Total	100	81,25	100	18,75	100

Los datos de la tabla 124 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables *Número de Firmas* y *Medio* ($\chi^2(2, N=2117) = 17,660, p=.001$).

En la tabla 125 se analiza la evolución de las informaciones con firma según el número de personas que la firman diferenciando entre las de *Ámbito Deportivo* y las *'Invitadas'*. Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* y las de *'Invitadas'* evolucionan de manera parecida, descienden las informaciones firmadas por la redacción, aunque las frecuencias son diferentes.

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* las informaciones firmadas por la redacción descienden, como consecuencia aumentan las firmadas por un periodista y de las firmadas por dos o más.

- Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, las informaciones firmadas por un periodista (del 73,11% al 78,29%)

y las firmadas por dos o más aumentan cinco puntos, (del 8,71% al 13,71%).

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' las informaciones firmadas por la redacción también descienden, pero también lo hacen las firmadas por un periodista. Como consecuencia las firmadas por dos o más aumentan.

- Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, en las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' el descenso de las informaciones firmadas por un periodista es de nueve puntos (del 80,81% al 71,88%); y las firmadas por dos o más aumentan diecisiete puntos (del 8,08% al 25%).

Tabla 125.- Evolución del número de firmas de las informaciones de elaboración en las que las Mujeres pertenecen, o no, al **Ámbito Deportivo**

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Redacción	15,56	18,18	5,63	10,1	13,15	8	17	28,21
	Uno	82,22	73,11	85,43	83	71,97	78,29	70	46,15
	Dos o más	2,22	8,71	8,94	6,9	14,88	13,71	13	25,64
Invitadas'	Redacción	0	11,11	7,58	5,77	20	3,13	31,34	35
	Uno	90,91	80,81	72,73	75	58	71,88	44,78	55
	Dos o más	9,09	8,08	19,7	19,23	22	25	23,88	10

8.9.2.1. NO EXISTE RELACIÓN ENTRE EL GÉNERO DE LAS FIRMAS Y EL GÉNERO DE LOS PROTAGONISTAS

En este apartado se exponen los resultados de todos los periodistas (n=2.143), independientemente de si aparecen juntos en una misma información, que se registran en las informaciones en las que aparecen Mujeres.

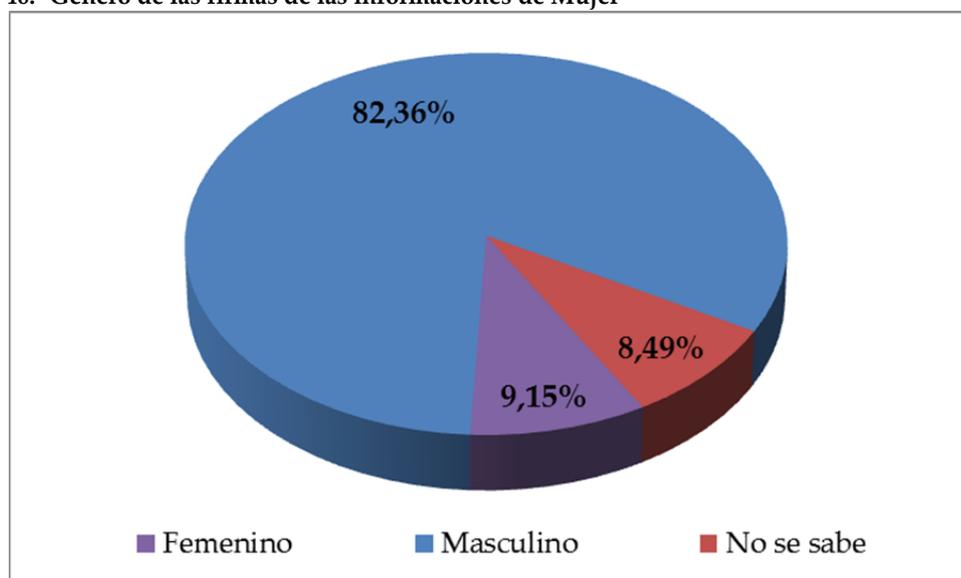
En total se registraron 100 nombres propios, entre los que destacan: Ángel Cruz con ciento catorce informaciones de Mujeres firmadas; Ramón Sánchez con ochenta;

Hebrero San Martín con setenta y una; Enrique Ojeda con cincuenta y dos; y Pedro Molero con cincuenta y una firmadas, todos Hombres.

Las Mujeres que más informaciones en las que aparecen Mujeres firman son: Neus Yerro con dieciocho; Martha Camina con quince; y Mari Luz Algarra con quince.

En la figura 46 se observa el Género de los periodistas que firman las informaciones en las que aparecen Mujeres. En el 82,36% las informaciones las firman Hombres y en el 9,15% Mujeres, en un 8,49% no se identifica el Género porque firmaban con iniciales o pseudónimos que no se podían relacionar con un nombre propio.

Figura 46.- Género de las firmas de las informaciones de Mujer



En la tabla 126 se analiza el Género de los periodistas que firman las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo van firmadas por Hombres en un 80,56% y por Mujer en un 10,19%. Las de 'Invitadas' van firmadas por Hombres en un 89,65% y por Mujer en un 4,94%.

Así, de las informaciones firmadas por Hombres en un 78,41% son de Ámbito Deportivo y en un 21,59% de 'Invitadas'. Las firmadas por Mujer en un 89,29% son de Ámbito Deportivo y en un 10,71% de 'Invitadas'. Las informaciones que no se puede identificar el Género del periodista en un 87,36% son de Ámbito Deportivo y en un 12,64% de 'Invitadas'.

Tabla 126.- Género de las firmas de elaboración en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Femenino	10,19	89,29	4,94	10,71	9,15
Masculino	80,56	78,41	89,65	21,59	82,36
No se sabe	9,25	87,36	5,41	12,64	8,49
Total	100	80,17	100	19,83	100

Los datos de la tabla 126 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Género de las Firmas (χ^2 (2,N=2143) = 19,591, p=.001).

En la tabla 127 se analiza la evolución del Género de los periodistas que firman las informaciones con firma según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

Los datos indican que las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo y las de 'Invitadas' evolucionan de manera parecida, aumentan las informaciones firmadas por Mujer y disminuyen las firmadas por los Hombres, aunque las frecuencias son diferentes.

Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, en el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo informaciones con firma, las informaciones firmadas por Mujer aumenta diez puntos, del 4,86% al 14,8%; las firmadas por Hombres disminuyen tres puntos, del 78,14% al 75%; pero son las que no se ha podido identificar el Género del periodista las que más disminuyen, casi siete puntos, del 17% al 10,2%.

Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, en el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' informaciones con firma, las informaciones firmadas por Mujer aumenta más de once puntos y medio, del 1,02% al 12,7%; las firmadas por Hombres disminuyen dieciséis puntos y medio, del 95,92% al 79,37%; sin embargo las que no se ha podido identificar el Género del periodista aumentan, casi cinco puntos, del 3,06% al 7,94%.

Tabla 127.- Evolución del Género de las firmas en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	Femenino	12,82	4,86	10,83	13,64	6,69	8,47	14,8	13,16
	Masculino	66,67	78,14	86,62	81,82	83,61	77,78	75	65,79
	No se sabe	20,51	17	2,55	4,55	9,7	13,76	10,2	21,05
'Invitadas'	Femenino	0	1,02	1,32	9,38	5,45	4,76	12,7	0
	Masculino	100	95,92	96,05	87,5	83,64	88,1	79,37	86,67
	No se sabe	0	3,06	2,63	3,13	10,91	7,14	7,94	13,33

8.9.2.2. LAS MUJERES SON REDACTORAS: CARGOS EN LOS DIARIOS

En la tabla 128 se analiza el cargo con el que firman las informaciones los periodistas por Género.

Tabla 128.- Cargo de los periodistas por Género en las informaciones de Mujer

	Femenino		Masculino		no se sabe		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	
Redactor/a	76,02	11,09	58,41	76,71	90,11	12,2	62,72
Fotógrafo/a	2,04	1,56	13,65	94,14	6,04	4,3	11,95
Colaborador/a	2,55	5,56	4,7	92,22	1,1	2,22	4,2
Columnista	1,02	1,2	9,29	98,8	0	0	7,75
Director/a del periódico	0	0	0,28	100	0	0	0,23
Infógrafo/a, dibujante	0,51	20	0,17	60	0,55	20	0,23
Corresponsal	4,59	16,67	2,38	77,78	1,65	5,56	2,52
Enviado/a especial	13,27	11,66	11,1	87,89	0,55	0,45	10,41
Total	100	9,15	100	82,36	100	8,49	100

Los datos de la tabla 128 muestran que las Mujeres periodistas que firman las informaciones en las que aparecen Mujeres por lo general son redactoras, en un 76,02%. Otros puestos que ocupan en las redacciones son enviadas especiales, con un 13,27% y corresponsales en un 4,59%. En ningún caso ocupan el cargo de directora de periódico.

Los Hombres periodistas que firman las informaciones en las que aparecen Mujeres por lo general son redactores, en un 58,41%. Otros puestos que ocupan en las redacciones son fotógrafo, con un 13,65% y enviados especiales, con un 11,66%.

8.9.2.3. FOTOGRAFÍAS COMO COMPLEMENTO DE LA FIRMA

En un 14,28% de las informaciones con firma van acompañadas de fotografías (tabla 129). En la tabla 134 se analiza si aparece la fotografía junto a la firma de los periodistas por Género. En un 15,81% de los casos la firma va acompañada de fotografía si se trata de Hombres y en un 13,78% si se trata de Mujeres.

En este sentido, aunque el número de Hombres es superior al número de Mujeres no existen tantas diferencias. No obstante, al haber más Hombres que Mujeres son más frecuentes las de los primeros.

Tabla 129.- Fotografías que acompañan la firma por Género en las informaciones de Mujer

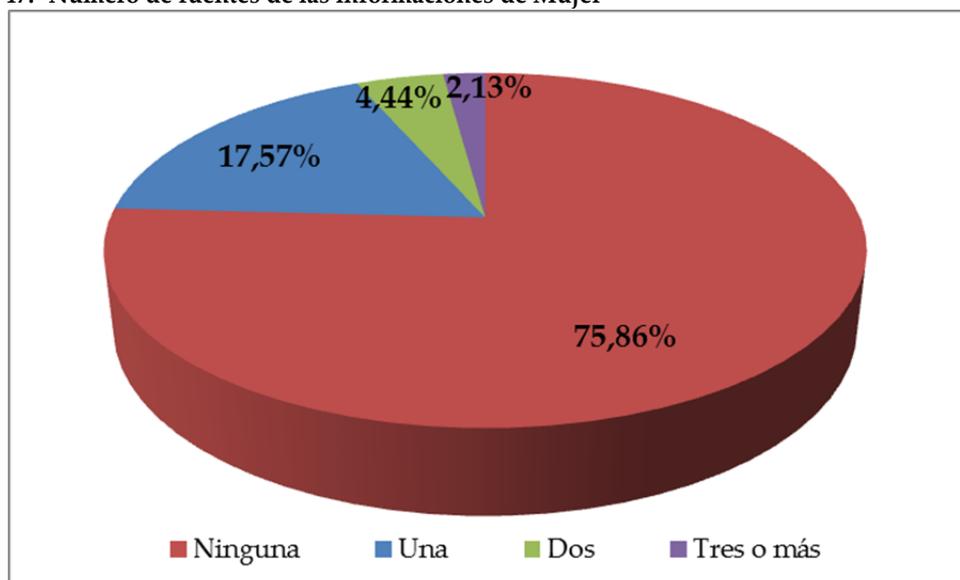
	Femenino		Masculino		No se Sabe		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Firma con fotografía	13,78	8,82	15,81	91,18	0	0	14,28
Firma sin fotografía	86,22	9,2	84,19	80,89	100	9,91	85,72
Total	100	9,15	100	82,36	100	8,49	100

8.9.3. EN MÁS DEL 75% DE LAS INFORMACIONES DE MUJERES SE INCURRE EN 'EL PECADO' PERIODÍSTICO DE ELUDIR LA REFERENCIA A LAS FUENTES

En la figura 47 se observa la frecuencia de fuentes que aparecen en las informaciones en las que aparecen Mujeres. En general es frecuente la presencia de informaciones en las que no se indica la procedencia ni se aporta fuente alguna en las informaciones de Mujer. Únicamente en un 24,13% se aportan fuentes o se indica la procedencia de la información: en 17,57% se aporta una; en un 4,44% dos; en un 1,61% se aportan tres; en un 0,28% cuatro; en un 0,09% cinco; en un 0,05% seis y en un 0,09% diez.

Debido a la baja frecuencia de las informaciones que aportan tres o más fuentes sus porcentajes se agrupan en una nueva variable denominada tres o más fuentes para el posterior análisis.

Figura 47.- Número de fuentes de las informaciones de Mujer



En la tabla 130 se analizan las informaciones con firma en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo según el número de fuentes que se aportan.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo aportan una fuente en el 15,7% de los casos; aportan dos en un 4,36%; y aportan tres o más en un 2,15%.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' aportan una fuente en el 25,69% de los casos; aportan dos en un 4,79%; y aportan tres o más en un 2,02%.

Así, de las informaciones que no aportan fuentes son de Mujer perteneciente al Ámbito Deportivo en un 83,31% de los casos y de 'Invitadas' en un 16,69%; las que aportan una fuente en un 72,58% son pertenecientes al Ámbito Deportivo y un 27,42% no pertenecen; las informaciones que aportan dos fuentes en un 79,79% son perteneciente al Ámbito Deportivo y un 20,21% no pertenecen; las informaciones con tres o más fuentes son de Ámbito Deportivo en un 82,22% y de 'Invitadas' en un 17,78%.

Tabla 130.- Número de fuentes de las informaciones de Mujer en función a su pertenencia o no al Ámbito Deportivo

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sin fuentes	77,79	83,31	67,51	16,69	75,86
Una fuente	15,7	72,58	25,69	27,42	17,57
Dos fuentes	4,36	79,79	4,79	20,21	4,44
Tres o más fuentes	2,15	82,22	2,02	17,78	2,13
Total	100	81,25	100	18,75	100

Los datos de la tabla 130 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Número de Fuentes (χ^2 (3,N=2117) = 22,994, $p=0.001$).

En la tabla 131 se analiza la evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres informaciones con firma según el número de fuentes que aportan.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo que no tienen fuentes descienden a lo largo del tiempo de manera continua, aumentan las que aportan fuentes, principalmente las que aportan una. Por ese motivo, al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009 las informaciones que no tienen fuentes disminuyen veinticinco puntos, del 87,5% al 62,5%; las que aportan una fuente aumentan veintiún puntos, del 7,95% al 29%; las que aportan dos solo aumentan tres décimas, del 4,17% al 4,5%; las que aportan tres o más aumentan más de tres puntos y medio, del 0,38% al 4%.

La tendencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' y que no tienen fuentes es descendente, sin embargo al comparar el primer período y el último ascienden diez puntos, del 58,59% al 68,66%. Como consecuencia, al comparar los mismos períodos, 1980-1984 y 2005-2009, las informaciones que tienen una fuente disminuyen doce puntos y medio, del 36,36% al 23,88%; las que aportan dos fuente aumentan dos puntos, del 4,04% al 5,97%; las que aportan dos aumentan dos puntos, del 4,04% al 5,97%; las que aportan tres o más aumentan solo medio punto, del 1,01% al 1,49%.

Tabla 131.- Evolución del número de fuentes de las informaciones con firma en las que las Mujeres pertenecen, o no, al **Ámbito Deportivo**

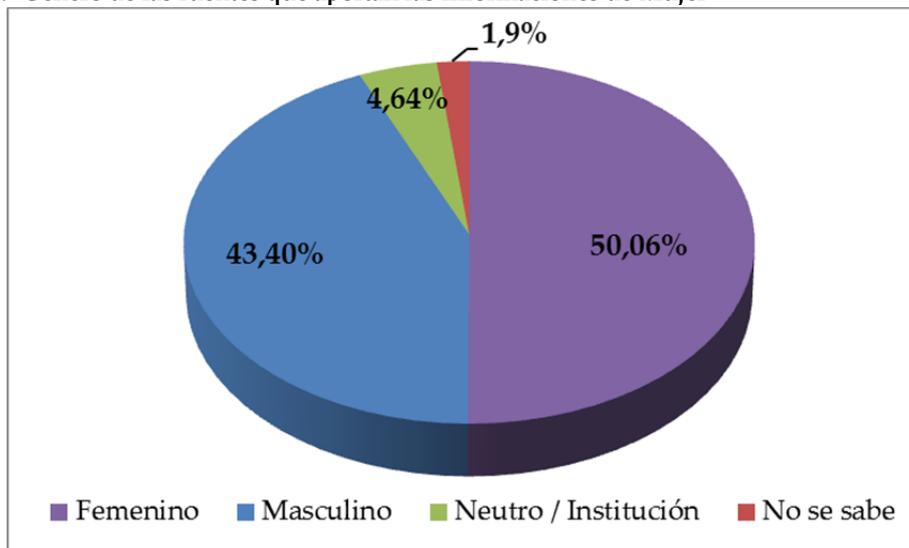
		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito Deportivo	Sin fuentes	86,67	87,5	85,76	84,98	70,24	65,71	62,5	53,85
	Una fuente	11,11	7,95	10,26	11,58	17,99	24	29	35,9
	Dos fuentes	2,22	4,17	2,65	2,96	7,27	6,86	4,5	2,56
	Tres o más fuentes	0	0,38	1,32	0,49	4,5	3,43	4	7,69
Invitadas	Sin fuentes	81,82	58,59	75,76	82,69	62	62,5	68,66	55
	Una fuente	18,18	36,36	18,18	15,38	26	21,88	23,88	40
	Dos fuentes	0	4,04	3,03	1,92	6	12,5	5,97	5
	Tres o más fuentes	0	1,01	3,03	0	6	3,13	1,49	0

8.9.3.1. NO EXISTE RELACIÓN ENTRE EL GÉNERO DE LAS FUENTES Y EL GÉNERO DE LOS PROTAGONISTAS DE LAS INFORMACIONES

En este apartado se exponen los resultados de todas las fuentes (n=841), independientemente de si aparecen juntas en una misma información, que se registran en las informaciones en las que aparecen Mujeres.

En la figura 48 se observa el Género de las fuentes que aportan las informaciones en las que aparecen Mujeres. En el 50,06% las informaciones aportan fuentes Femeninas y en el 43,30% son Masculinas. En un 4,64% son fuentes neutras, instituciones y en un 1,9% no se ha podido identificar el Género.

Figura 48.- Género de las fuentes que aportan las informaciones de Mujer



En la tabla 132 se analiza el Género de las fuentes que aportan las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.

En las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo las fuentes son Femeninas en un 54,57%; son Masculinas en un 40,16%; son fuentes neutras en un 3,26%; y en un 2,02% no se sabe.

En las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' las fuentes son Femeninas en un 35,2%; son Masculinas en un 54,08%; son fuentes neutras en un 9,18%; y en un 1,53% no se sabe.

Así, de las informaciones con fuentes Femeninas son de informaciones pertenecientes al Ámbito Deportivo en un 83,61% y al 'Invitadas' en un 16,39%. Las Masculinas son pertenecientes al Ámbito Deportivo en un 70,96% y en un 29,04% a las 'Invitadas'. Las neutras son pertenecientes al Ámbito Deportivo en un 53,85% y en un 46,15% a las 'Invitadas'. Las fuentes que no se ha podido identificar su Género son pertenecientes al Ámbito Deportivo en un 81,25% y en un 18,75% a las 'Invitadas'.

Los datos de la tabla 132 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Género de las Fuentes (χ^2 (3,N=841) = 29,560, p=.001).

Tabla 132.- Género de las fuentes que aportan las informaciones de Mujer en función a su pertenencia o no al Ámbito Deportivo

	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Femenino	54,57	83,61	35,2	16,39	50,06
Masculino	40,16	70,96	54,08	29,04	43,4
'Neutro'	3,26	53,85	9,18	46,15	4,64
No se sabe	2,02	81,25	1,53	18,75	1,9
Total	100	76,69	100	23,31	100

En la tabla 133 se analiza la evolución del Género de las fuentes que aportan las informaciones con firma según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo y las de 'Invitadas' evolucionan de manera inversa, aumentan las fuentes Femeninas en el caso de las de Ámbito Deportivo y aumentan las Masculinas en el caso de las de 'Invitadas', aunque con frecuencias diferentes.

Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, en el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo informaciones con firma, las informaciones con fuentes Femeninas aumentan más de diez puntos, del 44,23% al 54,41%; las fuentes Masculinas disminuyen casi diez puntos y medio, del 53,85% al 43,38%; las neutras también disminuyen, en este caso poco más de un punto, del 1,92% al 0,74%; asciende las que no se ha podido identificar un punto y medio, del 0% al 1,47%.

Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, en el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' informaciones con firma, las informaciones con fuentes Femeninas disminuyen casi treinta y cinco puntos, del 65,96% al 31,03%; las fuentes Masculinas aumentan más de veintiséis puntos y medio, del 31,91% al 58,62%; y las neutras también aumentan, en este caso poco más de ocho puntos, del 2,13% al 10,34%; las que no se ha podido identificar se registran de manera anecdótica.

Tabla 133.- Evolución del Género de las fuentes que aportan las informaciones con firma en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito Deportivo	Femenino	42,86	44,23	59,15	66,29	46,43	52,13	54,41	85,71
	Masculino	57,14	53,85	38,03	28,09	44,05	41,49	43,38	10,71
	'Neutro'	0	1,92	0	2,25	6,55	5,32	0,74	3,57
	No se sabe	0	0	2,82	3,37	2,98	1,06	1,47	0
'Invitadas'	Femenino	33,33	65,96	29,63	18,18	14,71	34,38	31,03	15,38
	Masculino	33,33	31,91	59,26	63,64	73,53	50	58,62	69,23
	'Neutro'	0	2,13	11,11	18,18	11,76	12,5	10,34	7,69
	No se sabe	33,33	0	0	0	0	3,13	0	7,69

8.9.3.2. CLASIFICACIÓN DE LAS FUENTES

En la tabla 134 se observa que un 59,1% de las fuentes de informaciones en las que aparecen Mujeres con firma son directas y un 40,9% son indirectas.

Al analizar el tipo de fuente por Género las Femeninas un 63,42% son directas y un 36,58% son indirectas. Las Masculinas un 62,19% son directas y un 37,81% son indirectas. Todas las fuentes neutras son indirectas y las que no se ha podido identificar su Género un 18,75% son directas y un 81,25% son indirectas.

Así, del total de las fuentes directas son Femeninas el 53,73% y Masculinas el 45,67%; las fuentes indirectas son Femeninas en un 44,76% y Masculinas en un 40,12%.

Tabla 134.- Tipos de fuentes, según Género, de las informaciones de Mujer

	Femenino		Masculino		'Neutro'		No se sabe		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Directa	63,42	53,73	62,19	45,67	0	0	18,75	0,6	59,1
Indirecta	36,58	44,76	37,81	40,12	100	11,34	81,25	3,78	40,9
Total	100	98,49	100	85,79	100	11,34	100	4,38	100

En la tabla 135 se profundiza en los cargos o profesiones de las fuentes, se diferencia entre fuentes directas o indirectas según Género que aparecen en las informaciones en las que aparecen Mujeres con firma. Se observa que:

- Las fuentes Femeninas directas son básicamente deportistas (42,99%), en segundo lugar aficionadas (8,55%). El resto se sitúan en frecuencias inferiores al 3%.
- Las fuentes Femeninas indirectas más frecuentes son: deportistas (17,1%), provienen de ruedas de prensa (8,55%) y de otros medios de comunicación (4,75%). El resto se sitúan en frecuencias inferiores al 3%.
- Las fuentes Masculinas directas son básicamente deportistas (30,96%), le siguen equipo técnico (11,51%), miembros de federación deportiva (5,48%), de la directiva de un club deportivo (5,21%) y de comité deportivo (4,11%). El resto se sitúan en frecuencias inferiores al 3%.
- Las fuentes Masculinas indirectas más frecuentes son: las que proceden de ruedas de prensa (9,86%), deportistas (7,95%), miembros de clubes deportivos (5,48%), de federaciones deportivas (4,66%), proceden de otros medios de comunicación (2,19%). El resto se sitúan en frecuencias inferiores al 3%.

Queda claro que los cargos o profesiones de las fuentes son más variados en el caso de las Masculinas.

Tabla 135.- Cargos o profesiones de las fuentes de las informaciones en las que aparecen Mujeres con firma por Género

		Femenino		Masculino		'Neutro'		No se sabe		Total
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
FUENTES DIRECTAS	Deportista	42,99	61,56	30,96	38,44	0	0	0	0	34,96
	Equipo técnico	2,14	17,65	11,51	82,35	0	0	0	0	6,06
	Aficionados	8,55	97,3	0	0	0	0	6,25	2,7	4,4
	Miembros de la Directiva de un club	2,14	32,14	5,21	67,86	0	0	0	0	3,33
	Miembro de federación deportiva	0,48	8,7	5,48	86,96	0	0	6,25	4,35	2,73
	Miembro de comité deportivo	1,43	28,57	4,11	71,43	0	0	0	0	2,5
	Otros	2,85	70,59	1,1	23,53	0	0	6,25	5,88	2,02
	Políticos/as	1,19	45,45	1,64	54,55	0	0	0	0	1,31
	Profesionales de los medios, periodistas	0,48	28,57	1,37	71,43	0	0	0	0	0,83
	Experto/a	0,71	50	0,82	50	0	0	0	0	0,71
	Árbitro/a	0,48	100	0	0	0	0	0	0	0,24
NO ES FUENTE DIRECTA	Deportista	17,1	71,29	7,95	28,71	0	0	0	0	12,01
	Ruedas de prensa	8,55	49,32	9,86	49,32	2,56	1,37	0	0	8,68
	Otros medios de comunicación	4,75	30,3	2,19	12,12	84,62	50	31,25	7,58	7,85
	Federaciones deportivas	0,24	4	4,66	68	5,13	8	31,25	20	2,97
	Clubes deportivos	1,19	20	5,48	80	0	0	0	0	2,97
	Comunicados	1,66	50	1,1	28,57	7,69	21,43	0	0	1,66
	Fuerzas de seguridad del Estado	0,95	30,77	1,92	53,85	0	0	12,5	15,38	1,55
	Comités deportivos	0	0	1,64	85,71	0	0	6,25	14,29	0,83
	Otros	0,71	42,86	1,1	57,14	0	0	0	0	0,83
	Gobiernos	0,24	16,67	1,37	83,33	0	0	0	0	0,71
	Partidos políticos	0,71	75	0,27	25	0	0	0	0	0,48
	Árbitro/a	0,24	50	0,27	50	0	0	0	0	0,24
	Ciudadanos anónimos	0,24	100	0	0	0	0	0	0	0,12
Total	100	98,49	100	85,79	100	11,34	100	4,38	100	

8.9.3.3. EXISTENCIA -O AUSENCIA- DE ATRIBUCIONES: EN UN 81,25% LAS FUENTES NO SE IDENTIFICAN NOMINALMENTE

En la tabla 136 se analiza la existencia -o ausencia- de atribución de las fuentes, si se identifican nominalmente, según el Género.

Al analizar la existencia -o ausencia- de atribuciones de las fuentes por Género la mayoría de las fuentes de la prensa deportiva se identifican nominalmente, solo en un 0,71% de las Femeninas y en un 1,64% de las Masculinas no se identifican. Las fuentes neutras tampoco se identifican en un 7,69%.

Las que no se ha podido identificar su Género en un 81,25% no se identifican nominalmente.

Así, del total de las fuentes con atribución son Femeninas el 51,23% y Masculinas el 44%; las fuentes sin atribución son Femeninas en un 12% y Masculinas en un 24% de los casos.

Tabla 136.- Existencia -o ausencia- de atribución de fuentes por Género de las informaciones de Mujer

ATRIBUCIÓN	Femenino		Masculino		'Neutro'		No se sabe		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Existencia	99,29	51,23	98,36	44	92,31	4,41	18,75	0,37	97,03
Ausencia	0,71	12	1,64	24	7,69	12	81,25	52	2,97
Total	100	50,06	100	43,4	100	4,64	100	1,9	100

Los datos de la tabla 136 indican que no existen relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Género de la Fuente ($\chi^2 (1, N=841) = ,007, p=.934$).

8.10. A MODO DE RESUMEN: RASGOS GENERALES DE LAS INFORMACIONES DE MUJERES

Que una Mujer consiga ser laureada por una conquista deportiva no le garantiza visibilidad en un medio de comunicación por ese logro. En ocasiones captará mayor interés por otras actividades ajenas al deporte.

Que la presencia de los Hombres va más allá de las informaciones que protagonizan, queda de nuevo reflejada en el número de personajes Masculinos de las informaciones donde aparecen Mujeres. Sorprende que solo un 58,27% sean Mujeres, en consecuencia destaca el porcentaje tan elevado de Hombres, un 40,89%.

Por lo general, las protagonistas Femeninas predominan a lo largo del tiempo con una tendencia al alza en detrimento de los Masculinos. Llama la atención que los protagonistas Masculinos superen a las Femeninas durante los años 1984 (Masculinos: 49,78%; Femeninas: 49,03%) y 1991 (Masculinos: 51,72%, Femeninas: 48,02%), tratándose únicamente del análisis de informaciones en las que aparecen Mujeres solas o acompañadas.

Los datos referentes a los títulos de las informaciones de Mujeres dejan claro el predominio del nombre propio. Al tratarse de informaciones en las que aparecen Mujeres es lógico que abunden los títulos con nombre Femenino, pero destaca el gran porcentaje de nombres Masculinos (14,51%), ya sean de personas o equipos que aparecen en los títulos, aún en el caso de que las Mujeres sean las protagonistas centrales de las informaciones: “una hija de Ali boxeadora” (*Mundo Deportivo*, 18-02-199, pág. 38) o “La señora de Karembeu golea¹²³” (*Mundo Deportivo*, 20-02-1999, pág. 6).

Que la Mujer aparezca en la información no significa que al lector le sea fácil localizar el texto en el que se habla de ella. Será difícil valorar los logros deportivos porque la jerarquización de la información que determina qué informaciones son más importantes que otras, evidencia que los triunfos Femeninos no son relevantes. Un claro ejemplo de esta circunstancia es la siguiente: “Lewis, a una centésima de Hines” (*As*, 16-05-1983, pág. 24), una crónica sobre el Mundial de atletismo. Dentro de la misma, en dos líneas, se relata el récord Femenino de salto de longitud que consigue la

¹²³ Adriana Karembeu es una modelo conocida a nivel mundial, pero en este caso se le denomina la señora de Karembeu. Tendría sentido, puesto que se la invita a las páginas de prensa deportiva por ser la mujer de un jugador de fútbol. Pero si analizamos el caso contrario encontramos en los títulos a Peter Graf, que no es otro que el padre de Steffi Graf.

atleta Cusmir¹²⁴. Si tenemos en cuenta que es la única deportista dentro de la información que supera un récord a nivel mundial, y que Tom Peatronov, récord Masculino en la misma disciplina tiene un breve para el solo en el mismo diario (pág. 31), será difícil apreciar su logro.

También en las citas incluidas en los títulos –poco frecuentes – son los Hombres los que vuelven a estar por delante de las Mujeres. Si a esto se le añade que los Hombres son los entrenadores, no se hace referencia a las Mujeres ni con nombre propio: “Brasa dio la Selección olímpica” (*Marca*, 7-06-1996 pág. 39), para poder descubrir que se esconde tras este titular, tendremos que profundizar en la lectura y nos revelará que se trata de la Selección española Femenina de Jockey.

Las Mujeres aparecen en páginas interiores y sus títulos a una columna (45,25%). El estudio muestra que la Mujer no interesa como noticia de portada, aunque la información tenga la consideración de sin precedentes. Dentro de las páginas principales de los periódicos la presencia de las Mujeres es mayor en contraportada.

El género periodístico más utilizado al informar sobre Mujeres es el informativo, imperando las noticias breves sobre las extensas.

Otro factor a resaltar a la hora de localizar las informaciones de Mujeres en los diarios es que en los deportivos no existen secciones fijas¹²⁵, el título varía según los intereses editoriales de los diarios. Aunque las informaciones de Mujeres son más frecuentes en las secciones que hacen referencia a deportes individuales (33,61%) y colectivos (13,49%), su presencia en secciones de varios deportes (20,81%) - “polideportivo” – y breves (9,80%), incluso en las que no hay sección (3,59%), resulta destacable.

El tema central es la competición. Es incuestionable que las Mujeres apenas entrenan ni dirigen clubes, ni forman parte de federaciones o comités, tampoco es frecuente la información de Mujeres sobre arbitraje. Lo frecuente es que sean los

¹²⁴ La atleta Anisoara Cusmir-Stanciu fue plusmarquista mundial con una marca de 7 metros y 43 centímetros obtenida en 1983 en Bucarest

¹²⁵ Se aporta la siguiente clasificación: deportes Individuales; deportes Colectivos; el nombre de la sección sugiere Varios deportes; Secciones de Breves; Ámbito no Deportivo.; Eventos Deportivos Internacionales; Eventos Deportivos nacionales; y Competición nacional. También existen páginas donde no se hace referencia a ningún tipo de sección.

Hombres los que entrenen, dirijan y arbitren a las Mujeres. La realidad “mediática”, en estos casos, sí se corresponde con la realidad “real”.

Si el deporte rey es el fútbol, el “deporte reina” es el tenis. Del total de las informaciones protagonizadas por Mujeres, un 29,35% son sobre tenis. Pero estas informaciones van más allá de los éxitos de las españolas, con fuerte presencia de tenistas extranjeras. El segundo deporte con mayor frecuencia es el atletismo (18,47%), que en *Marca* ocupa el primer puesto (25,43%), el resto coronan al tenis.

En general se observa que el ámbito geográfico que prima en todos los diarios es nacional y otro: *Sport* (51,54%), *As* (44,37%); *Marca* (38,45%); y *Mundo Deportivo* (36,81%).

8.10.1. LA VENTAJA APARENTE EN FAVOR DEL PERFIL DEPORTIVO, QUEDA MATIZADA DESDE EL PUNTO DE VISTA CUALITATIVO

Ya se ha comentado que la presencia de las Mujeres en la prensa deportiva española disminuye a lo largo del tiempo. Además, las informaciones de Mujeres son difíciles de localizar si tenemos en cuenta los factores descritos. Asimismo, en la prensa deportiva no sólo se informa sobre deportistas y Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo, también se informa sobre otras Mujeres que no pertenecen a dicho ámbito, las ‘Invitadas’. El descenso de la presencia de deportistas y otras Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo en las informaciones, es todavía más visible.

Teniendo en cuenta los dos perfiles de Mujer que se han tomado como referencia – en función a su pertenencia o no al Ámbito Deportivo – la relación entre los dos puede ser contemplada cuantitativa y cualitativamente. Desde el punto de vista cuantitativo, el 86,8% de las informaciones corresponde a la Mujer de Ámbito Deportivo y el 13,2% al perfil no deportivo. La tendencia evolutiva es el incremento de este último perfil hasta alcanzar 19,28% (figura 37). Esta ventaja aparente en favor del perfil deportivo queda matizada desde el punto de vista cualitativo.

Cuando hablamos de relevancia, en cualquier factor analizado, las ‘Invitadas’ aparecen con mayor frecuencia en las páginas principales ocupando mejor y mayor espacio (mayor frecuencia como noticia de cabecera, mayor extensión de columnas en los títulos) y con mayor número de apoyos, fundamentalmente fotografías (presentes

en más del 60% de las informaciones de 'Invitadas' en todos los diarios), que las que pertenecen al *Ámbito Deportivo*.

Respecto a los géneros periodísticos, el más utilizado para informar sobre 'Invitadas' es el informativo, predominando las informaciones extensas sobre las breves; en las de *Ámbito Deportivo* predominan las breves. Además, las 'Invitadas' obtienen una mayor frecuencia – en proporción a la media - en géneros de opinión, reportajes, entrevistas y, cómo no, en las fotonoticias.

Al analizar el ámbito geográfico, en las informaciones de *Ámbito Deportivo* predominan las informaciones de ámbito nacional y otro (43,49%) y en las de 'Invitadas' predominan las informaciones de ámbito nacional (40,53%). parece que uno de los factores de noticiabilidad, como es el ámbito geográfico nacional, en lo que respecta a méritos deportivos se mezcla con el extranjero. Hay que triunfar fuera para aparecer en la prensa deportiva, o ser extranjera y jugar en España.

El perfil de 'Invitadas' es más fácil de localizar en los diarios deportivos, las Mujeres de *Ámbito Deportivo* aumentan la invisibilidad en las páginas por los factores de relevancia y jerarquización.

8.10.2. ¿QUIÉN INFORMA SOBRE LAS MUJERES EN LA PRENSA DEPORTIVA?

Las informaciones sobre Mujeres que van firmadas suponen un 43,41% del total. Cabe destacar que la presencia de las agencias supone un 17,55%, pero es superior la frecuencia de informaciones anónimas, donde no se indica procedencia, que representan un 39,04% y que sean estas últimas las que aumenten a lo largo del tiempo en detrimento de las firmadas (son los diarios catalanes los que más inciden a la hora de no identificar la procedencia).

No existe una relación de género entre los protagonistas y las firmas, tampoco a la hora de analizar las informaciones, distinguiendo entre los dos perfiles de Mujer que se han tomado como referencia – en función a su pertenencia o no al *Ámbito Deportivo* –.

Las periodistas sólo firman un 9,15% de las informaciones protagonizadas por Mujeres. Aun así se aprecia un aumento de la Mujer como informadora a lo largo del tiempo, principalmente como redactora, en ningún caso en puestos de responsabilidad

como la dirección o subdirección de un diario. Cuando el informador aparece identificado con una fotografía, el 91,18% corresponde a Hombres y el 8,82% a Mujeres.

8.10.3 LOS HOMBRES TAMBIÉN ACAPARAN EL PAPEL DE FUENTES DE LAS INFORMACIONES SOBRE MUJERES EN LA PRENSA DEPORTIVA

Es muy evidente el trabajo sin fuentes en el caso de las informaciones protagonizadas por Mujeres o con referencias incompletas (75,86%). Todavía es más llamativo que las fuentes sean Masculinas (43,4%). Es una convención que la fuente se considere el origen de la información, lo que implica que la voz y presencia de los Hombres va más allá de su propio ámbito de referencia. La Mujer sigue en clamorosa desventaja respecto del Hombre, porque la Mujer sigue sin tener la categoría suficiente para ser personaje y, menos aún, fuente de la noticia¹²⁶.

Por lo tanto, se confirma que no existe relación entre el Género de las fuentes y el Género de las informaciones. Los cargos o profesiones de las fuentes son más variados en el caso de las Masculinas, reflejo de la realidad deportiva, ya que si no eres entrenadora ni directiva no puedes hablar como tal.

¹²⁶ La prensa deportiva no es un caso aislado, en el estudio sobre la inmigración en los medios de comunicación, dirigido por M^a Pilar Diezhandino (2009), ya se pone de relevancia este hecho en la información sobre inmigración. También se denuncia esta situación en el Informe Global de Medios (GMMP, 1995, 2000, 2005 y 2010).

9. TRATAMIENTO DE LAS INFORMACIONES EN LAS QUE APARECEN MUJERES DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

En el capítulo anterior queda matizado que desde el punto de vista cualitativo la preferencia en la prensa deportiva por el perfil 'Invitadas' a la hora de jerarquizar las informaciones, en la ubicación y en la construcción, y también como fuentes. Por lo tanto, la ventaja cuantitativa, aparente, en favor del perfil Deportivo queda minimizada.

Se continua con la exposición de los resultados de todas las informaciones en las que aparecen Mujeres (n=4.877), comparando los dos perfiles Ámbito Deportivo (n=4.233) e 'Invitadas' (n=644), profundizando en el análisis de los contenidos.

Se compara el tratamiento de las informaciones en las que aparecen Mujeres desde la perspectiva de Género: los protagonistas centrales de las informaciones, los temas concernientes a la igualdad y la ausencia o presencia de estereotipos.

En último lugar, no por ello menos importante, se analizan las fotografías que acompañan a las informaciones en las que aparecen Mujeres. No olvidemos que el diseño de la prensa deportiva va más encaminado a lo visual, a llamar la atención, y no tanto al contenido. El impacto fotográfico es un rasgo característico propio de la prensa deportiva actual gracias a los avances técnicos, en muchas ocasiones el tamaño de las imágenes es mayor que el texto, consecuencia directa de la acción y del conflicto de la actividad deportiva.

Se exponen los resultados de todas las fotografías (N = 3.474) que acompañan las informaciones en las que aparecen las Mujeres (N = 4.877) y se comparan los dos perfiles Ámbito Deportivo (n=4.233) e 'Invitadas' (n=644), ahondando en el análisis del impacto que las fotografías producen a la hora de percibir la imagen de las Mujeres, fundamentalmente la ausencia o presencia de estereotipos.

9.1. LOS HOMBRES PROTAGONISTAS CENTRALES DE LAS INFORMACIONES DE 'INVITADAS'

En la tabla 137 se analiza la frecuencia total de los protagonistas centrales de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

En general se observa que en un 55,03% la protagonista central es Mujer y en un 31,82% comparte protagonismo con el Hombre. En el resto de las informaciones los protagonistas centrales son los Hombres (11,77%) o instituciones, estadios, etc., codificados como 'Neutros' (1,37%).

Al analizar las informaciones de Mujeres según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo se observa que:

- En las de Ámbito Deportivo la Mujer es la protagonista central en un 59,30% y comparte protagonismo con el Hombre en un 33,17%. Los Hombres lo son en un 6,54%.
- En las de 'Invitadas' el Hombre es el protagonista central en un 46,12% y en un 3,88% lo es un elemento 'Neutro'. La Mujer es la protagonista central en un 27,02% y comparte protagonismo con el Hombre en un 22,98%.

En el global de las informaciones las que pertenecen al Ámbito Deportivo están por encima de la media cuando las protagoniza la Mujer en exclusiva y cuando comparte protagonismo con el Hombre. En el resto son las 'Invitadas' las que superan la media.

Tabla 137.- Distribución de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo según el Género de su protagonista central

GÉNERO DE LOS PROTAGONISTAS CENTRALES	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Mujer	59,3	93,52	27,02	6,48	55,03
'Mixto'	33,17	90,46	22,98	9,54	31,82
Hombre	6,54	48,26	46,12	51,74	11,77
'Neutro'	0,99	62,69	3,88	37,31	1,37
Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 137 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Género del Protagonista Central ($\chi^2(3, N=4877) = 906,919, p=.001$).

En la tabla 138 se observa la evolución de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen al Ámbito Deportivo y la de las 'Invitadas'.

Las informaciones de Ámbito Deportivo en las que la Mujer es protagonista central ascienden de manera consecutiva a lo largo del tiempo en detrimento de las informaciones en las que comparte protagonismo con el Hombre, donde el Hombre es protagonista central y, en menor medida, donde un elemento 'Neutro' es protagonista central. Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009:

- Las informaciones cuya protagonista central es la Mujer ganan veinticuatro puntos y medio (de un 48,62% a un 73,07%)
- Donde Mujer y Hombre comparten protagonismo Central pierden más de quince puntos y medio (de un 39,38% a un 24,06%)
- Las que un elemento 'Neutro' es protagonista central pierden más de un punto y medio (de un 2,31% a un 0,54%).

Las informaciones de 'Invitadas' en las que la Mujer es protagonista central ascienden a lo largo del tiempo También ascienden las que un elemento 'Neutro' es protagonista central, en detrimento de las informaciones en las que comparte protagonismo con el Hombre y en las que el Hombre es protagonista central. Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009:

- Las informaciones cuya protagonista central es la Mujer ganan casi treinta y un puntos (de un 20,63% a un 51,56%)
- Las informaciones en las que Mujer y Hombre comparten protagonismo Central pierden casi seis puntos (de un 25,4% a un 19,53%).
- Las que un elemento 'Neutro' es protagonista central ganan más de dos puntos (de un 1,59% a un 3,91%).

Tabla 138.- Evolución de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo según el Género de su protagonista central

		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito Deportivo	Mujer	67,03	48,62	56	53,39	59,87	66,24	73,07	75,37
	'Mixto'	19,78	39,38	34,48	39,83	33,25	26,67	24,06	23,88
	Hombre	9,89	9,69	8,83	6,42	6,5	4,95	2,33	0,75
	'Neutro'	3,3	2,31	0,69	0,36	0,38	2,15	0,54	0
'Invitadas'	Mujer	22,22	20,63	7,45	16,9	27,38	23,08	51,56	46,88
	'Mixto'	5,56	25,4	18,09	15,49	27,38	37,36	19,53	15,63
	Hombre	50	52,38	64,89	67,61	45,24	34,07	25	37,5
	'Neutro'	22,22	1,59	9,57	0	0	5,49	3,91	0

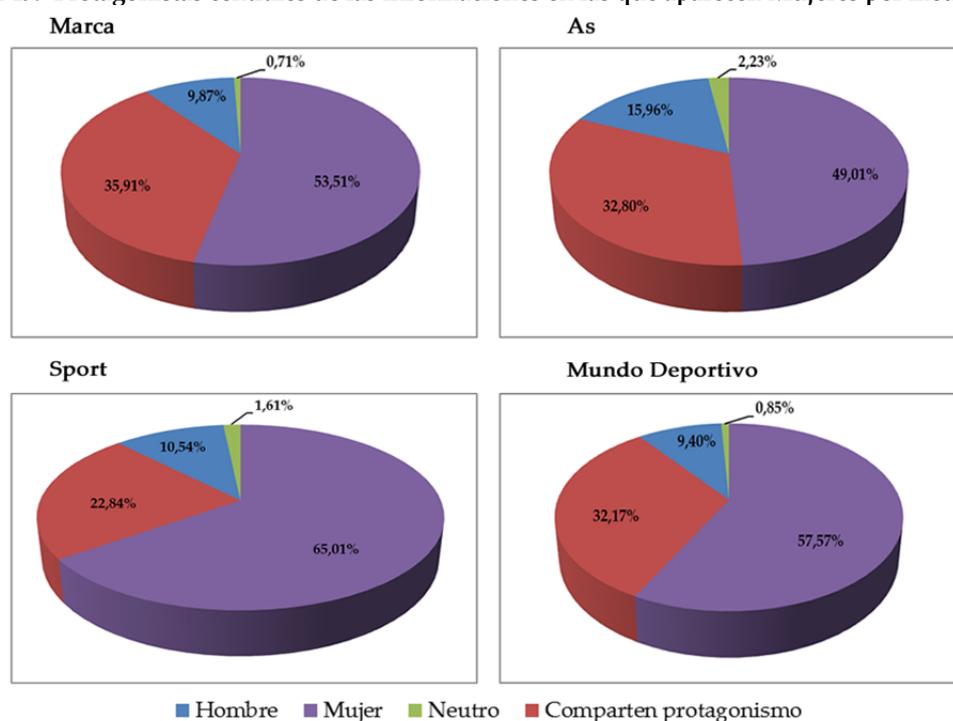
9.1.1. SPORT: MAYOR NÚMERO DE MUJERES COMO PROTAGONISTAS CENTRALES

En la figura 49 se observa la frecuencia de los protagonistas centrales de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medios de comunicación.

Se aprecian diferencias en los diferentes diarios deportivos a la hora de analizar los protagonistas centrales de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

- El diario en el que son más frecuentes las Mujeres como protagonistas centrales es *Sport* (65,01%), le sigue *Mundo Deportivo* (57,57%), *Marca* (53,51%) y *As* (49,01%).
- El diario en el que son más frecuentes las Mujeres y Hombres que comparten el protagonismo central es *Marca* (35,91%), le sigue *As* (32,80%), *Mundo Deportivo* (32,17%) y *Sport* (22,84%).
- El diario en el que son más frecuentes los Hombres como protagonistas centrales es *As* (15,96%), le sigue *Sport* (10,54%), *Marca* (9,87%) y *Mundo Deportivo* (9,4%).
- El diario en el que son más frecuentes los elementos 'Neutros' como protagonistas centrales es *As* (2,23%), le sigue *Sport* (1,61%), *Mundo Deportivo* (0,85%) y *Marca* (0,71%).

Figura 49.- Protagonistas centrales de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medio



Los datos de la figura 49 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Género del Protagonista Central y Medio ($\chi^2(9, N=4877) = 98,707, p=.001$).

En la tabla 139 se observa la frecuencia de los protagonistas centrales de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.

En las que pertenecen al Ámbito Deportivo:

- La Mujer como protagonista central es más frecuente en *Sport* (65,01%), seguido de *Mundo Deportivo* (57,57%), *Marca* (53,51%) y *As* (49,01%).
- Cuando la Mujer y el Hombre comparten protagonismo Central son más frecuentes en *Marca* (36,41%), le sigue *As* (35,26%), *Mundo Deportivo* (32,82%) y *Sport* (23,4%).
- Cuando el Hombre es protagonista central son más frecuentes en *As* (8,39%), le sigue *Marca* (7,07%), *Sport* (5,28%) y *Mundo Deportivo* (5,05%).
- Cuando lo son elementos 'Neutros' son más frecuentes en *As* (1,92%), le sigue *Sport* (0,75%), *Marca* (0,65%) y *Mundo Deportivo* (0,47%).

En las 'Invitadas':

- La Mujer como protagonista central es más frecuente en *Sport* (45,75%), seguido de *As* (23,36%), *Marca* (19,05%) y *Mundo Deportivo* (18,18%).
- Cuando la Mujer y el Hombre comparten protagonismo Central son más frecuentes en *Marca* (28,57%), le sigue *Mundo Deportivo* (25,97%), *As* (21,17%), y *Sport* (20,92%).
- Cuando el Hombre es protagonista central son más frecuentes en *As* (51,82%), le sigue *Mundo Deportivo* (51,3%), *Marca* (50,79%) y *Sport* (28,76%).
- Cuando lo son elementos 'Neutros' son más frecuentes en *Sport* (4,58%), le sigue *Mundo Deportivo* (4,55%), *As* (3,65%) y *Marca* (1,59%).

Tabla 139.- Protagonistas centrales de las informaciones en las que aparecen Mujeres, y según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
MARCA	Mujer	55,87	97,72	19,05	2,28	53,51
	'Mixto'	36,41	94,9	28,57	5,1	35,91
	Hombre	7,07	67,01	50,79	32,99	9,87
	'Neutro'	0,65	85,71	1,59	14,29	0,71
	Total	100	93,59	100	6,41	100
AS	Mujer	54,43	91,7	23,36	8,3	49,01
	'Mixto'	35,26	88,76	21,17	11,24	32,8
	Hombre	8,39	43,43	51,82	56,57	15,96
	'Neutro'	1,92	71,43	3,65	28,57	2,23
	Total	100	82,58	100	17,42	100
SPORT	Mujer	70,57	84,23	45,75	15,77	65,01
	'Mixto'	23,4	79,49	20,92	20,51	22,84
	Hombre	5,28	38,89	28,76	61,11	10,54
	'Neutro'	0,75	36,36	4,58	63,64	1,61
	Total	100	77,6	100	22,4	100
MUNDO DEPORTIVO	Mujer	61,66	97,03	18,18	2,97	57,57
	'Mixto'	32,82	92,41	25,97	7,59	32,17
	Hombre	5,05	48,7	51,3	51,3	9,4
	'Neutro'	0,47	50	4,55	50	0,85
	Total	100	90,6	100	9,4	100

Los datos de la tabla 139 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Género del Protagonista Central en *As* (χ^2 (3,N=1573) = 332,973, p=.001), *Sport* (χ^2 (3,N=683) = 84,391, p=.001) y *Mundo Deportivo* (χ^2 (3,N=1638) = 392,294, p=.001).

En la tabla 140 se observa la evolución de los protagonistas centrales de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo se comportan de manera diferente en cada diario:

- En *Marca* las informaciones en las que la Mujer es protagonista central ascienden a lo largo del tiempo en detrimento de las informaciones en las que comparte protagonismo con el Hombre, ambos trazan una línea inversa. Las informaciones en las que el Hombre es protagonista central aumentan en los períodos centrales para luego volver a disminuir. Solo se registran casos en las que un elemento 'Neutro' es protagonista central en la primera década del siglo XXI. Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009:
- En *As* las informaciones en las que la Mujer es protagonista central ascienden a lo largo del tiempo en detrimento de las informaciones en las que el Hombre es protagonista central y en las que un elemento 'Neutro' es protagonista central. Las informaciones en las que comparte protagonismo con el Hombre, siguen una línea inversa a las que la Mujer es protagonista central, sin embargo en el último período apenas pierde unas décimas.
- En *Sport* las informaciones en las que la Mujer es protagonista central ascienden a lo largo del tiempo en detrimento de las informaciones en las que comparte protagonismo con el Hombre y en las que el Hombre es protagonista central. Las informaciones en las que un elemento 'Neutro' es protagonista central se registran a finales de los noventa y en la primera década del siglo XXI, por lo tanto aumentan. Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009:
- En *Mundo Deportivo* las informaciones en las que la Mujer es protagonista central ascienden a lo largo del tiempo en detrimento de las informaciones en las que comparte protagonismo con el Hombre y, en menor medida, en las que el Hombre es protagonista central. Las informaciones en las que un elemento 'Neutro' es protagonista central su frecuencia es mínima y no se registra ningún caso en el último período.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' se comportan de manera diferente en cada diario:

- En *Marca* las informaciones de 'Invitadas' se comportan de manera irregular e inconstante. A principios de los ochenta predominan las informaciones en las que la Mujer y el Hombre comparten protagonismo Central (66,67%), seguidas de las que la Mujer es protagonista central (22,22%) y las que el protagonista central es el Hombre (11,11%). Sin embargo, a finales de los ochenta la frecuencia de las informaciones cuyo protagonista central es el Hombre supone un 100%. Durante los años noventa y la primera década del siglo XXI continúan en primer lugar las informaciones cuyo protagonista central es el Hombre, aunque siempre disminuye su frecuencia, hasta el último período (44,44%).
- En *As* las informaciones de 'Invitadas' en las que la Mujer es protagonista central, en mayor medida, y en las que comparte protagonismo Central Mujer y Hombre aumentan en detrimento de las que el Hombre es protagonista central. Las 'Neutras' se comportan de manera irregular.
- En *Sport* las informaciones de 'Invitadas' en las que la Mujer es protagonista central aumentan en detrimento de las que el Hombre es protagonista central y en las que ambos comparten protagonismo. Las 'Neutras' se comportan de manera irregular.
- En *Mundo Deportivo* las informaciones de 'Invitadas' en las que la Mujer es protagonista central y en las que lo es el Hombre ascienden a lo largo del tiempo en detrimento de las informaciones en las que comparte protagonismo Mujer y Hombre y, en menor medida, en las que un elemento 'Neutro' es protagonista central.

Tabla 140.- Evolución de los protagonistas centrales de las informaciones en las que aparecen Mujeres, y según su pertenencia, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio de comunicación

			1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito Deportivo	MARCA	Mujer	60,61	45,5	61,9	51,72	51,18	66,98	71,28	68,97
		'Mixto'	33,33	49,74	33,33	37,36	39,34	24,53	20,21	31,03
		Hombre	3,03	4,76	4,76	10,92	9,48	4,72	7,45	0
		'Neutro'	3,03	0	0	0	0	3,77	1,06	0
	AS	Mujer	70,37	46,7	44,79	47,52	63,73	58,49	69,01	85,71
		'Mixto'	3,7	28,93	41,67	45,04	31,09	37,74	28,07	14,29
		Hombre	22,22	17,77	12,15	6,74	4,15	1,89	2,34	0
		'Neutro'	3,7	6,6	1,39	0,71	1,04	1,89	0,58	0
	SPORT	Mujer	58,33	60,42	73,08	56,1	69,83	83,78	84,44	80
		'Mixto'	16,67	25	21,15	42,28	25	5,41	13,33	13,33
		Hombre	16,67	14,58	5,77	1,63	4,31	9,46	1,11	6,67
		'Neutro'	8,33	0	0	0	0,86	1,35	1,11	0
	MUNDO DEPORTIVO	Mujer	78,95	50,46	62,13	59,92	59,62	63,13	72,28	70,91
		'Mixto'	21,05	43,06	30,23	34,41	33,58	30,17	27,23	29,09
		Hombre	0	5,56	7,31	5,26	6,79	5,03	0,5	0
		'Neutro'	0	0,93	0,33	0,4	0	1,68	0	0
'Invitadas'	MARCA	Mujer	66,67	22,22	0	0	20	16,67	22,22	0
		'Mixto'	33,33	66,67	0	25	0	25	33,33	50
		Hombre	0	11,11	100	75	80	50	44,44	50
		'Neutro'	0	0	0	0	0	8,33	0	0
	AS	Mujer	9,09	2,44	0	18,92	16,67	15	59,68	63,64
		'Mixto'	0	4,88	11,9	16,22	33,33	52,5	19,35	18,18
		Hombre	63,64	92,68	83,33	64,86	50	27,5	16,13	18,18
		'Neutro'	27,27	0	4,76	0	0	5	4,84	0
	SPORT	Mujer	33,33	35,59	11,76	22,22	62,5	57,14	80	60
		'Mixto'	0	27,12	47,06	0	25	7,14	8	10
		Hombre	33,33	35,59	23,53	77,78	12,5	21,43	12	30
		'Neutro'	33,33	1,69	17,65	0	0	14,29	0	0
	MUNDO DEPORTIVO	Mujer	0	11,76	16,67	14,29	21,43	20	21,74	22,22
		'Mixto'	0	47,06	13,33	19,05	32,14	36	21,74	11,11
		Hombre	100	35,29	56,67	66,67	46,43	44	47,83	66,67
		'Neutro'	0	5,88	13,33	0	0	0	8,7	0

9.2. APENAS SE INFORMA SOBRE TEMAS CONCERNIENTES A LA (DES)IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES

Desigualdad de criterios entre Hombres y Mujeres para conseguir ayudas del Estado, de sueldos, en los horarios de las competiciones, en las pruebas, en los campeonatos y acceso puestos directivos, Nacionales o Internacionales, son los temas básicos de los que trata la prensa deportiva cuando trata temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres (figura 51, 52 y 53).

Además, durante el análisis se cuantificaron los casos en los que se hacían referencia a Legislación sobre Equidad de Género o Derechos Humanos, solo en 3 informaciones en las que aparecen Mujeres se hacía referencia la legalización del boxeo femenino (figura 54).

En la figura 50 se analiza la frecuencia total de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que aparecen Mujeres. Se observa que en un 1,31% la información enfatiza claramente los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres, en el resto de las informaciones no hace referencia.

Figura 50.- Temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que aparecen Mujeres

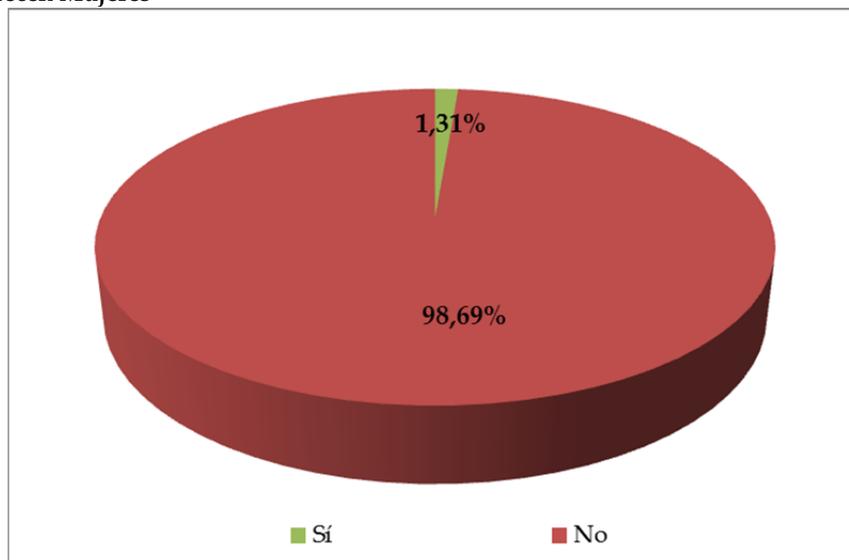


Figura 51.- "El voleibol, en estado crítico"

La única sección albiazul que gana títulos podría desaparecer en los próximos días

El voleibol, en estado crítico

ROSA M. LOPEZ

Desde que hace unos meses se empezó a hablar de la posible desaparición del equipo femenino de voleibol del Español, el asunto se mantiene igual que al principio, es decir, no se sabe nada.

Ante la problemática existente, nuestro periódico se puso en contacto con dos jugadoras del equipo, la capitana, Cecilia del Risco, y Sylvie Hernández, para que nos explicasen cuál es la situación.

El equipo de voleibol del Español es el único de División de Honor que hay en Cataluña. Este año ha ganado todo lo que un equipo pueda ganar, pero lo más importante es que han ganado la Liga. Apenas hace un mes celebraban todos los éxitos obtenidos durante este año, y ahora todo parece tambalearse.

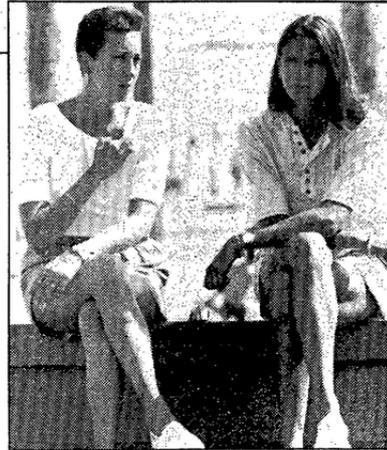
Durante dos años estuvieron esponsorizadas por "Leche Completa", problemas internos obligaron a tenerlo

que dejar y, desde entonces, no han tenido ningún otro sponsor, viéndose el Club en la obligación de correr con los gastos.

El motivo principal de la problemática es que no hay ingresos. El voleibol femenino es un deporte con poca publicidad, pocos espectadores y, por consiguiente, poca taquilla. Todo esto se traduce en un problema económico que es lo que ha llevado al club a pensar en prescindir del equipo.

Resulta un poco difícil de creer que el único equipo que da títulos al Español, que tiene la posibilidad de volver a jugar la Copa de Europa y que, además, cuenta con el ofrecimiento de TV3 de pasar 4 partidos fijos la próxima temporada, vaya a desaparecer.

Cada año se habla de lo mismo, pero parece ser que este año la cosa va más en serio. Todo está a la espera de una próxima reunión de la junta directiva, donde se tomará una decisión al respecto.



La capitana, Cecilia del Risco y su compañera, Sylvie Hernández, durante un momento de la entrevista

El Mundo Deportivo, 6 de julio de 1991, pág. 15

Figura 52.- "Los cracks de Sydney son semiprofesionales"

HOCKEY HIERBA LIGA FEMENINA

Los cracks de Sydney son semiprofesionales

A Nuria Moreno y M^a Carmen Martín ya no les cuesta dinero jugar

TOMÁS GIASCH / BARCELONA

Nuria Moreno y Mari Carmen Martín son dos de las chicas crack de Sydney. Llegaron de puntillas a los Juegos y volvieron con diploma olímpico, tras pelear por el bronce con Holanda. Fueron de lo mejor de la delegación española.

A su regreso a España, Nuria y Mari Carmen protagonizaron el primer fichaje semiprofesional del hockey femenino. Dejaron el SPV'51 y se enrolaron en el Orense, que les ofreció una compensación económica (no llega al millón de pesetas) por una serie de trabajos para el club.

"Hasta entonces —relata Mari Carmen— el hockey nos costaba dinero. La pasada temporada nos salió por unas cien mil pesetas en el SPV'51. Pudimos seguir jugando sin pagar, como veníamos haciendo desde que empezamos, y así lo decidimos".

Nuria ha sido 74 veces internacional y Mari Carmen, 57. Nuria explica que se entrenan en Madrid "con Pablo Usó, en el CAR, en una mezcla de internacionales y gente del centro de alto rendimiento" y se desplazan los fines de semana donde juega el Orense. El club tiene dinero, pues recibe subvenciones de la Xunta de Galicia. Además de ellas, el equipo tiene también tres jugadoras argentinas, Laura, Valeria y Soledad, "muy buenas", según Mari Carmen y Nuria.

Internacionales. El Orense está cuarto en la tabla, a dos puntos de los líderes, Terrassa y Egara. Con ellas será la batalla por el título. En su visita a Barcelona le ganaron 0-2 al Polo y se las tuvieron tiesas con Lucía López y sus compañeras. Las tres fueron olímpicas, pero a la hora de la verdad, Lucía jugaba en el Júnior y la fichó el Polo. "Pero sin un duro", bromea.

TRES OLÍMPICAS. Lucía López (Polo), entre Nuria y Mari Carmen.

As, 30 de noviembre de 2000, pág. 42

Figura 53.- “Los miembros del Augusta National minimizan la protesta feminista”



Sport, 14 de abril de 2003, pág. 35

Figura 54.- “El boxeo femenino es legal desde ayer en Italia”



Marca, 18 de abril de 2001, pág. 51

En la tabla 141 se observan los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.

En un 1,49% de los casos de las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo se tratan temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres; mientras que en las de 'Invitadas' ocurre en un 0,16% de los casos.

Por lo tanto el 98,44% de las informaciones en las que se tratan temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres son de Mujeres pertenecientes al *Ámbito Deportivo* y en el 1,56% '*Invitadas*'.

Tabla 141.- Temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*

TEMAS CONCERNIENTES A LA (DES)IGUALDAD	<i>Ámbito Deportivo</i>		' <i>Invitadas</i> '		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	1,49	98,44	0,16	1,56	1,31
No	98,51	86,64	99,84	13,36	98,69
Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 141 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al *Ámbito Deportivo* y Temas concernientes a la (Des)Igualdad ($\chi^2 (1, N=4877) = 7,670, p=.006$)

En la tabla 142 se observa la evolución de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*.

En las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al *Ámbito Deportivo* el tratamiento de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres no sufren muchas modificaciones a lo largo del tiempo. Su frecuencia más alta es un 5,56% en el año 1989, seguida de un 3,66% en el período 2000-2004.

En las informaciones en las que aparecen Mujeres '*Invitadas*' el tratamiento de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres aparecen de forma anecdótica en el período 1985-1989 con un 1,06%.

Tabla 142.- Evolución de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al *Ámbito Deportivo*

TEMAS CONCERNIENTES A LA (DES)IGUALDAD		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
		<i>Ámbito Deportivo</i>	Sí	5,56	1,85	0,28	0,85	0,76	3,66
	No	94,44	98,15	99,72	99,15	99,24	96,34	98,21	97,01
' <i>Invitadas</i> '	Sí	0	0	1,06	0	0	0	0	0
	No	100	100	98,94	100	100	100	100	100

9.2.1. A MARCA APENAS LE INTERESAN LOS TEMAS CONCERNIENTES A LA (DES)IGUALDAD, SPORT LES HACE MÁS CASO

En la tabla 143 se analiza la frecuencia total de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medios. Se observa que el diario que más trata temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres es *Sport* con un 2,2 %, le sigue *Mundo Deportivo* con un 1,4% de los casos, *As* con un 1,14% y *Marca* con un 0,81%.

Los datos totales de la tabla 143 indican que no existen relaciones estadísticamente significativas entre las variables Temas concernientes a la (Des)Igualdad y Medio ($\chi^2(3, N=4877) = 6,456, p=.091$)

Tabla 143.- Temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio

		Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
TEMAS CONCERNIENTES A LA (DES)IGUALDAD		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
MARCA	Sí	0,87	100	0	0	0,81
	No	99,13	93,44	100	6,56	99,19
	Total	100	93,49	100	6,51	100
AS	Sí	1,38	100	0	0	1,14
	No	98,62	82,44	100	17,56	98,86
	Total	100	82,64	100	17,36	100
SPORT	Sí	2,83	100	0	0	2,2
	No	97,17	77,1	100	22,9	97,8
	Total	100	77,6	100	22,4	100
MUNDO DEPORTIVO	Sí	1,48	95,65	0,65	4,35	1,4
	No	98,52	90,53	99,35	9,47	98,6
	Total	100	90,6	100	9,4	100

Al diferenciar entre las informaciones en las que las Mujeres pertenecen al Ámbito Deportivo y las 'Invitadas' se observa (tabla 143):

- En el Ámbito Deportivo, el diario que más trata temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres es *Sport* con un 2,83%, le sigue *Mundo Deportivo* con un 1,48%, *As* con un 1,38% de los casos y *Marca* con un 0,87%.
- En el 'Invitadas' el único diario que excepcionalmente trata temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres es *Mundo Deportivo* con un 0,65%.

Por lo tanto en *Marca*, *As* y *Sport* el 100% de las informaciones en las que se tratan temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres son de Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo; en *Mundo Deportivo* ocurre en un 95,65%.

En la tabla 144 se observa la evolución de los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.

Las frecuencias de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres en los diferentes diarios son discontinuas en el Ámbito Deportivo:

- En *Marca* solo se recogen casos en Tres períodos: 1980-1984 (1,06%), 2000-2004 (3,77%) y 2005-2009 (2,13%). Por lo tanto la tendencia es ascendente a lo largo del tiempo.
- En *As* la línea de tendencia es ascendente, no se recogen casos en el año 1979 y en el período 1985-1989 y su frecuencia máxima se registra en el período 2000-2004 (4,72%).
- En *Sport* la línea de tendencia es descendente, en el primer período el 6,25% de las informaciones tratan temas concernientes a la (des)igualdad entre Hombres y Mujeres. Durante los diez años siguientes no se registran casos. A finales de los noventa la frecuencia es de 1,72%, llegan al último período, 2005-2009 con un 5,56%. Al comparar los años 1979 y 2010 las informaciones de este tipo descienden diez puntos.
- En *Mundo Deportivo* en el Ámbito Deportivo descienden hasta desaparecer. En el primer período el 1,39% de las informaciones tratan temas concernientes a la (des)igualdad entre Hombres y Mujeres y asciende hasta el período 2000-2004 a un 3,35%, pero en el último período no se registran casos. Al comparar los años 1979 y 2010 las informaciones de este tipo descienden catorce puntos.

Solo *Mundo Deportivo* se registran casos de informaciones de 'Invitadas' en el período 1985-1990, un 3,33%.

Tabla 144.- Evolución de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio

		TEMAS CONCERNIENTES A LA (DES)IGUALDAD								
		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010	
Ámbito Deportivo	MARCA	Sí	0	1,06	0	0	0	3,77	2,13	0
		No	100	98,94	100	100	100	96,23	97,87	100
	AS	Sí	0	2,03	0	1,06	0,52	4,72	1,74	5,71
		No	100	97,97	100	98,94	99,48	95,28	98,26	94,29
	SPORT	Sí	16,67	6,25	0	0	1,72	2,7	5,56	6,67
		No	83,33	93,75	100	100	98,28	97,3	94,44	93,33
	MUNDO DEPORTIVO	Sí	15,79	1,39	0,66	1,62	1,13	3,35	0	1,82
		No	84,21	98,61	99,34	98,38	98,87	96,65	100	98,18
Invitadas	MARCA	Sí	0	0	0	0	0	0	0	0
		No	100	100	100	100	100	100	100	100
	AS	Sí	0	0	0	0	0	0	0	0
		No	100	100	100	100	100	100	100	100
	SPORT	Sí	0	0	0	0	0	0	0	0
		No	100	100	100	100	100	100	100	100
	MUNDO DEPORTIVO	Sí	0	0	3,33	0	0	0	0	0
		No	100	100	96,67	100	100	100	100	100

9.3. LAS INFORMACIONES QUE REFUERZAN LOS ESTEREOTIPOS SOBRE MUJER / HOMBRE SON SUPERIORES A LOS QUE LOS DESAFÍAN

En la figura 55, se analiza la frecuencia de los estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que aparecen Mujeres.

Se observa que en un 7,96% la información refuerza (figuras 55 y 56) claramente los estereotipos sobre Mujer / Hombre, en un 1,13% los desafía (figura 57) y en el resto ni los refuerza ni los desafía.

Figura 55.- Estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que aparecen Mujeres

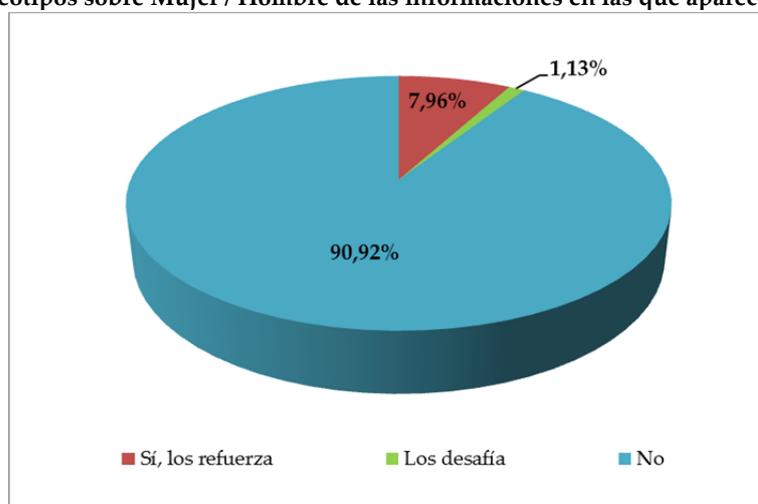
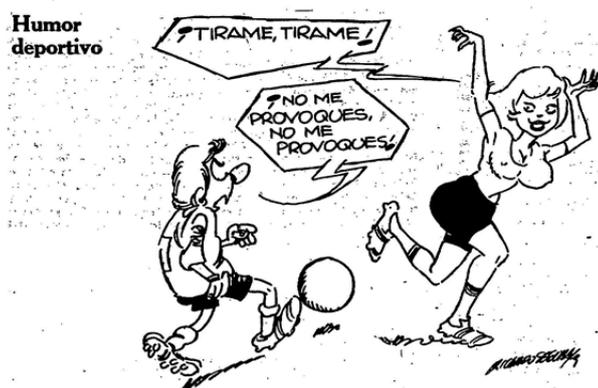


Figura 56.- "Tírame, tírame" (Refuerza estereotipos)



As, 16 de diciembre de 1990, pág. 36

Figura 57.- "El gran espectáculo de unas 'zorras' muy atractivas" (Refuerza estereotipos)

SPORT Domingo 20 septiembre 2009 **A por el oro**

Historia Sport *El Red Foxes, grupo de cheerleaders*

El gran espectáculo de unas 'zorras' muy atractivas

Cientos de ucranianas pelean cada año por ser una 'red fox' y estar en todas las citas del basket continental

Urviado Especial
Natalia Prizma



Aparecen para alegrar la vista de los espectadores. Y captan la atención de todos. De los que son ganados y huera del más desapercibido de los perdedores. Ucranias la pista mientras los entrenadores tratan de explicar sistemas milagrosos. Diez mujeres feroces ocupan durante algunas el lugar de diez hombres poderosos.

Son las Red Foxes, el mejor grupo de animación que ha existido jamás, es el basket europeo. Salieron a la pista al aparecer como animadoras del CSKA de Moscú y se dieron a conocer en la Eurolega. Se presentaron a un concurso organizado por el Comité Organizador de los Juegos de Atenas 2004 y se ganaron la plaza tras competir durante cinco meses con otros nueve grupos. Desde entonces son fijas en todas las citas baloncestísticas internacionales. Europeas, Mundiales, Juegos Olímpicos y hasta las Final Four de Eurolega cuentan con ellas como complemento al basket. Pero quiénes son esas 'zorras rojas' (Red Foxes) tan atractivas que concurren por momentos a las estrellas de las canchales.

Se trata de un grupo musical ucraniano creado hace diez años por **Olga Rodchova**. Se trataba de reunir a un grupo de mujeres entre los 18 y los 28 años y un mínimo de 1,75 metros de altura con aptitudes para el baile y enseñarles los secretos. No importaba su experiencia. **Rodchova** les a trabajar duro con ellas. Se pre-

Es un grupo nacido en Ucrania y que se dio a conocer en Moscú

Desde el 2004 está en todas las grandes citas del basket mundial

Lo forman bailarinas entre 18 y 28 años y un mínimo de 1,75

Se acabaron los problemas

Este grupo de bellas chicas ameniza los partidos en Polonia

Inicio de financiación porque toda la Europa baloncestística quiere ver a la Red Foxes y su cotización se ha disparado. A la FIBA les cuesta 300.000 euros (alrededor de 30.000 por sesión), más gastos de desplazamientos y manutención, amenizar los partidos de este Eurobasket con esas 10 mujeres que dicen haber en su repertorio 150 números, que utilizan según el momento y los equipos participantes en el partido. Mueven un equipaje que sobrepasa los 400 kilos y se desplazan en una furgoneta privada. Se les puede ver ensayando un par de horas antes de los partidos «a veces coincidiendo con el calentamiento de los jugadores y viven en un mundo aparte, aunque también hay excepciones y se permitieron el lujo de compartir con la selección española en Tokio la fiesta de celebración de oro. Por unas horas dejaron de ser las Red Foxes para enfundarse la camiseta española. ■

No pudieron estar en la Final Four de Barcelona

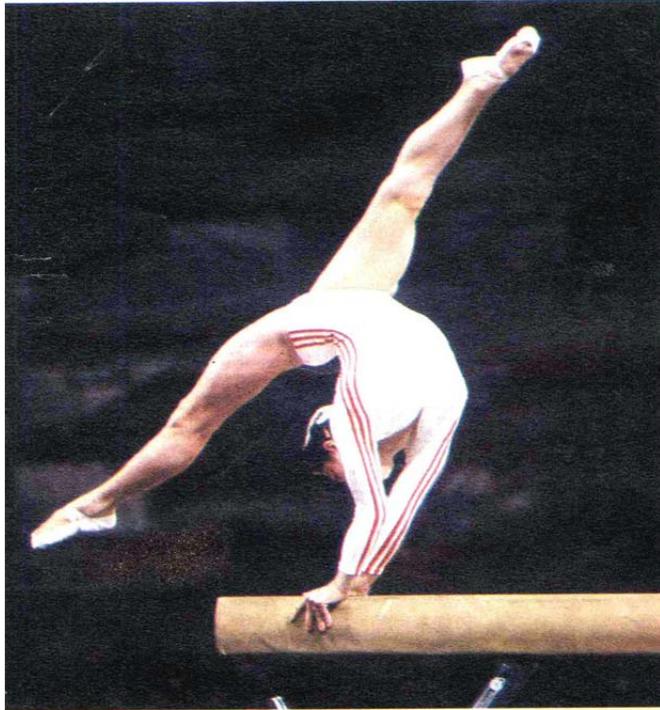
Un problema burocrático impidió que las Red Foxes debutaran en España en el 2006 durante la Final Four de Barcelona. El Ministerio del Interior no les concedió el necesario permiso de entrada, algo que sí tuvieron hace dos años cuando fueron las estrellas del Eurobasket 2007, primero en Sevilla y después en los dos meses siguientes de Madrid.

Sport, 20 de septiembre de 2009, pág. 51

Figura 58.- "El sexo débil ha hecho gimnasia" (Desafía estereotipos)

El sexo débil ha hecho gimnasia

La progresión femenina en las últimas décadas ha llevado a las mujeres a superar a los hombres en la puntuación



JOSE M. MIEDES

HACE 30 años aproximadamente, con motivo de los Juegos Olímpicos de Roma-60, se empezó a plantear en el mundo de la gimnasia un tema a debate: ¿Hasta dónde podrían llegar las mujeres en un deporte que

parecía creado para el hombre?

Históricamente el predominio masculino nunca había tenido contestación, pero llegado aquel momento, y ante la progresión experimentada por el llamado sexo débil, la cuestión ganó adeptos.

Precisamente en Roma-60, el campeón olímpico masculino logró una puntuación sensiblemente

más alta que la campeona femenina. El soviético Boris Chachin ganó el oro con 115,95 puntos, equivalente a un coeficiente de 9,662 puntos (seis disciplinas multiplicadas por dos, la mitad ejercicios obligatorios, y la otra, libres). Por su parte, su compatriota Larissa Latynina, "La Divina" hizo 77,031 en las ocho intervenciones (cuatro obli-

gatorias, cuatro libres) para un promedio de 9,682.

La polémica se basaba en la enorme (?), para algunos, diferencia de fortaleza, calidad, valentía, disciplina y dominio de los artilugios en favor de los hombres, en tanto que no pocos, los que acertaron preveían una superación rápida del sexo femenino, en respuesta a su especial morfología, ductil flexibilidad, edad incipiente y poca bascula de las "libelulas" que comenzaron a proliferar entre el cada vez más escaso número de las gimnastas-mujer. Las estadísticas, con sus fríos cálculos, están dando la razón a los "feministas". En el documento que adjuntamos, y que hemos compuesto en razón a la década que comenzó en 1981 y ahora termina, puede apreciarse su constante y continuada progresión, en tanto que, aun cuando también ellos han avanzado no poco, no han experimentado, sin embargo, idéntico paralelismo.

Para la realización de este estudio hemos escogido y sumado las notas de los tres primeros clasificados en las distintas competiciones que se citan. Divididas aquellas por el número de ejercicios a efectuar, o movimientos que los integran (unas veces con puntuaciones dobles y otras sencillas, a tenor de los reglamentos vigentes a la sazón), se obtienen los coeficientes que se citan, demostrándose hasta la saciedad la superioridad matemática de la gimnasia femenina sobre la masculina. Mundiales de Moscú (1981) y JJ.OO. de Los Angeles (1984) muestran todavía el imperio masculino, pero a partir de Seúl (1988) pasando por los Mundiales de Stuttgart (1989), y finalizando con el recentísimo "Memorial Blume", la gimnasia femenina se ha ido imponiendo paulatina, pero sólidamente.

¿A qué se debe esta mutación de dominio? Nosotros pensamos que a unas técnicas perfectamente depuradas, adquiridas en palestras de élite; adecuado y competente profesorado, perfecto conocedor de los intrincados resortes psicofísicos de las niñas, más que mujeres, que al eliminar increíbles complejos, les permite romper toda clase de barreras que en tiempos pretéritos eran auténticos muros infranqueables. Así se comprenden esas inverosímiles y valientes intervenciones, que en nada pueden envidiar a las de los hombres; ese continuo ataque a las leyes de la gravedad y, por ende, a esos éxitos axiomáticos que hoy por hoy está conquistando la gimnasia femenina. No caben resquicios al subjetivismo. Números cantan.

El Mundo Deportivo, 16 de diciembre de 1990, pág. 36

En la tabla 145 se observan las informaciones en las que aparecen Mujeres que desafían o refuerzan claramente los estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.

Las informaciones en las que aparecen Mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo refuerzan los estereotipos en un 2,69% de los casos (la tenista Anna Kournikova y la puesta en duda del Género de las atletas que consiguen triunfos son las más recurrentes) y en el 1,23% los desafía (mujeres que a pesar de su "debilidad física" superan o igualan a los hombres).

En el caso de las de 'Invitadas' refuerzan los estereotipos en un 42,55% (fundamentalmente como mujeres objeto) y los desafía en el 0,47%.

Tabla 145.- Estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

ESTEREOTIPOS	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Los refuerzan	2,69	29,38	42,55	70,62	7,96
Los desafía	1,23	94,55	0,47	5,45	1,13
No	96,08	91,72	56,99	8,28	90,92
Total	100	86,8	100	13,2	100

Los datos de la tabla 145 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Estereotipos (χ^2 (2,N=4877) = 1212,754, p=.002)

En la tabla 146 se observa la evolución de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al ámbito que desafían o refuerzan claramente los estereotipos sobre Mujer / Hombre.

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo:

- Las informaciones que refuerzan los estereotipos sobre Mujer / Hombre aunque descienden en los primeros años (de un 2,62% a principios de los ochenta pasa a un 1,21% a principios de los noventa), a finales de los noventa aumentan llegan a suponer a finales de la primera década del siglo XXI un 5,73%. Sin embargo, al comparar el primer año de análisis, 1979, y el último, 2010, la frecuencia disminuye del 6,67% al 2,24%.
- Las informaciones que desafían los estereotipos sobre Mujer / Hombre aumentan a lo largo del tiempo. En los primeros períodos analizados su frecuencia se sitúa por debajo del 1%, pero en el siglo XXI, en el primer lustro llegan a suponer un 4,3%, aunque en el segundo lustro descienden y se sitúan en un 1,8%. Sin embargo, al comparar el primer año de análisis, 1979, y el último, 2010, la frecuencia disminuye de un 5,56% a un 2,24%.

En el caso de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas':

- Las informaciones que refuerzan los estereotipos sobre Mujer / Hombre desciende claramente desde principios de los ochenta, con un 57,94%, hasta principios del siglo XXI, con un 20,88%. Sin embargo en el último período aumenta a un 43,31%. Al comparar el primer año de análisis, 1979, y el último, 2010, la frecuencia también disminuye del 63,16% a un 53,13%.
- En las de 'Invitadas' únicamente se registran casos de las informaciones que desafían los estereotipos sobre Mujer / Hombre en el siglo XXI, en el primer lustro suponen un 2,2% y en el segundo un 0,79%.

Tabla 146.- Evolución de los estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo

	ESTEREOTIPOS	1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito Deportivo	Los refuerzan	6,67	2,62	1,66	1,21	2,04	3,87	5,73	2,24
	Los desafía	5,56	1,08	0,14	0,61	0,64	4,3	1,08	2,24
	No	87,78	96,31	98,21	98,18	97,32	91,83	93,19	95,52
'Invitadas'	Los refuerzan	63,16	57,94	53,19	36,62	26,19	20,88	43,31	53,13
	Los desafía	0	0	0	0	0	2,2	0,79	0
	No	36,84	42,06	46,81	63,38	73,81	76,92	55,91	46,88

9.3.1. AS Y SPORT SON LOS DIARIOS QUE MÁS REFUERZAN LOS ESTEREOTIPOS

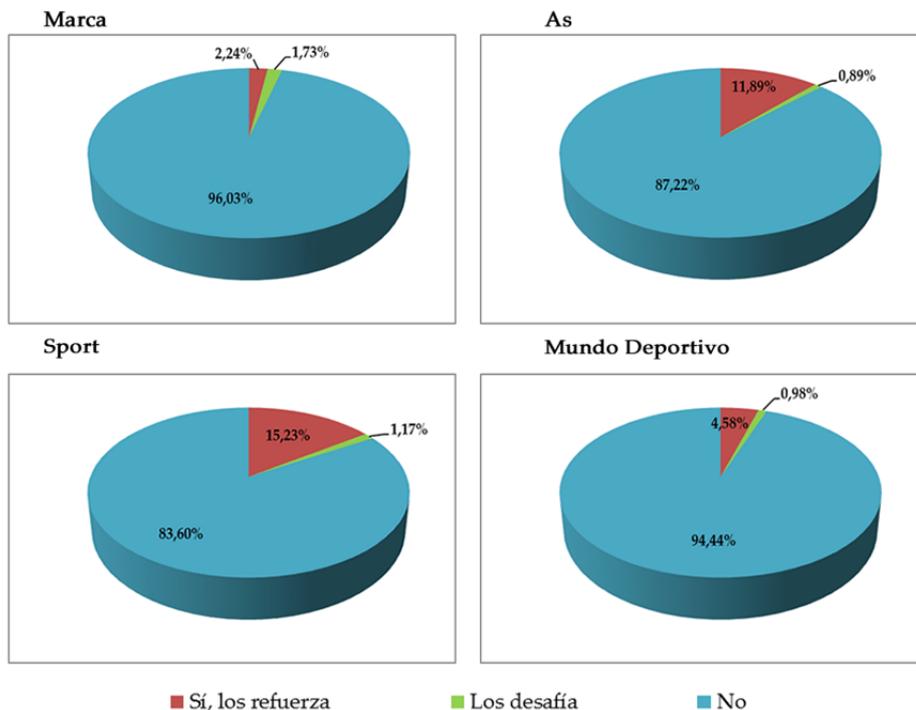
En la figura 59 se analiza la frecuencia de los estereotipos de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medios.

Se observa que el diario que más informaciones en las que aparecen Mujeres que refuerzan estereotipos incluye es *Sport* (15,23%), le sigue *As* (11,89%), *Mundo Deportivo* (4,58%) y *Marca* (2,24%).

El diario que más informaciones en las que aparecen Mujeres que desafían estereotipos incluye es *Marca* (1,73%), le sigue *Sport* (1,17%), *Mundo Deportivo* (0,98%) y *As* (0,89%).

En cualquier caso las informaciones que refuerzan estereotipos sobre Mujer / Hombre son superiores a los que los desafían.

Figura 59.- Estereotipos sobre Mujer / Hombre en las informaciones en las que aparecen Mujeres por medio



Los datos de la figura 59 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Estereotipos sobre Mujer / Hombre y Medio ($\chi^2(6, N=4877) = 155,577, p=.001$).

En la tabla 147 se observan las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo que desafían o refuerzan claramente los estereotipos sobre Mujer / Hombre por medio de comunicación.

En el Ámbito Deportivo:

- El diario que más informaciones incluye que refuerzan estereotipos es el diario *Sport* con un 4,72%, le sigue *As* con un 3,08% de los casos, *Mundo Deportivo* con un 2,43% y *Marca* con un 1,41%.
- El diario que más informaciones incluye que desafían estereotipos es el diario *Marca* (1,74%), le sigue *Sport* (1,51%), *Mundo Deportivo* (1,01%) y *As* (1%).

En las 'Invitadas':

- El diario que más informaciones incluye que refuerzan estereotipos es el diario *As* (53,85%), le sigue *Sport* (51,63%), *Mundo Deportivo* (25,32%) y *Marca* (14,06%).
- El diario que más informaciones incluye que desafían estereotipos es el diario *Marca* (1,56%) es el que más incluye, le sigue *Mundo Deportivo* (0,25%) y *As* (0,37%), *Sport* no incluye.

Tabla 147.- Estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio

ESTEREOTIPOS	Ámbito Deportivo		'Invitadas'		Total	
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	
MARCA	Los Refuerza	1,41	59,09	14,06	40,91	2,24
	Los desafía	1,74	94,12	1,56	5,88	1,73
	No	96,84	94,28	84,38	5,72	96,03
	Total	100	93,49	100	6,51	100
AS	Los Refuerza	3,08	21,39	53,85	78,61	11,89
	Los desafía	1	92,86	0,37	7,14	0,89
	No	95,92	90,89	45,79	9,11	87,22
	Total	100	82,64	100	17,36	100
SPORT	Los Refuerza	4,72	24,04	51,63	75,96	15,23
	Los desafía	1,51	100	0	0	1,17
	No	93,77	87,04	48,37	12,96	83,6
	Total	100	77,6	100	22,4	100
MUNDO DEPORTIVO	Los Refuerza	2,43	48	25,32	52	4,58
	Los desafía	1,01	93,75	0,65	6,25	0,98
	No	96,56	92,63	74,03	7,37	94,44
	Total	100	90,6	100	9,4	100

Los datos de la tabla 147 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Pertenencia al Ámbito Deportivo y Estereotipos sobre Mujer / Hombre en *As* (χ^2 (2,N=1573) = 555,214, p=.001) y *Mundo Deportivo* (χ^2 (2,N=1638) = 167,469, p=.001).

En la tabla 148 se observa la evolución las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo que desafían o refuerzan claramente los estereotipos sobre Mujer / Hombre por medio de comunicación.

Las frecuencias, al desglosar los resultados por diarios, de las informaciones en las que aparecen Mujeres que desafían o refuerzan los estereotipos sobre Mujer / Hombre son discontinuas en la mayoría de los casos.

Las informaciones que refuerzan estereotipos de *Ámbito Deportivo*, a lo largo del tiempo la tendencia es ascendente en *Marca*, *As* y *Sport*. En *Mundo Deportivo* la tendencia es descendente.

- Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009: el diario en el que más aumentan es en *Sport*, trece puntos y medio (del 2,08% al 15,56%); en *Marca* aumentan más de tres puntos (del 1,06% al 4,26%); y en *As* aumentan medio punto (del 4,06% al 4,65%). En *Mundo Deportivo*, a pesar de que la tendencia es descendente, también aumentan dos décimas (del 2,78% al 2,97%).

Las informaciones que desafían estereotipos de *Ámbito Deportivo*, aunque a lo largo del tiempo la tendencia es ascendente en *Marca*, *As* y *Mundo Deportivo*, en el último período descienden considerablemente, llegan a desaparecer como ocurre en el diario *Mundo Deportivo* y en *Sport*.

- Como consecuencia, al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, aumentan su frecuencia en *Marca* más de tres puntos y medio (del 0,53% al 4,26%), y en *As* tan solo una décima y media (1,02% al 1,16%); disminuyen en *Sport*, más de cuatro puntos, y en *Mundo Deportivo*, casi un punto, debido a que en el último período no se registran casos en estos diarios.

Las informaciones que refuerzan estereotipos de 'Invitadas' la tendencia es descendente en todos los diarios a lo largo del tiempo.

- Al comparar el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, el diario en el que más disminuyen es en *Marca*, más de veintisiete puntos y medio (del 33,33% al 5,56%); en *As* disminuyen más de trece puntos (del 75,61% al 62,3%); y en *Sport* disminuyen casi ocho puntos y medio (del 64,41% al 56%). En *Mundo Deportivo*, a pesar de que la tendencia es descendente, aumentan casi tres puntos (del 5,88% al 8,7%).

En el caso de las informaciones que desafían estereotipos de 'Invitadas' en *Sport* no se recogen casos, y en el resto solo se recogen en el siglo XXI, por lo tanto la tendencia es ascendente.

- En *Marca* la frecuencia es de 5,56% en el último período, 2005-2009; en *As* de un 2,5% en el período 2000-2004; y en *Mundo Deportivo* de un 4% en el mismo período que *As*.

Tabla 148.- Evolución de los estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al **Ámbito Deportivo** por medio

		ESTEREOTIPOS	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito Deportivo	MARCA	Los refuerzan	6,25	1,06	1,19	0	0,47	2,83	4,26	0
		Los desafía	0	0,53	0	0	0,47	7,55	4,26	6,9
		No	93,75	98,41	98,81	100	99,05	89,62	91,49	93,1
	AS	Los refuerzan	11,11	4,06	0,35	1,77	3,63	6,6	4,65	2,86
		Los desafía	7,41	1,02	0,35	0,71	0	3,77	1,16	0
		No	81,48	94,92	99,31	97,52	96,37	89,62	94,19	97,14
	SPORT	Los refuerzan	8,33	2,08	0	0,81	2,59	5,41	15,56	6,67
		Los desafía	16,67	4,17	0	0	0,86	2,7	0	6,67
		No	75	93,75	100	99,19	96,55	91,89	84,44	86,67
	MUNDO DEPORTIVO	Los refuerzan	0	2,78	3,32	1,62	1,89	2,23	2,97	1,82
		Los desafía	5,26	0,93	0	1,21	1,13	3,35	0	0
		No	94,74	96,3	96,68	97,17	96,98	94,41	97,03	98,18
'Invitadas'	MARCA	Los refuerzan	25	33,33	20	0	0	16,67	5,56	50
		Los desafía	0	0	0	0	0	0	5,56	0
		No	75	66,67	80	100	100	83,33	88,89	50
	AS	Los refuerzan	81,82	75,61	66,67	45,95	23,33	22,5	62,3	72,73
		Los desafía	0	0	0	0	0	2,5	0	0
		No	18,18	24,39	33,33	54,05	76,67	75	37,7	27,27
	SPORT	Los refuerzan	66,67	64,41	52,94	22,22	25	21,43	56	70
		Los desafía	0	0	0	0	0	0	0	0
		No	33,33	35,59	47,06	77,78	75	78,57	44	30
	MUNDO DEPORTIVO	Los refuerzan	0	5,88	40	33,33	39,29	20	8,7	11,11
		Los desafía	0	0	0	0	0	4	0	0
		No	100	94,12	60	66,67	60,71	76	91,3	88,89

9.4. EVOLUCIÓN DE LAS FOTOGRAFÍAS EN LAS INFORMACIONES EN LAS QUE APARECEN MUJERES

En este capítulo se exponen los resultados de todas las fotografías (N = 3.474) que acompañan las informaciones en las que aparecen las Mujeres (N = 4.877).

En la tabla 149 se observa que la media de fotografías de las informaciones en las que aparecen Mujeres es 0,71.

Las fotografías son más frecuentes en el diario *Sport*, con una media de 1,26, seguido de *Marca* (0,67), *As* (0,66) y *Mundo Deportivo* (0,56). Los datos reflejan diferencias estadísticamente significativas en el Número de Fotografías de las informaciones de Mujer por Medio ($F_{3,4876} = 40.488$, $p = .001$). En concreto, sólo se apreciaron diferencias entre *Sport* con el resto de los medios ($p = .001$).

Tabla 149.- Media de fotografías de las informaciones de Mujeres por medio

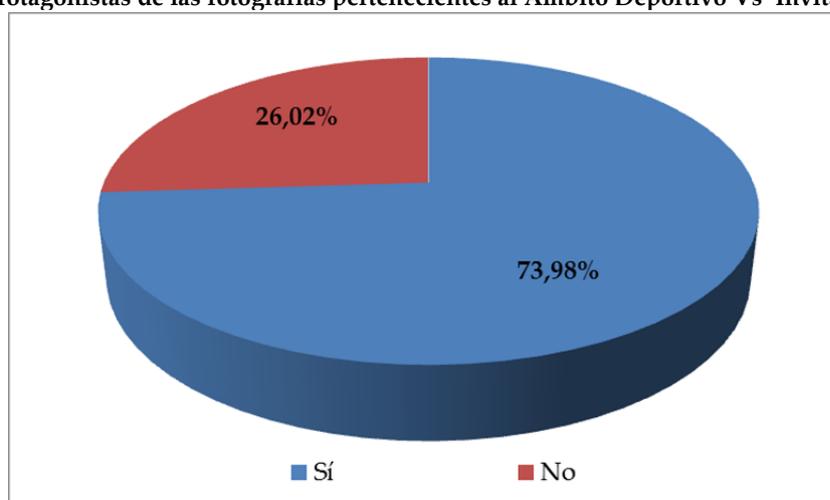
	MEDIA
MARCA	0,67 ±1,61
AS	0,66 ±1,42
SPORT	1,26 ±1,71
MUNDO DEPORTIVO	0,56 ±1,20
Total	0,71 ±1,45

9.4.1. LA FIGURA DE LA MUJER EN LAS FOTOGRAFÍAS. ÁMBITO DE PERTENENCIA: DEPORTIVO VS 'INVITADAS'

Se trata de analizar todas las fotografías cuyo protagonista es Femenina (N=2.210) que aparecen en las informaciones los cuatro diarios deportivos analizados. Se siguen los criterios establecidos en el capítulo de resultados donde se comparan los perfiles dos: Ámbito Deportivo (N=1.635) e 'Invitadas' (N = 575).

Según esta clasificación, en la figura 60, se observa que los porcentajes de las protagonistas de las fotografías que pertenecen a informaciones en las que la mujer pertenece al Ámbito Deportivo son superiores (73,98%) a las que no pertenecen (26,02%).

Figura 60.- Protagonistas de las fotografías pertenecientes al Ámbito Deportivo Vs 'Invitadas'



En la tabla 150 se observa la evolución de las fotografías de mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

Durante los primeros años del análisis las informaciones en las que aparecen mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo evolucionan de manera ascendente hasta principios de los noventa, a partir de ese momento la frecuencia disminuye de manera constante aunque en menor medida. Si se compara el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, las fotografías con protagonistas de Ámbito Deportivo aumentan más de once puntos, del 60,38% al 71,72%.

Resulta curioso que las mujeres pertenecientes al Ámbito Deportivo son menos frecuentes que las que no pertenecen en los años 1979, un 44,44%, y 2010, un 48,28%, aunque el aumento a lo largo del tiempo se mantiene.

Tabla 150.- Evolución de las fotografías de mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito deportivo	44,44	60,38	68,71	83,55	83,04	78,77	71,72	48,28
'Invitadas'	55,56	39,62	31,29	16,45	16,96	21,23	28,28	51,72

Los datos de la tabla 150 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables pertenencia al Ámbito Deportivo y Evolución Temporal en las Fotografías (χ^2 (7,N=2210) = 107,614, p=.001).

9.4.2. SUJETOS NOTICIOSOS DE LAS INFORMACIONES PROTAGONISTAS DE LAS FOTOGRAFÍAS

Al analizar las fotografías se ha identificado si el sujeto noticioso de la información es el mismo que el que aparece en la imagen.

En la tabla 151 se observa que en un 5,33% el protagonista de la fotografía no es el mismo que el sujeto noticioso de la información.

En las de Ámbito Deportivo en un 96,88% coincide el protagonista de la información y el de la fotografía y en las 'Invitadas' coinciden en un 82,96%.

Tabla 151.- Fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

COINCIDEN	Ámbito deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	96,88	76,86	82,96	23,14	93,26
No	3,12	34,23	17,04	65,77	6,74
Total	100	73,98	100	26,02	100

Los datos de la tabla 151 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables pertenencia al Ámbito Deportivo y Coincidencia del Protagonista en las Fotografías e Informaciones ($\chi^2 (1,N=2210) = 131,176, p=.001$).

En la tabla 152 se analiza la evolución de las fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

Las fotografías cuya protagonista no se corresponde con la protagonista de la información aumentan unas décimas en el caso de las pertenecientes al Ámbito Deportivo y disminuyen, de manera clara, en el caso de las de 'Invitadas'. Si se compara el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, las fotografías con protagonistas de Ámbito Deportivo aumentan seis décimas, del 3,82% al 4,42%; y las 'Invitadas' disminuyen cuarenta y un puntos, del 46,6% al 5,6%.

Tabla 152.- Evolución de las fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

COINCIDEN		1979	1980- 1984	1985- 1989	1990- 1994	1995- 1999	2000- 2004	2005- 2009	2010
Ámbito deportivo	Sí	100	96,18	98,51	96,88	96,1	98,44	95,58	97,62
	No	0	3,82	1,49	3,13	3,9	1,56	4,42	2,38
'Invitadas'	Sí	30	53,4	66,3	100	95,59	97,1	94,4	100
	No	70	46,6	33,7	0	4,41	2,9	5,6	0

9.4.2.1. EN AS LOS SUJETOS NOTICIOSOS DE LAS INFORMACIONES COINCIDEN MENOS CON LAS PROTAGONISTAS DE LAS FOTOGRAFÍAS

En la tabla 153 se analiza si el sujeto noticioso de la información es el mismo que el que aparece en la fotografía según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo de las mujeres protagonistas por medios.

En el caso de las fotografías de informaciones en las que la mujer pertenece al Ámbito Deportivo el diario *Marca* es el que más casos recogen en las que las protagonistas no coinciden, en un 4,53%; le sigue *Sport* con un 3,42%; *Mundo Deportivo* con un 2,63%; y *As* con un 2,16%.

En las fotografías de informaciones en las que la mujer no pertenece al Ámbito Deportivo es el diario *As*, con un 27,47%, el que más casos recogen en las que las protagonistas no coinciden; le sigue *Sport* con un 17,39%; *Mundo Deportivo* con un 3,73%; y *Marca* con un 2,16%.

Al analizar todas las fotografías en las que la protagonista no es la misma que el de la información, en el diario *Marca* en un 5,88% de las mujeres que aparecen en las imágenes no son de Ámbito Deportivo y un 94,12% sí pertenecen al Ámbito Deportivo; en *As* en un 87,67% de las mujeres que aparecen en las imágenes no son de Ámbito Deportivo y un 13,33% sí pertenecen al Ámbito Deportivo; en *Sport* en un 66,67% de las mujeres que aparecen en las imágenes no son de Ámbito Deportivo y un 33,33% sí pertenecen al Ámbito Deportivo; en *Mundo Deportivo* en un 29,41% de las mujeres que aparecen en las imágenes no son de Ámbito Deportivo y un 70,59% sí pertenecen al Ámbito Deportivo.

Tabla 153.- Fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio

		Ámbito deportivo		'Invitadas'		Total
COINCIDEN		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
MARCA	Sí	95,47	87,99	97,87	12,01	95,75
	No	4,53	94,12	2,13	5,88	4,25
	Total	100	88,25	100	11,75	100
AS	Sí	97,84	70,66	72,53	29,34	88,75
	No	2,16	12,33	27,47	87,67	11,25
	Total	100	64,1	100	35,9	100
SPORT	Sí	96,58	74,81	82,61	25,19	92,63
	No	3,42	33,33	17,39	66,67	7,37
	Total	100	71,75	100	28,25	100
MUNDO DEPORTIVO	Sí	97,37	77,53	96,27	22,47	97,12
	No	2,63	70,59	3,73	29,41	2,88
	Total	100	77,33	100	22,67	100

Los datos de la tabla 153 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables pertenencia al Ámbito Deportivo y Coincidencia del Protagonista en las Fotografías e Informaciones en *As* (χ^2 (1,N=649) = 95,794, p=.001) y en *Sport* (χ^2 (1,N=570) = 33,024, p=.001).

En la tabla 154 se observa la evolución de las fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.

En el diario *Marca* las fotografías cuya protagonista no se corresponde con la protagonista de la información disminuyen unas décimas en el caso de las pertenecientes al Ámbito Deportivo y aparecen de manera anecdótica en el caso de las de 'Invitadas'.

En el diario *As* las fotografías cuya protagonista no se corresponde con la protagonista de la información disminuyen unas décimas en el caso de las pertenecientes al Ámbito Deportivo y disminuyen en mayor medida, puesto que su frecuencia es mucho más elevada, en el caso de las de 'Invitadas'.

En el diario *Sport* las fotografías cuya protagonista no se corresponde con la protagonista de la información en el caso de las pertenecientes al Ámbito Deportivo sólo se recogen casos en los períodos centrales, con frecuencias muy bajas. En el caso de las de 'Invitadas' disminuyen hasta desaparecer a partir de los años noventa.

En el diario *Mundo Deportivo* las fotografías cuya protagonista no se corresponde con la protagonista de la información en el caso de las pertenecientes al *Ámbito Deportivo* aumentan puesto que en los primeros años no se analizó ningún caso. En el caso de las 'Invitadas' sólo se recogen casos en dos períodos: 1985-1989 con un 6,25% y 1995-1999 con un 11,54%.

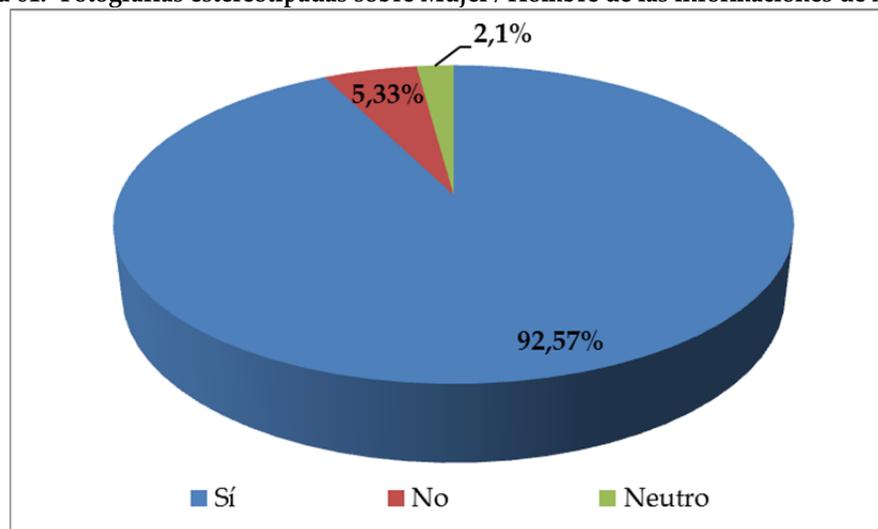
Tabla 154.- Evolución de las fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* por medio

		COINCIDEN	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
MARCA	Ámbito deportivo	Sí	100	93,65	96,77	93,88	94,12	100	94,37	100
		No	0	6,35	3,23	6,12	5,88	0	5,63	0
	'Invitadas'	Sí	100	100	100	100	100	85,71	100	100
		No	0	0	0	0	0	14,29	0	0
AS	Ámbito deportivo	Sí	100	95,56	97,92	100	98,73	100	95,4	92,86
		No	0	4,44	2,08	0	1,27	0	4,6	7,14
	'Invitadas'	Sí	14,29	18,18	39,47	100	100	96,43	88,71	100
		No	85,71	81,82	60,53	0	0	3,57	11,29	0
SPORT	Ámbito deportivo	Sí	100	100	97,3	95,5	93,55	96,23	100	100
		No	0	0	2,7	4,5	6,45	3,77	0	0
	'Invitadas'	Sí	50	64,41	70	100	100	100	100	100
		No	50	35,59	30	0	0	0	0	0
MUNDO DEPORTIVO	Ámbito deportivo	Sí	100	100	100	97,87	97,85	97,1	92	100
		No	0	0	0	2,13	2,15	2,9	8	0
	'Invitadas'	Sí	0	100	93,75	100	88,46	100	100	100
		No	0	0	6,25	0	11,54	0	0	0

9.4.3. ESTEREOTIPOS SOBRE MUJER / HOMBRE EN LAS FOTOGRAFÍAS

En la figura 61 se analiza la frecuencia de los estereotipos de las fotografías que apoyan informaciones de Mujeres. Se observa que en un 5,33% la imagen presenta estereotipos sobre Mujer / Hombre y en un 92,57% no los presenta.

Figura 61.- Fotografías estereotipadas sobre Mujer / Hombre de las informaciones de Mujeres



La tabla 155 analiza la evolución de las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre de las informaciones de Mujer.

La evolución de las fotografías con imágenes estereotipadas es descendente a lo largo del tiempo. A principios de los ochenta las fotografías con imágenes estereotipadas suponen un 17,32% y descienden hasta principios de los noventa cuando marcan su frecuencia más baja, un 3,33%. A finales de los noventa las fotografías con imágenes estereotipadas aumentan hasta el último período cuando marca un 12,01%, aunque no llega a recuperar su frecuencia inicial, pierde así más de cinco puntos.

Tabla 155.- Evolución de las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre de las informaciones de Mujeres

	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Sí	36,67	17,32	8,19	3,33	4,67	6,06	12,01	21,54
No	63,33	82,68	91,81	96,67	95,33	93,94	87,99	78,46

Los datos de la tabla 155 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables Imágenes Estereotipadas sobre Mujer / Hombre y Evolución Temporal ($\chi^2 (7, N=3474) = 141,500, p=.001$).

9.4.3.1. LAS IMÁGENES ESTEREOTIPADAS SON FUNDAMENTALMENTE DE 'INVITADAS'

La tabla 156 analiza las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo de las mujeres protagonistas.

Las fotografías presentan imágenes estereotipadas en un 2,94% en el caso de las protagonistas pertenecientes al Ámbito Deportivo y en un 45,57% en el caso de las protagonistas 'Invitadas'.

Al analizar todas las fotografías en las que la imagen de la protagonista está estereotipada en un 84,52% no son de Ámbito Deportivo y un 15,48% sí lo son.

Tabla 156.- Fotografías estereotipadas sobre Mujer / Hombre en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

ESTEREOTIPOS	Ámbito deportivo		'Invitadas'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	2,94	15,48	45,57	84,52	14,03
No	97,06	83,53	54,43	16,47	85,97
Total	100	73,98	100	26,02	100

Los datos de la tabla 156 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables pertenencia al Ámbito Deportivo y con Imágenes Estereotipadas sobre Mujer / Hombre (χ^2 (1,N=2210) = 641,035, p=.001) .

En la tabla 157 se analizan las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.

En el caso fotografías que pertenecen al Ámbito Deportivo las imágenes estereotipadas aumentan unas décimas. Si se compara el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, aumentan más de un punto, del 3,15% al 4,42%. Sin embargo, hay que tener en cuenta que en 1979 las imágenes estereotipadas de Ámbito Deportivo suponían un 12,5% y en el 2010 no se ha analizado ningún caso.

En el caso fotografías 'Invitadas' las imágenes estereotipadas disminuyen a lo largo del tiempo. Si se compara el primer período analizado, 1980-1984, y el último, 2005-2009, disminuyen más de diez puntos, del 66,99% al 53,6%. Sin embargo, hay que tener en cuenta que en 1979 las imágenes estereotipadas 'Invitadas' suponían un 100% y en el 2010 un 62,22%, lo que indica un descenso de más de treinta y siete puntos.

Tabla 157.- Evolución de las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo

ESTEREOTIPOS		1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
Ámbito deportivo	Sí	12,5	3,18	0,99	0	3,3	5,86	4,42	0
	No	87,5	96,82	99,01	100	96,7	94,14	95,58	100
'Invitadas'	Sí	100	66,99	38,04	33,33	26,47	20,29	53,6	62,22
	No	0	33,01	61,96	66,67	73,53	79,71	46,4	37,78

9.4.3.1.1. LAS IMÁGENES ESTEREOTIPADAS MÁS FRECUENTES EN AS Y SPORT

En la tabla 158 se analiza si las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo de las mujeres protagonistas por medios.

En las de Ámbito Deportivo es el diario *Marca* el que menos casos presenta (1,42%), le sigue *Mundo Deportivo* (1,75%), *Sport* (2,93%) y *As* (5,53%).

En las fotografías de informaciones en las que la mujer no pertenece al Ámbito Deportivo es el diario *Mundo Deportivo* (14,93%), el que menos casos recoge de imágenes estereotipadas, le sigue *Marca* (17,02%), *Sport* (51,55%), y *As* (64,81%).

Al analizar todas las fotografías en las que la imagen está estereotipada en los cuatro diarios las 'Invitadas' superan con creces la media.

Tabla 158.- Fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio

ESTEREOTIPOS		Ámbito deportivo		'Invitadas'		Total
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
MARCA	Sí	1,42	38,46	17,02	61,54	3,25
	No	98,58	89,92	82,98	10,08	96,75
	Total	100	88,25	100	11,75	100
AS	Sí	5,53	13,22	64,81	86,78	26,81
	No	94,47	82,74	35,19	17,26	73,19
	Total	100	64,1	100	35,9	100
SPORT	Sí	2,93	12,63	51,55	87,37	16,67
	No	97,07	83,58	48,45	16,42	83,33
	Total	100	71,75	100	28,25	100
MUNDO DEPORTIVO	Sí	1,75	28,57	14,93	71,43	4,74
	No	98,25	79,75	85,07	20,25	95,26
	Total	100	77,33	100	22,67	100

Los datos de la tabla 158 indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables pertenencia al Ámbito Deportivo y con Imágenes Estereotipadas sobre Mujer / Hombre en *As* (χ^2 (1,N=649) = 267,447, $p=.001$), *Sport* (χ^2 (1,N=570) = 196,614, $p=.001$) y *Mundo Deportivo* (χ^2 (1,N=591) = 39,850, $p=.001$).

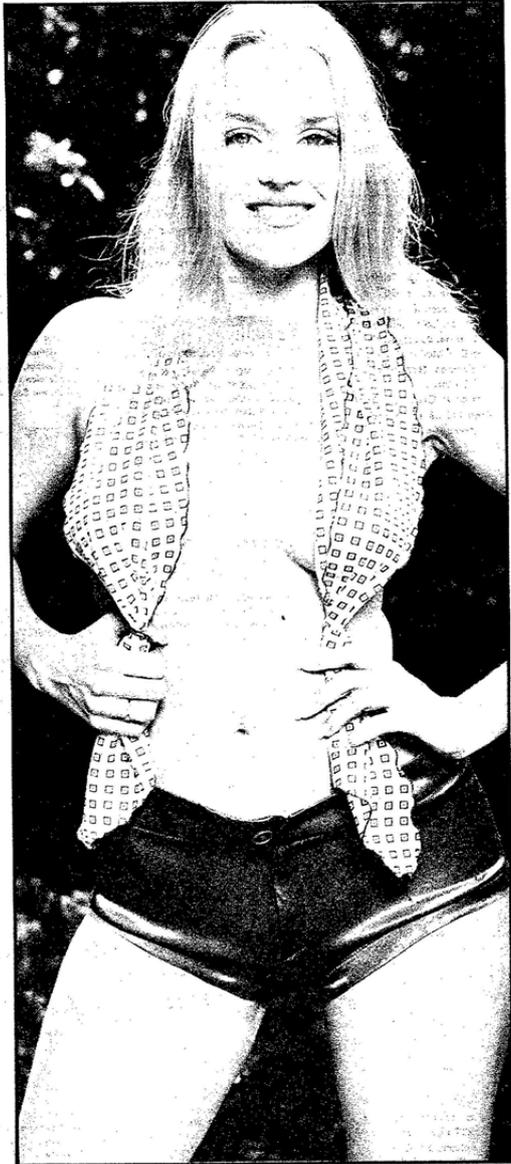
Las columnas dedicadas en exclusiva a imágenes de Mujeres como objeto sexual están presentes en todos los diarios. Quizá el caso actual de la “chica de *As*”, presente en su contraportada es el más popular, pero con mayor descaro o en páginas interiores son un clásico de las páginas deportivas. Fundamentalmente son mujeres semidesnudas – incluso desnudas - y con un comportamiento sexual, libre de tabúes, donde destacan las columnas de Tito Paralelo en *Sport* y Hebrero San Martín (figuras 62 y 63) en *As*, fiel reflejo del cine del *destape* española en los diarios.

Figura 62.- Columna de Tito Paralelo en el diario *Sport* (1981)



Sport, 4 de noviembre de 1981, pág. 34

63.- Columna de Hebrero San Martín en el diario As (1982)



BUENOS DIAS

DE PENA, PENITA, PENA

MIENTRAS muchos ciudadanos luchan denodadamente, en silencio y durante años, por conseguir la fama sin alcanzarla ni soñando, otros, más afortunados, la logran en cuestión de minutos. ¡En noventa minutos, por ejemplo!

Los hay con suerte... Tal es el caso del ya célebre silbador don Urizar Azpitarte, que, de la noche a la mañana, se ha hecho famosísimo. De golpe y porrazo... ¡y tarjetazo!

La ra-ra-radio, la telele-visión, los diarios, las revistas... Todos los medios de comunicación le dedican a don Urizar sus mejores espacios, como si de Polonia se tratase. En cuanto a los parroquianos, unos le llaman «genio» y otros «jeta». Hasta las féminas hablan de él... ¡más que de las rebajas! Total: que don Urizar es el «hombre del día».

Cuentan que el Silbador Mayor del Reino, el condestable don Plaza, no oculta su satisfacción. Dicen que ayer comentaba con voz entrecortada por la emoción:

CONDESTABLE: Don Urizar... es... mi... obra... maestra.

Claro que esta vehemente opinión no es compartida por el matasanos Cabeza y su troupe. Estos le han plantado al «hijo pródigo» del Silbador Mayor un cerco como una catedral. Y han dicho claramente que no quieren volver a verle... ¡ni en póster! Bueno, en realidad habría que preguntarle si queda alguien a quien sí quieran volver a ver... Lo digo porque, según la Nota con que dieron la idem, el matasanos y compañía han retirado el saludo a...

A) El Canciller del Fútbol Patrio, marqués de Portazo. B) El Silbador Mayor del Reino, condestable Plaza. C) Funcionarios varios y afamados de la Cancillería del Fútbol Patrio. D) Silbador don Urizar. E) Determinados medios de comunicación por tendencias (1).

A este paso, el Atletipupas de Madrid va a quedarse solo... como los de Tudela. Visto lo cual, y sin que sirva de precedente, se impone dar la razón al matasanos Cabeza, que, tras el «chou» del Manzanares, bramó: «¡Esto es un cachondeo!» Sí, jefe, lo es... Lo suyo, lo de don Urizar, lo de don Boskov, lo de «San» Benito, lo del «padre» García Traid, lo del Emperador De Carlos, lo de... ¡Y así le luce el pelo al fútbol patrio!

No tuve más remedio que sosegar me al calor de Catherine Land (¡foto, ar!), siempre al servicio del deporte.

Hebrero SAN MARTIN

(1) Se ruega a «Mr. Fimosis» especifique a qué medios se refiere.

As, 13 de enero de 1982, pág. 35

En la tabla 159 se observa la evolución las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre según la pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo de las mujeres protagonistas por medios.

En el diario *Marca* las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre:

- En las pertenecientes al *Ámbito Deportivo* se concentran en tres períodos alternos: 1980-1984 (3,17%), 1995-1999 (1,47%) y 2005-2009 (2,82%).
- En el caso de las *'Invitadas'* se concentran en dos períodos, pero con frecuencias muy altas: 1980-1984 (71,43%) y 2005-2009 (14,29%). En el año 1979 suponían un 100% y en el 2010 no se recoge ningún caso, por lo que claramente disminuyen.

En el diario *As* las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre:

- En las pertenecientes al *Ámbito Deportivo* se registran en períodos discontinuos: 1980-1984 (6,67%); durante los diez años siguientes no se registra ningún caso; 1995-1999 (6,33%); en el siglo XXI, en el primer lustro aumentan (13,33%) pero en el siguiente lustro disminuyen (4,6%). En el año 1979 suponían un 50% y en el 2010 no se recoge ningún caso, por lo que claramente disminuyen.
- En el caso de las *'Invitadas'* su frecuencia es descendente y constante en el tiempo. Entre el primer período analizado, 1980-1984 y el primer lustro del siglo XXI desciende más de sesenta y dos puntos (del 90,91% al 28,57%). En el último período analizado aumentan hasta un 70,97%, por lo que entre el primer período y el último descienden casi veinte puntos. En el año 1979 suponen un 100% y en el 2010 suponen un 70%, por lo que claramente disminuyen.

En el diario *Sport* las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre:

En las pertenecientes al *Ámbito Deportivo* se registran sólo en los últimos períodos: en 1995-1999 (1,08%) y en el siglo XXI, en el primer lustro aumentan (5,66%) y continúan aumentando en el siguiente lustro (9,52%). En el año 1979 y en el 2010 no se recoge ningún caso.

En el caso de las *'Invitadas'*, aunque no se recogen casos en los años 90, la tendencia es ascendente. Sin embargo, al comparar el año 1979 (100%) y 2010 (80%) disminuyen, aunque las frecuencias son muy altas.

En el diario *Mundo Deportivo* las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre:

- En las pertenecientes al *Ámbito Deportivo* no se registran ni en el primer período ni en el último, tampoco en el primer y último año analizado, por lo que aparecen en los períodos centrales de manera discontinua: en 1985-1989 (2,33%), en 1995-1999 (4,3%); y a principios del siglo XXI, 2000-2004 (2,9%).
- En el caso de las *'Invitadas'* su frecuencia es constante en el tiempo pero evolucionan de manera heterogénea.

Tabla 159.- Evolución de las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al *Ámbito Deportivo* por medio

		ESTEREOTIPOS	1979	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010
MARCA	<i>Ámbito deportivo</i>	Sí	0	3,17	0	0	1,47	0	2,82	0
		No	100	96,83	100	100	98,53	100	97,18	100
	<i>'Invitadas'</i>	Sí	100	71,43	0	0	0	0	14,29	0
		No	0	28,57	100	100	100	100	85,71	100
AS	<i>Ámbito deportivo</i>	Sí	50	6,67	0	0	6,33	13,33	4,6	0
		No	50	93,33	100	100	93,67	86,67	95,4	100
	<i>'Invitadas'</i>	Sí	100	90,91	73,68	50	47,62	28,57	70,97	70
		No	0	9,09	26,32	50	52,38	71,43	29,03	30
SPORT	<i>Ámbito deportivo</i>	Sí	0	0	0	0	1,08	5,66	9,52	0
		No	100	100	100	100	98,92	94,34	90,48	100
	<i>'Invitadas'</i>	Sí	100	55,93	30	0	0	20	74,07	80
		No	0	44,07	70	100	100	80	25,93	20
MUNDO DEPORTIVO	<i>Ámbito deportivo</i>	Sí	0	0	2,33	0	4,3	2,9	0	0
		No	100	100	97,67	100	95,7	97,1	100	100
	<i>'Invitadas'</i>	Sí	0	25	3,13	23,53	30,77	16,67	4,55	11,11
		No	0	75	96,88	76,47	69,23	83,33	95,45	88,89

9.5. A MODO DE RESUMEN: LAS 'INVITADAS' FOMENTAN UNA IMAGEN DE LAS MUJERES ESTEREOTIPADA EN LOS DIARIOS DEPORTIVOS

Los Hombres son los protagonistas indiscutibles de la prensa deportiva no sólo como protagonistas únicos, también en las noticias mixtas donde su presencia es mayor que la de Mujeres. Por este motivo cuando se habla del personaje central de la información el protagonismo del Hombre aumenta.

Apenas se informa sobre temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres y la realidad está llena de ellos: los diferentes criterios entre Hombres y Mujeres para conseguir ayudas del Estado, de sueldos, de horarios de las competiciones, en las pruebas, en los campeonatos, acceso a puestos directivos, al puesto de entrenadoras, al arbitraje...

El tratamiento de la información desde la perspectiva de Género muestra a las 'Invitadas' reforzando estereotipos de la relación Mujer/ Hombre en el 42,55% de los casos. El más fomentado es el de la belleza Femenina, presentada bien como arquetipo decorativo o como objeto sexual de deseo. En ningún caso se han registrado informaciones que desafíen los estereotipos.

El haber diferenciado los dos perfiles ha mostrado su relevancia. Se habría llegado a una conclusión falsa caso de no haberlo hecho, pues quedaría excesivamente reforzado el perfil estereotipado. Sin embargo, tal perfil, la Mujer de Ámbito Deportivo, se presenta reforzando estereotipos únicamente en el 2,69% de las informaciones y desafiando los estereotipos en un 1,23%, aunque sea un porcentaje mínimo.

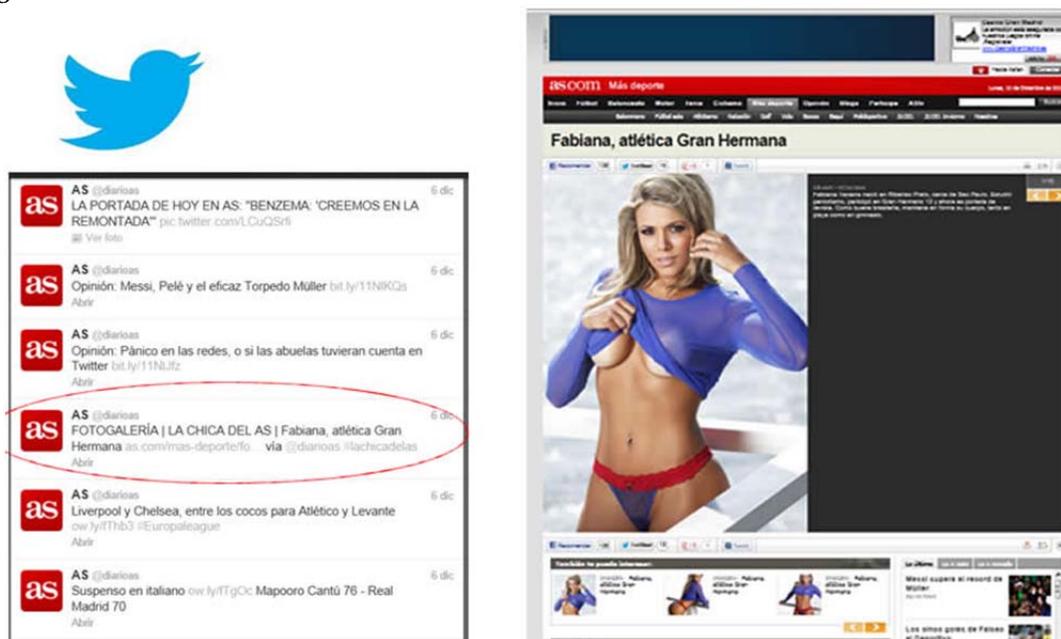
Las fotografías muestran imágenes estereotipadas en un 2,94% en el caso de las protagonistas pertenecientes al Ámbito Deportivo, y un 45,57% en el caso de las 'Invitadas'.

Las fotografías dedicadas en exclusiva a imágenes de Mujeres como objeto sexual están presentes en todos los diarios. Fundamentalmente son Mujeres semidesnudas, insinuando con un comportamiento sexual libre de tabúes. En un principio, como fiel reflejo de la época del *destape* español, se incluían en columnas de opinión sobre acontecimientos deportivos, fundamentalmente de fútbol. Se utilizaba la sátira y la picaresca y, como recurso, el autor de la columna se refería a "ella" dentro

del texto, e incluso dialogaba con “ella”, recuérdense los diálogos de Tito Paralelo con la “Nuri” (cada día ilustrada con la imagen de una Mujer diferente) en el diario *Sport* (1979-1985).

En la actualidad ya no se esconden las ‘Invitadas’, que aparecen con descaro declarándose aficionadas a algún equipo o deportista, o sin motivo aparente. Incluso, hoy en día, en la red social Twitter (figura 64) se enlazan sus imágenes, por si el lector no las encuentra. No pueden ser más explícitas. Y esto ocurre en todos los diarios, con mayor descaro - en la contraportada - o en páginas interiores, aunque quizá el caso más popular sea la actual “chica de As”.

Figura 64.- Cuenta del diario As en Twitter (2012)



Un ejemplo ilustrativo del estereotipo de la Mujer de Ámbito Deportivo puede encontrarse en la contraposición de las figuras 65 y 66, donde se informa de la primera árbitra que debuta en la Liga de Fútbol Profesional masculina. En el primer caso aparece una información de naturaleza deportiva que contrasta vivamente con el tratamiento de la figura 66, donde se recalca la feminidad de la mujer y su físico. Jamás habría aparecido un tratamiento similar para un árbitro masculino.

Todos estos factores influyen a la hora de percibir la información sobre Mujeres en los diarios deportivos como estereotipada, cuando la información sobre atletas Femeninas y sus imágenes no suelen serlo. Además el aumento de la presencia de las

'Invitadas' a lo largo del tiempo en las páginas de los diarios hace que la invisibilidad de los logros deportivos Femeninos aumente.

Figura 65.- "Montjuïc es un estadio extraordinario para debutar"

42 · SPORT

Espanyol

Sábado, 20 de Febrero de 1999

Tendrá un vestuario para ella sola

El Espanyol ha previsto hasta el último detalle para que Carolina Doménech no tenga ningún problema en su visita al Estadi Olímpic. El club blanquiazul le cederá un vestuario para que pueda cambiarse y ducharse en solitario. El colegiado principal, Ansuategui Roca, y sus auxiliares se vestirán en el habitáculo dedicado a los colegiados; Carolina utilizará el cuarto del antidoping o el del delegado del club.

La cuarto árbitro se unirá a sus compañeros en el túnel de acceso al terreno de juego. Carolina Doménech desempeñará sus funciones desde la típica caseta que hay entre los dos banquillos y al finalizar el encuentro volverá a cambiarse en solitario.

PAU PONS

Palma de Mallorca • Corresponsal

El partido del domingo entre el Espanyol y el Deportivo tendrá una figura especial. Se trata de Carolina Doménech, una colegiada balear que a sus 22 años debutará en la máxima categoría del fútbol español como cuarto árbitro. Si Ansuategui Roca, que es el trencilla titular, se lesiona, ella deberá salir al campo a pitar: "No me da miedo, aunque no me gustaría salir por la lesión de un compañero, ya que creo que hay mejores formas para debutar en Primera".

Pese a todo, Carolina confía en sus posibilidades y viaja preparada por si sucede algún contra-tiempo. "Si tengo que pitar, sal-

"Montjuïc es un estadio extraordinario para debutar"

Carolina Doménech será la primera mujer que ejerza de cuarto árbitro en la Primera División.



Carolina Doménech ya ha dirigido varios partidos en Segunda B

dré con convicción e intentaré hacer las cosas lo mejor posible aunque reconozco que en esta categoría existe más presión. Pero pitar siempre es pitar", afirma.

Carolina, que esta temporada ha dirigido siete partidos en Segunda B, está encantada con la designación que ha hecho el Comité de Arbitros. "Montjuïc es un campo extraordinario para debutar. Yo soy una persona tranquila, aunque soy consciente de que voy a ser el foco de atención.

Por primera vez en el fútbol español, una mujer será mañana domingo cuarto árbitro

Tendré muchos ojos encima, pero ya estoy acostumbrada a que me pase esto en todos los campos que voy como colegiado. Es una cosa que tengo plenamente asumida porque viene inmersa en mi profesión", reconoce.

La colegiada comentó que ya tiene preparado su plan de viaje para uno de los fines de semana más excitantes de su corta carrera profesional: "Viajo sola desde Mallorca hasta Barcelona y allí me encontraré con los otros árbitros. Conviviremos y el domingo iremos al partido. Será una jornada especial y espero que todo vaya lo mejor posible". ●

Sport, 20 de febrero de 1999, pág. 42

Figura 66.- "Carolina cuarto árbitro en Montjuïc"

VIERNES, 19 DE FEBRERO DE 1999. Precios en Europa: Alemania 3,50 DM • Bélgica 65 FB • Francia 12 FF • Italia 2.700 Lit • Países Bajos 3,50 fL • Portugal 220 Esc • Reino Unido 1,10 LB • Suiza 3 FRs •

as A la última

CAROLINA CUARTO ARBITRO EN MONTJUÏC

Será la **primera mujer** en participar en un cuarteto arbitral de la 'Liga de los Ases'

Se llama **Carolina Domenech**, es rubia, de ojos azules y tiene 22 años. Sobre esta mallorquina recaerán buena parte de las miradas de los asistentes a **Montjuïc**. **Carolina** será el cuarto árbitro del **Espanyol-Deportivo** del domingo, formando parte del equipo de **Ansuategui Roca**. Ella será la primera mujer árbitro en participar en la 'Liga de los Ases'.

Carolina, que ya ha estado presente en cuatro partidos de **Segunda División**, también como cuarto árbitro, y que normalmente desarrolla el papel de colegiado principal en **Segunda B**, no se siente especialmente nerviosa por su próximo debut en **Primera**: "Ante todo, mucha calma. No estoy nerviosa en absoluto, aunque es posible que justo antes del partido sí tenga un gusanillo en el estómago". A la colegiada no le impresiona en absoluto que jugadores, público y cámaras de televisión estén pendientes en todo momento de sus movimientos. Ya está habituada a ello. "Pienso tomarme el partido como uno más. Siempre he despertado una especial expectación por ser mujer, así que ya estoy acostumbrada a ser noti-

cia cada vez que tengo que formar parte del cuarteto arbitral en algún encuentro". Cabe recordar que en caso de que **Ansuategui** sufra alguna lesión durante el encuentro **Carolina** será la encargada de sustituirle. "Pues si se lesiona **Ansuategui**, a arbitrar, que es realmente lo mío. No sería bonito debutar así como colegiado principal en **Primera**, pero una de mis funciones será la de sustituir a **Ansuategui** si no pudiese seguir por cualquier motivo". La mallorquina es hija de **Domenech Riera**, ex colegiado de **Primera División** en la temporada 90-91 y actual presidente del **Colegio Balear** de árbitros. Por supuesto, tiene novio y, cómo no, es también árbitro.— **Miguel A. Hernández (Madrid)**



Carolina Domenech tendrá el honor de ser la primera mujer en la 'Liga de los Ases'

BAQUI BLANCO (REVISTA SÓLO GOLES)

As, 20 de febrero de 1999, contraportada

V.

CONCLUSIONES

10. CONCLUSIONES

Es preciso partir de un hecho sociológico: el deporte femenino se ha convertido en acontecimiento de las sociedades modernas, entendido como un proceso evolutivo propio de las occidentales, y que posee un trasfondo histórico que puede servir de referente, de aceptación y progreso. Se confirma la superación del paradigma de la Mujer como mera receptora pasiva del fenómeno deportivo. La Mujer desde finales del siglo XX y en los comienzos del siglo XXI es Deportista.

Siendo esto así, lo que se deriva de esta tesis doctoral contradice lo que podría entenderse como consecuencia lógica de ello. Y eso, porque la Mujer deportista no solo no ha aumentado su presencia en las páginas de los medios deportivos, sino que la ha reducido.

Toda aproximación a un terreno escasamente analizado plantea siempre una serie de interrogantes que exigen contestación. Desde el primer momento de esta investigación surgió una pregunta básica: ¿qué imagen transmiten los medios de comunicación de las deportistas? El complemento a esta cuestión precisaba de otra pregunta: ¿refleja la prensa deportiva la situación real de las deportistas?

La respuesta es NO.

Teniendo en cuenta las hipótesis de partida de esta investigación, las conclusiones son las siguientes:

- **La temática principal de la prensa deportiva es el fútbol de Hombres y para Hombres**, en cantidad y calidad. Incluso la presencia del fútbol se incrementa en el análisis longitudinal, de tal forma que cabe hablar de profunda descompensación informativa con respecto a otros deportes. El fútbol domina *per se*, incluyendo cuanto le rodea, aunque no sea estrictamente deportivo.

Un dato significativo: en el 61% de las informaciones el deporte central es el fútbol, seguido por el baloncesto con un 10,2%. Ningún otro deporte consigue un porcentaje superior al 3,6%.

- **A excepción del fútbol**, en el resto de los deportes, **los éxitos deportivos no implican un seguimiento constante en las páginas de los diarios especializados**. Los éxitos en estos deportes, ya sean masculinos o femeninos, se cubren pero de manera muy puntual. No hay un seguimiento en la información.

Si a esto añadimos la categoría Mujer, la repercusión mediática es siempre inferior a la masculina.

- **Si el “deporte rey” es el fútbol, el “deporte reina” es el tenis.** Del total de las informaciones protagonizadas por Mujeres, un 29,35% son sobre tenis. El segundo deporte con mayor frecuencia es el atletismo (18,47%), que en *Marca* ocupa el primer puesto (25,43%), en los otros tres diarios predomina el tenis.
- **La imagen de las Mujeres que la prensa deportiva española transmite está altamente *desequilibrada respecto del Hombre.*** La Mujer es sujeto noticioso únicamente en el 5,11% de los casos - unas veces sola (2,18%) y otras acompañada por al menos un protagonista masculino (2,93%) -, mientras que el Hombre lo es en el 92,24%. Se mantienen los mismos porcentajes con el paso de los años.

Cuando se analizan individualmente los cuatro diarios deportivos españoles, se observa un retroceso en las informaciones protagonizadas por Mujeres: en *Marca* (del 5,6% en el año 1979, al 4,22% en el año 2010) y en *As* (del 7,72% en el año 1979, al 4,45% en el año 2010), mientras que en

Sport y en *Mundo Deportivo* aumentan (del 2,63% en el año 1979, al 3,3% en el año 2010 y del 2,5% en el año 1979, al 5,05% en el año 2010, respectivamente).

- **La presencia del Hombre va más allá del número de informaciones que protagoniza.** Los personajes que aparecen en las informaciones donde Mujeres y Hombres comparten protagonismo, las ‘Mixtas’, son Mujeres en un 40,05% de los casos, Hombres en un 58,9%.
- **La presencia masculina es también ostensible en los titulares,** ya que en el 63,95% de los títulos el nombre propio masculino es el que más abunda, mientras que el femenino solo supone el 1,99%. También en las citas –poco frecuentes –incluidas en los títulos, son los Hombres los que vuelven a estar por delante de las Mujeres.

- **La Mujer** sigue en clamorosa desventaja respecto del Hombre, porque **sigue sin tener la categoría suficiente para ser tanto personaje como fuente de la noticia**. Muy significativo es el hecho de que no exista relación entre el género de las fuentes y el género de los personajes de las informaciones. Las fuentes no suelen ser Mujeres aún en los casos en los que el tema les afecta directamente. En las informaciones protagonizadas por Mujeres, las fuentes son masculinas en un 43,4%.
- Otro dato a tener en cuenta: los cargos o profesiones de las fuentes son más variados cuando se trata de Hombres, lo cual no deja de ser un reflejo de la realidad deportiva. **Entrenadores y directivos son Hombres, no Mujeres**. Y son los cargos los que representan las voces de los medios.
- **Existen dos perfiles de Mujer en la prensa deportiva**: la propia del ámbito deportivo, y ese personaje que hemos dado en llamar 'Invitadas', por lo general familiares, parejas, famosas o aficionadas. La Mujer acompañante, se podría denominar también.
Desde el punto de vista cuantitativo, el 86,8% de las informaciones corresponde a la Mujer de Ámbito Deportivo y el 13,2%, al perfil no deportivo.
- **Los medios de comunicación ocultan la situación real de las deportistas**. Así es, en efecto: la Mujer deportista no solo disminuye su presencia mediática desde el punto de vista cuantitativo, sino también desde el cualitativo. Las deportistas no parecen merecer más que Breves, el género más humilde del periodismo. La ventaja cuantitativa aparente en favor del perfil deportivo queda matizada desde el punto de vista cualitativo.

En efecto, los hitos de las deportistas quedan reducidos, en casi el 50% de los casos, a un simple Breve, lo que supone un reduccionismo en el tratamiento de la información de las Mujeres deportistas. Ello contrasta con el hecho de que, en cambio, las Mujeres 'Invitadas' son las que ocupan presencia notable en las páginas, mayor espacio y mayor número de apoyos, especialmente fotográficos.

Aunque cuantitativamente hay, sí, mayor visibilidad femenina no hace justicia esa visibilidad precisamente a la Mujer deportista. Queda demostrado que la Mujer deportista está en clara inferioridad de condiciones respecto no solo del Hombre sino también de la Mujer no deportista, las 'Invitadas'.

- Se confirma que **se mantienen los viejos estereotipos, pero NO aplicados a la Mujer deportista** (por debajo del 3%) sino a la 'Invitada' (por encima del 46%). Tanto en el texto como en la imagen o fotografía, el estereotipo más fomentado es el relacionado con "los atributos femeninos": la Mujer presentada bien como arquetipo decorativo o como objeto de deseo.
- **No existe una relación entre el género de las firmas y el género de los protagonistas de las informaciones:** las Mujeres no escriben más que los Hombres sobre Mujeres.

Si bien, la presencia de las Mujeres en las redacciones, las firmas femeninas, ha aumentado del 3% al 14% entre 1979 y 2010, ello no se ha correspondido con un incremento, ni siquiera similar, en los contenidos protagonizados por Mujeres, sino al contrario, como ya se ha indicado.

- En líneas generales **la realidad mediática no refleja la realidad real.** Hay un déficit claro de información deportiva cuando la Mujer es protagonista. **Queda clara la escasa influencia que las recomendaciones, las directivas y la legislación de organizaciones e instituciones nacionales e internacionales han tenido en la representación de las Mujeres deportistas en la prensa especializada.**

Definitivamente, no se ha producido el cambio esperado de la información sobre Mujer en los medios.

10.1. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Un trabajo de investigación de estas características en el que se aportan series de datos explicativos de manera longitudinal, por su propia naturaleza es un trabajo que posee un carácter abierto; no se trata de un discurso categorialmente cerrado. En este apartado se presentan algunas líneas de investigación que pueden ser objeto de interés, atendiendo al trabajo expuesto en la presente tesis.

En primer lugar, ya se anunciaba en páginas anteriores que al tener en cuenta los datos referidos a las informaciones de Invitadas y los datos del número de lectores al día ofrecidos por el EGM, se observaba que a lo largo de los años el mayor número de Mujeres Invitadas coincide con el aumento de número de lectores. Para valorar si se trata de una coincidencia o si existe una relación entre ambas variables, se debe plantear un estudio posterior más exhaustivo.

En relación al análisis de contenidos, la metodología descrita puede aplicarse a cualquier medio de comunicación, con pequeñas variaciones según el soporte. En consecuencia, puede ser interesante responder a la pregunta originaria: ¿qué imagen transmiten los medios de comunicación de las deportistas en televisión, en los diarios digitales, en las redes sociales o cualquier otro medio que surja?

Otra posible e interesante línea de trabajo consiste en desarrollar estudios paralelos, centrándose en un deporte concreto o en varios, y profundizar en el análisis cualitativo de cada caso desde la perspectiva de género. Como ejemplo, valga comparar los éxitos deportivos de las Selecciones masculinas y femeninas de Jockey durante los últimos años. Ante un mismo éxito, ¿seguiría habiendo tantas diferencias o, acaso, estas diferencias vienen condicionadas por ser disciplinas minoritarias dentro de los contenidos de la prensa deportiva?

En este sentido también pueden desarrollarse estudios sobre campeonatos concretos: los Juegos Olímpicos, un Mundial o un Europeo; y comparar los resultados con el estudio general, para confirmar que en este tipo de eventos deportivos se visibiliza más a la Mujer.

Y, por qué no, comparar los éxitos y las polémicas generadas por el mismo deportista (Hombre o Mujer) y diferenciar el tratamiento que se les da en cada momento, para visualizar si a los medios les interesan más los éxitos o los fracasos. Centrémonos en las Mujeres, Arancha Sánchez Vicario, Marta Domínguez o Anna

Tarrés, ex-entrenadora de la Selección olímpica de natación sincronizada, podrían ser posibles casos de estudio por sus éxitos deportivos durante su carrera y por las polémicas en las que se han visto envueltas en los últimos años: familiares, judiciales y deportivas.

Por supuesto, este estudio se puede comparar con la elaboración de otros mediante el uso de la entrevista o la encuesta: percepción de las campeonas sobre el trato recibido por los medios de comunicación; percepción de los periodistas sobre su propio trabajo; y, lógicamente, la percepción del público. La combinación de esos análisis con el estudio de contenidos desarrollado en la tesis, permitiría comparar la percepción que la Mujer deportista, los periodistas o el público tienen con la realidad mediática sobre el tratamiento que la prensa española dedica a la Mujer.

Las posibilidades son infinitas y los resultados aquí expuestos, “la realidad mediática deportiva”, pueden servir de referencia para comparar épocas, deportes, género de los protagonistas y países.

VI.

BIBLIOGRAFÍA

11. BIBLIOGRAFÍA

MONOGRAFÍAS Y ARTÍCULOS ACADÉMICOS

- ABRIL, N. (1998). *La presencia de las mujeres en los medios de comunicación: propietarias, directivas, reporteras*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- ALCOBA, A (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Editorial Thomson Paraninfo.
- ALCOBA, A. (1999). *La prensa deportiva: tratamiento inédito sobre el género específico del deporte, y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Madrid: Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte.
- ALCOBA, A. (2001). *Enciclopedia del deporte*. Madrid: Librerías deportivas Esteban Sanz.
- ALCOBA, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis
- ALFARO, E., BENGOCHEA, M., VÁZQUEZ, B. (2010). *Hablamos de deporte. En femenino y en masculino*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- ALONSO, B. (2007). Entre lo popular y lo masivo. Aproximaciones a la prensa moderna. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recurso en línea: http://www.ull.es/publicaciones/latina/200707Alonso_B.htm [Consulta: 24 de septiembre de 2012].
- ALTABELLA, J. (1988). Historia de la prensa deportiva madrileña. En R. ZABALZA (Coord.), *Orígenes del deporte madrileño. Condiciones sociales de la actividad deportiva. 1870-1936* (Vol. I). Madrid: Comunidad de Madrid.
- ALTMAN, D.G. (1991). *Practical statistics for medical research*. New York: Chapman and Hall.
- ANGUERA, M^a.T. (2005). La observación. En C. MORENO (Coord.), *Evaluación psicológica: concepto, proceso y aplicación en las áreas del desarrollo y de la inteligencia* (pp. 255-292). Wanceulen: Sevilla.

- ANGUERA, M^a.T. (2011). ¿Cómo se lleva a cabo un registro observacional? *Revista de Entrenamiento Deportivo*, 25 (1), 23-28.
- ANGULO, M. (2007). *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, Consejo Superior de Deportes.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2008). *EGM 40, AIMC 20. 1968-1988. 2008. (Incluye una memoria USB-logger con la base de datos histórica del EGM)* España: AIMC.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2012). *Navegantes en la Red. 14^º Encuesta AIMC a Usuarios de Internet 2011*. España: AIMC. Recurso en línea: <http://download.aimc.es/aimc/f5g9/macro2011.pdf> [Consulta: 24 de septiembre de 2012].
- ASSA, J. (1963). La mujer y el deporte en la Antigüedad. *Citius Altius Fortius*, V, 429-444.
- ATKINSON, G. y NEVILL, A. (2000). Measures of Reliability in Sports Medicine and Science: Correspondence. *Sport Medicine*, 5 (1), 375-381.
- BAHAMONDE, A. (2011). La escalada del deporte en España de los orígenes de la sociedad de masas, 1900-1936. En X. PUJADAS (Coord.), *Atletas y ciudadanos. Historia social del deporte en España 1870-2010* (pp. 89-123). Madrid: Alianza Editorial.
- BALLUERKA, N., GOROSTIAGA, A., ALONSO-ARBIOL, I. y ARAMBURU, M. (2007). La adaptación de instrumentos de medida de unas culturas a otras: una perspectiva práctica. *Psiicothema*, 1 (19), 124-133.
- BARCELÓ, P. (2001). *Breve historia de Grecia y Roma*. Madrid: Alianza Editorial.
- BAUMGARTNER, T. A. (2000). Estimating the stability reliability of a store. *Measurement in Physical Education and exercise Science*, 4(3), 175-178.
- BAZACO, M.J. (2011). *Deporte y educación olímpica en el siglo XX*. Murcia: Diego Marín.

- BEHAR, J. (1993). Aproximación al análisis textual informatizado. *Anuario de psicología*, 59, 61-78.
- BELKAOUI, A. y BELKAOUI, J. (1976). A comparative analysis of the roles portrayed by women in print advertisements: 1958, 1970, 1972. *Journal of Marketing Research*, 13, 168-172.
- BENAVIDES, J.L. y QUINTERO, C. (2004). *Escribir en prensa* (2ª ed.). Madrid: Pearson Educación.
- BERASATEGUI, M.^a L. (2000). Datos para la historia de la prensa deportiva en Cataluña. *Revista General de Información y Documentación*, 10(1), 153-169.
- BLINDE, E., GREENDORFER, S. y SHANKER, R. (1991). Differential media coverage of men's and women's intercollegiate basketball: reflection of gender ideology. *Journal of Sport & Social Issues*, 15 (2), 98-114.
- BONAN, C. y GUZMÁN, V. (2007). *Aportes de la teoría de género a la comprensión de las dinámicas sociales y los temas específicos de asociatividad y participación, identidad y poder*. Santiago de Chile: Centro de Estudios de la Mujer-CEM. Recurso en línea: <http://www.cem.cl/pdf/aportes.pdf> [Consulta: 5 de noviembre de 2012].
- BOYLE, R. y HAYNES, R. (2009). *7 Power Play: Sport, the Media and Popular Culture*. Harlow: Longman.
- BOYLE, R., ROWE, D. y WHANNEL, G. (2009). Delight in trivial controversy? Questions for sports journalism. En S. ALLAN (Ed.), *The Routledge Companion to News and Journalism* (pp. 245-255). New York: Routledge.
- BUENO, J.R. (1996). *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*. (Cuadernos de Investigación de Psicología Comunitaria, Universidad de Valencia). Valencia: NAU Llibres.
- BULGER, S.M. y HOUSNER, L.D. (2007). Modified delphi investigation of exercise science in physical education teacher education. *Journal of Teaching in Physical Education*, 26, 57-80.

- BURKLE, M. (1998). La post-televisión y la construcción de la sexualidad de la mujer. *Espacios de Comunicación* 2, 63-72.
- CAA (2008). *Estudio sobre género y deporte en televisión*. Consejo Audiovisual de Andalucía. Recurso en línea:
http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/estudio_sobre_gxnero_y_deporte_en_televisixn_2008.pdf [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- CADAVID, L.E., MONSALVE, O.L., CASTRO, J. A., HOPF, H., FLOREZ, L.D. y PATIÑO, V (2000). Participación de las mujeres en el deporte y su rol social en el área metropolitana del Valle del Aburra, Medellín. *Revista Digital Año 5, 27. Noviembre de 2000*. Buenos Aires. Recurso en línea:
<http://www.efdeportes.com/efd27a/mujerm1.htm> [Consulta: 24 de septiembre de 2012].
- CAGIGAL, J M^a. (1996). *Obras Selectas*. (Volumen I). Cádiz: COE.
- CANTÓN, C.G. y RUIZ, J.A. (2005). Investigación y realidad social. Una reflexión epistemológica. En M.R. BERGANZA y J.A RUIZ SAN ROMÁN (Coord.), *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 3-18). Madrid: Mc Graw Hill.
- CASTAÑÓN, J. (1993). *El lenguaje periodístico del fútbol*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- CEA D'ANCONA, M.A. (1996). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- CHARAUDEAU, P. (1983). *Langage et discours: éléments de semiolinguistique*. Paris: Hachete.
- COAKLEY, J.J. (2004). *Sports in society: Issues and controversies (8th Ed.)*. New York: McGraw Hill.
- COMAS I MAERNE (Coord.) (1988): *Mujer y medios de comunicación en España*, Madrid: Instituto de la Mujer. Inédito.

- CONROY, D.E. y METZLER, J. (2003). Temporal stability of performance failure appraisal inventory items. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 7(4), 243-261.
- CONTECHA, L.F. (2000). Mujer y olimpismo. *Revista Digital Año 5*, 24. Agosto de 2000. Buenos Aires. Recurso en línea:
<http://www.efdeportes.com/efd24/mujerol.htm> [Consulta: 24 de septiembre de 2012].
- COURTNEY, A. y LOCKERETZ, S.W. (1971). A woman's place: An analysis of roles portrayed by women in magazine advertisements. *Journal of Marketing Research*, 8, 92-95.
- CULLEY, J. y BENET, R. (1976) Selling women, selling Blacks. *Journal of Communication*, 26, 160-174.
- CUNNINGHAM, G.B., SAGAS, M., SATORE, M.L., AMSDEN, M.L. y SCHELLHASE, A. (2004). Gender representation in the NCAA News: Is the glass half full or half empty? *Sex Roles: A Journal of Research*, 50 (11/12), 861-870.
- DÍAZ CRESPO, B. (1997-1998). *Apuntes. Educación Física y su didáctica I: Tema 5, La Edad Media*. Palencia: Inédito.
- DÍAZ NOCI, J. (2000). Los nacionalistas van al fútbol. Deporte, ideología y periodismo en los años 20 y 30. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 9 (5), 357-394. Recurso en línea: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer09-13-diaz.pdf> [Consulta: 28 de mayo de 2012]
- DIEM, C. (1996). *Historia de los deportes*. Barcelona: Luis de Caralt.
- DÍEZ GARCÍA, A. (2006). Evolución histórica y social de la presencia de la mujer en la práctica física y el deporte. *Revista Digital Año 11*, 99. Agosto de 2006. Buenos Aires. Recurso en línea:
<http://www.efdeportes.com/efd99/mujer.htm> [Consulta: 22 de mayo de 2012].

- DIEZHANDINO, M^a P. (dir.) (2008). *El Periodismo en la era de Internet. Claves para entender la situación de la información periodística en España*. Colección Fundación Telefónica. Madrid: Ariel.
- DIEZHANDINO, M^a P. (dir.) (2009). *Periodismo digital en tiempos de crisis. Un caso de estudio: El tratamiento de la inmigración en los medios*. Colección Fundación Telefónica. Madrid: Ariel.
- DOWNING, S.M. y HALADYNA, T.M. (2004). Validity trestas: overcoming interferente with proponed interpretations of assessment data. *Medical Education*, 38, 327-333
- DUNCAN, M. C. y MESSNER, M. (1994). *Gender stereotyping in televised sports: A follow-up to the 1989 study*. Estados Unidos: The Amateur Athletic Foundation of Los Angeles. Recurso en línea
<http://www.aafla.org/9arr/ResearchReports/ResearchReport3.htm> [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- DUNCAN, M. C. y MESSNER, M. (2000). *Gender in televised sports: 1989, 1993 and 1999*. Estados Unidos: The Amateur Athletic Foundation of Los Angeles. Recurso en línea: <http://www.aafla.org/9arr/ResearchReports/tv2000.pdf> [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- DUNCAN, M. C., MESSNER, M. y WILLIAMS, L. (1991). *Coverage of women's sports in four daily newspapers*. Estados Unidos: The Amateur Athletic Foundation of Los Angeles. Recurso en línea:
<http://www.aafla.org/9arr/ResearchReports/ResearchReport1.htm> [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- DUNCAN, M. C., MESSNER, M. y WILLIAMS, N. (2005). *Gender in televised sports: News and highlights shows, 1989-2004*. Estados Unidos: The Amateur Athletic Foundation of Los Angeles. Recurso en línea:
http://www.aafla.org/11pub/over_frmst.htm [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- DUNCAN, M. C., MESSNER, M., WILLIAMS, L. y JENSEN, K. (1989). *Gender stereotyping in televised sports*. Estados Unidos: The Amateur Athletic Foundation of Los Angeles. Recurso en línea:
<http://www.aafla.org/9arr/ResearchReports/ResearchReport2.htm>

- DURÁNTEZ, C. (1975). *Olimpia y los juegos olímpicos antiguos. Tomo 1 y 2*. Pamplona: Delegación Nacional de Deportes.
- DURÁNTEZ, C. (1990). Historia de la arquitectura deportiva. En J. GARCÍA (Comp.) *Curso de arquitectura deportiva*, (pp. 1-50). Madrid: Colegio Oficial de arquitectos de Madrid.
- DURÁNTEZ, C. (2004). *Las Olimpiadas modernas*. Madrid: Pearson Educación.
- ESCRIBANO, A. (2006). *Comentario de textos periodísticos: informativos, interpretativos y de opinión*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- ESTEVE, F. y FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (2007). Información deportiva. En F. ESTEVE y J. FERNÁNDEZ DEL MORAL, *Áreas de especialización periodística* (pp. 273–287), Madrid: Fragua.
- EURÍPIDES (1990). *Tragedias. Volumen I: El Cíclope. Alceste. Medea. Los Heraclidas. Hipólito. Andrómaca. Hécuba*. Madrid: Editorial Gredos.
- EVANS, A.J. (1930). *The Palace of Minos: a comparative account of the successive stages of the early Cretan civilization as illustrated by the discoveries at Knossos*. London: MacMillan & Co.
- FAGOAGA, C. y SECANELLA, P.M. (1984). *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- FARIAS, P. (Dir.) (2010). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2010*. Madrid: Asociación de la prensa de Madrid (APM)
- FERNÁNDEZ DE MIER, E. (2005). *Ludi circenses: la pasión de los romanos*. En F. GARCÍA ROMERO y B. HERNÁNDEZ GARCÍA (Eds.). *IN CORPORE SANO. El deporte en la Antigüedad y la creación del moderno olimpismo* (pp.31-60). Madrid: Delegación de Madrid de la Sociedad de Estudios Clásicos.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (Coord.) (2004). *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.

- FINK, J. y KENSICKI, L. (2002). An imperceptible difference: Visual and textual constructions of femininity in Sports Illustrated and Sports Illustrated for Women. *Mass Communication and Society*, 5, 317-339. Recurso en línea: http://dx.doi.org/10.1207/S15327825MCS0503_5. [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- FRANQUET, R. (1982). *Por un discurso no androcéntrico de los medios de comunicación*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- FRANQUET, R. (1992). Mujer y rutinas de producción en radio y televisión. *La investigación en la comunicación. III Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación*, Madrid, AICE.
- FRANQUET, R. (2002). *El ciberespacio como entorno de socialización e identidad de género*. Canarias: MediaFest, Las Palmas: Cabildo de Gran Canaria.
- FRANQUET, R. (Dir.) (1991). *La mujer, sujeto y objeto de la información radiotelevisiva. Síntesis de estudios e investigaciones del Instituto de la mujer (1990-1994)*. Madrid: Instituto de la mujer.
- FRANQUET, R. (Dir.) (2004). *Representación de género en los principales medios de comunicación online*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- FRANQUET, R., LUZÓN, V. y RAMAJO, N. (2007). La información en los principales medios de comunicación on-line. Estudiar la representación de género. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 22, 2007, 267-282. Recurso en línea: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-14-franquet.pdf> [Consulta: 28 de mayo de 2012]
- FRIDERES, J.E. y PALAO, J.M. (2006). Análisis de las noticias deportivas de dos periódicos digitales de España y Estados Unidos: ¿promoción de la actividad física y el deporte? *Apunts*, 85, 7-14.
- FUNKHOUSER, G.R. (1973). The Issues of the Sixties, An Exploratory study in the Dynamics of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*, 37, 62-75.
- GALÁN, L.M. (1996). Gimnasia en Propercio (Elegía 3, 14). *Auster* (1), 33-44. Recurso en línea: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/10212/Documento_completo.pdf?sequence=1 [Consulta: 28 de mayo de 2012]

- GALLAGHER, M. (1983). *Unequal opportunities. The case of women and Media*. París: Unesco.
- GALLAGHER, M. (1987). *Women and media decision-making: the invisible barriers*. Paris: UNESCO.
- GALLEGO, J. (1998). *Gènere i informació*. Barcelona: Associació de Dones Periodistes.
- GALLEGO, J. (2002). La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género. *Comunicación y Sociedad*, Vol. XVI (2), 49-66.
- GARCÍA FERRANDO, M. (1990). *Aspectos sociales del deporte: Mujer y deporte*. Madrid: Alianza Editorial.
- GARCÍA ROMERO, F. (2005). *Mujer y deporte en el mundo antiguo*. En F. GARCÍA ROMERO y B. HERNÁNDEZ GARCÍA (Eds.). *IN CORPORE SANO. El deporte en la Antigüedad y la creación del moderno olimpismo* (pp.177-204). Madrid: Delegación de Madrid de la Sociedad de Estudios Clásicos.
- GARCÍA ROMERO, F. (2010). Deportes y juegos de pelota en la antigua Grecia. En *XVII Seminario de Arqueología Clásica Iconografía del mundo clásico, Facultad de Geografía e Historia, Univ. Complutense, 3 de Marzo de 2010*. Recurso en línea: <http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento17574.pdf> [Consulta: 24 de septiembre de 2012].
- GARCÍA, E., MORAGAS, M. de y GÓMEZ, M. (1995). El deporte en las televisiones españolas: Un papel creciente en la programación. *Telos*, 38, 110-118. Recurso en línea: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_038/cuaderno_central3.html [Consulta: 24 de septiembre de 2012].
- GARST, R. E. y BERNSTEIN, T.M. (1940). *Headlines and Deadlines. A Manual for Copyeditors (2.ª Ed.)*. New York: Columbia University Press.
- GAZAPO, B. (2010). Mujer y Deporte en la historia. Una reflexión antropológica y sociológica. En J. BARRERO (Coord.), *SDF. Solo deporte femenino* (pp.29-53). Madrid: Editorial Fragua.
- GERNET, L. (1968). *Anthropologie de la Grèce Antique*. Paris: Maspero.

- GHANEM, S. (1996). *Media coverage of crime and public opinion: An exploration of the second level of agenda setting*. [Tesis doctoral]. University of Texas, Austin.
- GIDDENS, A. (1997). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- GOMIS, L. (1989). *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Centred'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya.
- GOMIS, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. México: Paidós Mexicana (Paidós Comunicación, 44).
- GONZÁLEZ AJA, M.T. (1992). *El Deporte a través del Arte occidental*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- GONZÁLEZ AJA, M.T. (2003). *Introducción del deporte en España. Su repercusión en el arte*. Madrid: Edilupa Ediciones.
- GONZÁLEZ RAMALLAL, M.E. (2004). *Sociedad y deporte: análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España*. [Tesis doctoral]. Universidad de la Coruña
- HARGREAVES, J. (1994). *Sporting females. Critical issues in the history and sociology of women's sports*. London: Routledge.
- HERNÁNDEZ ALONSO, N. (2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid: Cátedra.
- HERRERO, R. (2010). *La imagen de la mujer en la prensa entre 1910-1915 y 200-2005: estudio comparado*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- HOMERO (1981) *Odisea*. (Introducción, traducción y notas por Cuenca, L. A.). Madrid, Akal.
- HURTADO, S. (2009). Algunas peculiaridades de los titulares de actos de habla en la prensa española e hispanoamericana. *Zer, Revista de estudios de comunicación*, 27, 2007, 189-202. Recurso en línea:
<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer27-09-hurtado.pdf> [Consulta: 28 de mayo de 2012]

- IBÁÑEZ, M.E. (2001). *Información sobre deporte femenino: El gran olvido*. *Apunts: Educación Física y Deportes*, 65, 111-113. Recurso en línea:
<http://www.femsport.org/wp-content/uploads/2011/12/0Informaci%C3%B3n-sobre-el-deporte-femenino.-el-gran-olvido.pdf> [Consulta: 28 de mayo de 2012]
- INSTRAW (2005). *Women and the media: New Challenges. Beijing at 10: Putting Policy into Practice*. INSTRAW: United Nations International Research and Training Institute for the Advancement of Women. Recurso en línea: <http://www.un-instraw.org/es/descargar-documento/431-women-and-the-media.html> [Consulta: 5 de noviembre de 2012].
- INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE e INSTITUTE OF SPORT y LEISURE POLICY (2004). *Women, Leadership and the Olympic Movement*. Reino Unido: Loughborough University. Recurso en línea:
<http://www.mujerydeporte.org/documentos/docs/Women,%20Leadership%20and%20the%20Olympic%20Movement%202004.pdf> [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE y CENTRE FOR OLYMPIC STUDIES & RESEARCH (2010). *Women, Leadership and the Olympic Movement*. Reino Unido: Loughborough University. Recurso en línea:
http://www.olympic.org/Documents/Olympism_in_action/Women_and_sport/GENDER_EQUALITY_AND_LEADERSHIP_IN_OLYMPIC_BODIES.pdf [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- JONES, D.E. (1994). Medios de comunicación deportivos. La situación española en el contexto internacional. *Telos*, 38, 101-108. Recurso en línea:
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_038/cuaderno_central5.html [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- JORGE ALONSO, A. (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*. Barcelona: Icaria.
- KANE, M.J. y GREENDORFER, S.L. (1994). The media's role in accommodating and resisting stereotyped images of women in sport. En P. J. CREEDON (Ed.) *Women, media and Sport: Challenging gender values* (pp. 28- 44). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- KOIVULA, N. (1999). Gender stereotyping in televised media sport coverage. *Sex Roles*, 41(7/8), 589-604. Recurso en línea: <http://link.springer.com/content/pdf/10.1023%2FA%3A1018899522353> [Consulta: 22 de mayo de 2012].
- LICHTER, S. R., LICHTER, L. S. y ROTHMAN, S. (1986). The politics of the American dream - From Lucy to Lacey: TV's Dream Girls. *Public Opinion*, 9 (3), 16-19
- LÓPEZ DÍEZ, P. (2002). *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. 1º informe de la investigación. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión. Recurso en línea: <http://www.P.lopezdiez.eu/pdf/1InfRepre.pdf> [Consulta: 18 de octubre de 2012].
- LÓPEZ DÍEZ, P. (2005). 2º Informe: *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. Madrid: Instituto de la Mujer e IORTV (RTVE). Recurso en línea: http://www.pilarlopezdiez.eu/pdf/2InfRepreGen_05.pdf [Consulta: 18 de octubre de 2012].
- LÓPEZ DÍEZ, P. (2008). Los medios y la representación de género: Algunas propuestas para avanzar. *Feminismo/s*, 11, Junio 2008, 95-108. Recurso en línea: <http://www.P.lopezdiez.eu/documents/FeminismosMediospropuestasparaavanzar.pdf> [Consulta: 18 de octubre de 2012]
- LÓPEZ DÍEZ, P. (2011). *Deporte, mujeres y medios de Comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. Madrid: Consejo Superior de Deportes. Recurso en línea: <http://www.csd.gob.es/csd/promocion/mujer-y-deporte/materiales-on-line-publicados-por-el-consejo-superior-de-deportes-en-relacion-con-los-programas-mujer-y-deporte/libro-deporte-y-mujeres-en-los-medios-de-comunicacion-sugerencias-y-recomendaciones/> [Consulta: 18 de octubre de 2012].
- LÓPEZ DÍEZ, P. (Ed.) (2004). *Manual de Información en género*. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer.

- LÓPEZ HIDALGO, A. (2001). *El titular: manual de titulación periodística*. Madrid: Comunicación Social.
- LÓPEZ HIDALGO, A. (2009). *El Titular*. México: Alfaomega Grupo Editor.
- MACÍAS, V. (1999). *Estereotipos y deporte femenino. La influencia del estereotipo en la práctica deportiva de niñas y adolescentes*. [Tesis doctoral]. Universidad de Granada.
- MAÑAS, M. (2003). Mujer y sociedad en la Roma Imperial del siglo I. *Norba. Revista de Historia*, 16, 1, 191-207.
- MARÍN, J. M. (2000). La crónica deportiva: José A. Sánchez Araujo. *Ámbitos 5, Revista Andaluza de Comunicación*, 5, 2º semestre, 241-257. Sevilla: Universidad de Sevilla. Recurso en línea:
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16800513> [Consulta: 24 de septiembre de 2012].
- MARRONE, J.M. (2009). *La importancia de la portada en las ventas del diario Marca*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- MARTÍN, R. M. y AMURRIO, M (2007). Periodistas del medio audiovisual: formación y situación laboral. En C. PEÑAFIEL SAIZ, *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco (UPV-EHU).
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (1983) *Curso general de Redacción Periodística*. Barcelona: Mitre.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (1992). *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Madrid: Paraninfo.

- MATEOS DE CABO, R. (Coord.) (2007). *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española*. Madrid: Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid. Recurso en línea:
<http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=filename%3Dmujer+en+medios+digitales.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1158619524568&ssbinary=true> [Consulta: 28 de mayo de 2012].
- MATHYS, F.K. (1966). Historia breve de los juegos de pelota. *Citius Altius Fortius, VIII*, 413-446.
- MESSNER, M. (1988). Sports and male domination: the female athlete as contested ideological terrain. *Sociology of Sport Journal*, 5, Issue 3, September 1988, 197-211.
- MORAGAS, M. de (1992). *Los Juegos de la comunicación: las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos*. Madrid: Fundesco.
- MORAGAS, M. de (1994). Deporte y medios de comunicación: sinergias crecientes. *Telos*, 38, 58-62. Recurso en línea:
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_038/cuaderno_central7.html [Consulta: 28 de mayo de 2012].
- MORAGAS, M. de (2001). *Internet y el Movimiento Olímpico*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. Recurso en línea:
http://ceo.uab.cat/2010/docs/wp100_spa.pdf [Consulta: 28 de mayo de 2012].
- MUÑIZ, C. (1990). Retóricas en los titulares de prensa. Investigaciones semióticas. Vol. III, 2. Madrid: UNED.
- MUÑOZ, J. (1999). Prensa y franquismo. 'Nuevo Diario': un ejemplo de la escasa apertura de la Ley Fraga. *Revista Latina de Comunicación Social*, 20. Recurso en línea: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/56nd.htm> [Consulta: 28 de mayo de 2012].

- NEAL, R.M. (1933). *Newspaper Desk Work*. New York: D. Appleton- Century.
- NEVIL, A.M., LANE, A.M., KILGOUR, L.J., BOWES, N. y WHYTE, G.P. (2001). Stability of psychometric questionnaires. *Journal of Sports Science*, 19, 273-278
- OLIVERA, J. (2012). Juegos Olímpicos Londres 2012: la olimpiada de las mujeres. *Apunts: Educación Física y Deportes*, 109, 7-10
- OLIVERA, J. y SERRABONA, M. (1995). El Olimpismo en la obra y pensamiento de José María Cagigal (1957-1983). En *Actas del 2º Congreso del Deporte, la Educación Física y la Recreación*. Lleida: INEF.
- PALACIOS, A. (1999). Aspectos lingüísticos de la prensa deportiva: la crónica futbolística. En J. C. GARRIDO (Coord.) *La lengua y los medios de comunicación. Actas del Congreso Internacional celebrado en la Universidad Complutense de Madrid en 1996* (pp. 350-361). Madrid: Editorial Complutense.
- PANIAGUA, P. (2003). *Información deportiva: especialización, géneros y entorno digital*. Madrid: Fragua.
- PANIAGUA, P. (2009). *Cultura y guerra del fútbol. Análisis del mensaje informativo*. Barcelona: UOC.
- PASTOR I HOMES, M^a I. (1984). *La educación femenina en la postguerra (1939-1945), el caso de Mallorca*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- PAUSANIAS (1994). *Descripción de Grecia*. Tres tomos. Madrid: E. Biblioteca clásica Gredos.
- PEARSON, J.C., TURNER, L.H. y TODD-MANCILLAS, W. (1993). *Comunicación y género*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- PEDERSEN, P.M. (2002). Examining equity in newspaper photographs: A content analysis of the print media photographic coverage of interscholastic athletics. *International Review for the Sociology of Sport*, December 2002, 37(3-4), 303-318.
- PENFIELD, R.D. y GIACOBBI, P.R. (2004) Applying a score confidence interval to Aiken's item content-relevance index. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 8(4), 213-225.

- PÉREZ, C. (2009). *Técnicas de muestreo estadístico*. Madrid: Garceta.
- PLATÓN (1998). *Diálogos IV. La República*. (Introducción, traducción y notas por C. EGGERS LAN). Madrid: Editorial Gredos.
- PLUTARCO, J. (1985). *Vidas paralelas I*. Madrid: Editorial Gredos.
- POPLOW, U. (1959). Las épocas del deporte griego. *Citius, altius, fortius*. 1, 4, 376-430.
- PROPERCIO, S.A. (1989). *Elegías*. (Introducción, traducción y notas por A. RAMÍREZ de VERGER. Revisión por F. PEJENAUTE RUBIO). Madrid: Editorial Gredos.
- PUJADAS, X. y SANTACANA, C. (1999). De club esportiu a símbol de catalanisme. El Barça (1915-1925). *L'Avenç*, 238, 33-38.
- RAMAJO, N. y LALLANA, I. (2011). Olimpismo y los estudios de género. En E. FERNÁNDEZ, B. CEREZUELA, M. GÓMEZ., C. KENNETT y M. de MORAGAS (Ed.), *Mosaico Olímpico. Investigación multidisciplinar y difusión de los estudios olímpicos CEO-UAB, 20 años*, (pp.181-188). Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona y Centro de Estudios Olímpicos de la Universidad Autónoma de Barcelona. Recurso en línea:
http://ceo.uab.es/2010/docs/C40912_2.pdf [Consulta: 5 de noviembre de 2012].
- RAMAJO, N. y LUZÓN, V. (2009). La representación de la mujer deportista en la televisión generalista. Un caso práctico: la televisión pública catalana (TV3 y C33). *II Jornadas Mujer y Medios de Comunicación*, (pp.68-84). País Vasco: Universidad de País Vasco. Recurso en línea:
http://www.berdintasuna.ehu.es/p234-content/es/contenidos/informacion/igualdad_publicaciones/es_info/adjuntos/Jornadas_Mujer_Medios_Comunicacion_2ed.pdf [Consulta: 8 de abril de 2012].
- RIVERO, A. (2003). *Deporte y modernización. La actividad física como elemento de transformación*. Madrid: Comunidad de Madrid.

- ROBLES, J. A., ÁLVAREZ, E. y FERNÁNDEZ, B. (2005). *El Manual Das Landshuter Ringerbuch De Hans Wurm. La regulación de los combates en el s.XVI*. Recurso en línea: <http://cafyd.com/HistDeporte/htm/pdf/3-12.pdf>. [Consulta: 8 de abril de 2012].
- RODRÍGUEZ LÓPEZ, J. (2000). *Historia del deporte*. Barcelona: INDE Publicaciones.
- SÁINZ, D. y SEOANE, M.C. (1990). *Historia del periodismo en España*, Madrid. Alianza Universidad.
- SALVADOR, J.L. (2004). *El deporte en Occidente: historia, cultura y política*. Madrid: Cátedra.
- SALVADOR, J.L. (2006). *Política y deporte*. Málaga: INEF-Galicia. Universidad da Coruña.
- SÁNCHEZ RADA, J. (1996). *Prensa: del Movimiento al Socialismo. 60 años de dirigismo informativo*. Madrid: Editorial Fragua.
- SERRATE, F. (1999). *La Ilustración Gimnástica*. Madrid: Dirección General de Deportes de la Comunidad de Madrid.
- SIMÓN, J. A. (2012). Conquistando a las masas: el impacto del deporte en la prensa española, 1900-1936. *Revista de História do Esporte*,5 (1), junio de 2012, 1-40. Recurso en línea: http://www.sport.ifcs.ufrj.br/recordede/pdf/recordedeV5N1_2012_17.pdf [Consulta: 24 de septiembre de 2012].
- TAN, A. (1982). Television use and social stereotypes. *Journalism Quaterly*, 59, 119-122.
- TORO, C. (2008). *Historia de Marca. 70º aniversario*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- TUCHMAN, G. (1978a). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- TUCHMAN, G. (1978b). The newspaper as a social movement's resource. En G. TUCHMAN, A. K. DANIELS y J. BENT (Eds.). *Hearth and home: Images of women in the mass media*. New York: Oxford University Press, 186-215.

- TUCHMAN, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- URÍA, J. (2009). Los deportes de masas en los años veinte. Fútbol, élites simbólicas e imágenes de modernidad en España. En S. SALAÛN y F. ETIENVRE (Eds.), *La réception des cultures de masse et des cultures populaires en Espagne (XVIIIe-XXe siècle)*. París: Sorbonne Nouvelle. Recurso en línea: <http://crec.univ-paris3.fr/actes/08%20Uria.pdf> [Consulta: 8 de abril de 2012].
- VÁSQUEZ, A. (1989). Prensa y deporte. *Comunicación y Medios*, 7-8, 103-111. Recurso en línea: <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/14097/14401> [Consulta: 24 de septiembre de 2012].
- VÁZQUEZ, B. (1987). *Educación física para la mujer. Mitos, tradiciones y doctrina actual*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- VÁZQUEZ, B. (1996). *La representación de la mujer deportista en varios diarios españoles*. Seminario Mujer y Deporte: INEF (No publicado).
- VÁZQUEZ, B. (2002). La Mujer en ámbitos competitivos: el ámbito deportivo. *FAISCA: revista de altas capacidades*, 9, 56-69. Recurso en línea: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2476360.pdf> [Consulta: 8 de abril de 2012].
- VV.AA. (1995). *IV Conferencia de la Mujer. Declaración de Beijing. Plataforma de Acción*. México: Conmujer/UNICEF/Milenio.
- WACC (2000). *Global Media Monitoring Project: Women's Participation in the News*. Toronto: Media Watch Canada.
- WACC (2005). *Promoting Gender Equality in News Media: GMMP 2005*. Toronto: Media Watch Canada.
- WACC (2010). *¿Quién figura en las noticias? Proyecto de Monitoreo Global de Medios*. Toronto: Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC). Recurso en línea: http://whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_es.pdf [Consulta: 5 de noviembre de 2012].

- WIERSMA, L.D. (2001). Conceptualization and development of the sources of enjoyment in youth sport questionnaire. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 5 (3), 153-177.
- WILLIAMSON, J. (1978). *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Boyars.
- YANES, R. (2004). *Géneros periodísticos y géneros anexos: una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid: Fragua
- ZABALETA, I., XAMARDO, N., GUTIÉRREZ, A., URRUTIA, S. y FERNÁNDEZ, I. (2008). El espacio audiovisual europeo en lenguas minoritarias. Análisis de la situación de la radio y televisión en diez comunidades lingüísticas. En *Actas y memoria final: Congreso Internacional Fundacional AE-IC, Santiago de Compostela, 30, 31 de enero y 1 de febrero de 2008*. Santiago de Compostela: Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- ZALBIDEA, B. (1996). *La prensa del movimiento en España: 1936--1983*. País Vasco: Servicio Editorial, Universidad del País Vasco.
- ZEMACH, T. y COHEN, A. (1986). Perception of gender and quality. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 30, 427-444.

PERIÓDICOS CONSULTADOS

AS. Desde 1967 - 2012

DEPOR SPORT. Desde 2005 - 2012

DXT, DEPORTE CAMPEÓN. Desde 1995- 2012

EL 9 ESPORTIU. Desde 2002 - 2012

ESTADIO DEPORTIVO. Desde 1995 - 2012

MARCA. Desde 1938 - 2012

MUNDO DEPORTIVO. Desde 1906 -2012

SPORT. Desde 1979 - 2012

SPORT (2004). *Sport* 25 Años. Edición especial XXV aniversario. Barcelona: Grupo Zeta.

SUPER DEPORTE. Desde 1993 - 2012

REVISTA STADIUM. Desde 1911 – 1930.

LA JORNADA DEPORTIVA. 1921.

LA VANGUARDIA ESPAÑOLA. 1941.

EL PAÍS. 2012

URL CONSULTADAS

ALEXA. *The Web Information Company* [en línea]. Servicio de estadísticas online Alexa. <http://www.alexa.com/> [consulta: 5 de noviembre de 2012].

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN [en línea]. *Estudio General de Medios (EGM)*. <http://www.aimc.es/> [consulta: 5 de noviembre de 2012].

CASA DEL LIBRO [en línea]. <http://www.casadellibro.com.> [consulta: 5 de febrero de 2012].

COMITÉ OLÍMPICO ESPAÑOL (Web oficial del Comité Olímpico Español) [en línea]. <http://www.coe.es/> [consulta: 1 de noviembre de 2012].

COMPETE (Kantar Media Compete) [en línea]. <http://compete.com/us/> [consulta: 1 de noviembre de 2012].

DIVISIÓN PARA EL ADELANTO DE LA MUJER (DAW) de las Naciones Unidas (ONU) [en línea]. <http://www.unwomen.org/es/> [consulta: 5 de noviembre de 2012].

EUROPA (Web oficial de la Unión Europea) [en línea]. *Resolución del Consejo y de los Representantes de los Gobiernos de los Estados miembros, reunidos en el seno del Consejo, de 5 de octubre de 1995, sobre el tratamiento de la imagen de las mujeres y de los hombres en la publicidad y los medios de comunicación*. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:1995:296:0015:0016:ES:PDF> [consulta: 5 de noviembre de 2012].

IAAF Athletics (Web oficial de Federación Internacional de Atletismo) [en línea]. <http://www.iaaf.org/>. [consulta: 5 de noviembre de 2012].

NACIONES UNIDAS (Web oficial de la ONU) [en línea]. Las cuatro conferencias mundiales sobre la mujer, 1975 A 1995: una perspectiva histórica. <http://www.un.org/spanish/conferences/Beijing/Mujer2011.htm> [consulta: 5 de noviembre de 2012].

OFICINA DE JUSTIFICACIÓN DE LA DIFUSIÓN (OJD) [en línea].
<http://www.introl.es/> [consulta: 5 de noviembre de 2012].

OLYMPIC (Web oficial del Comité Olímpico Internacional) [en línea].
<http://www.olympic.org>. [consulta: 1 de noviembre de 2012].

REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL (Web oficial de la Real Federación Española de Fútbol) [en línea]. <http://www.rfef.es/> [consulta: 1 de noviembre de 2012].

REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE NATACIÓN (Web oficial de la Real Federación Española de Natación) [en línea].
<http://www.rfen.es/publicacion/principal.asp> [consulta: 1 de noviembre de 2012].

REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE PATINAJE (Web oficial de la Real Federación Española de Patinaje) [en línea]. <http://www.fep.es/website/index.asp> [consulta: 1 de noviembre de 2012].

RFET (Web oficial de la Real Federación Española de Tenis) [en línea].
<http://www.rfet.es/>. [consulta: 1 de noviembre de 2012].

WORLD ASSOCIATION FOR CHRISTIAN COMMUNICATION (WACC) [en línea].
<http://www.waccglobal.org/> [consulta: 5 de noviembre de 2012].

VII.

ANEXOS

ANEXO 1: GUÍA DEFINITIVA DE ANÁLISIS DE PERIÓDICOS

INTRODUCCIÓN

El análisis de las informaciones, la evaluación de los textos, su clasificación y codificación se lleva a cabo a través de la ficha técnica pensada y confeccionada a tal efecto. Las casillas de los formularios deberán recoger las citas y anotaciones requeridas o, en su caso, con los números asignados en las listas de referencias, siguiendo las pautas y criterios del sistema de codificación de periódicos.

SISTEMA DE CODIFICACIÓN DE PERIÓDICOS

A) ANÁLISIS DE TODAS LA INFORMACIONES

1. NÚMERO DE NOTICIA

Cada noticia cuenta con un número para su identificación constante que consta de ocho dígitos. Se analiza como unidad el texto independiente con sentido en sí mismo. No se analizan las páginas dedicadas a la programación televisiva, cine y espectáculos, el tiempo u horóscopo, tampoco la publicidad.

2. MEDIO

Se indica el periódico del que se haya recabado la información para su posterior análisis. Los criterios son los siguientes:

0.- *Marca*

1.- *As*

2.- *Sport*

3.- *Mundo Deportivo*

3. FECHA DE PUBLICACIÓN

Se codifica la fecha de publicación completa siguiendo los siguientes criterios: días (2 dígitos), mes (2 dígitos) y año (4 dígitos). __/__/____¹²⁷

4. TITULAR

4.1. Título

Se trata de reproducir literalmente el titular de la información que se va a analizar.

4.2. Análisis del título

4.2.1. Clasificación de títulos periodísticos según el acto de habla:

- 0.- No incluye cita
- 1.- En forma de cita textual
- 2.- En forma de cita indirecta
- 3.- Mixtos de cita directa e indirecta

4.2.2. Inclusión de un nombre propio en el título:

- 0.- No hay nombre propio
- 1.- Nombre propio femenino
- 2.- Nombre propio masculino
- 3.- Nombre propio de equipo femenino
- 4.- Nombre propio de equipo masculino
- 5.- Nombre propio femenino y masculino
- 6.- Nombre propio de equipo femenino y de equipo masculino

5. TEMAS

La clasificación de los temas puede ser diferente según el enfoque que queramos darle al estudio. En este estudio se analizará en base a dos criterios diferentes que a continuación se especifican.

¹²⁷ Posteriormente la variable fecha de publicación se recodifica en: año y día de la semana

5.1. Tema General

Se ha desarrollado una lista con 20 temas posibles, agrupados en categorías amplias, y una variable con el término otros (20), si se elige se debe especificar el tema que sugiere para su posterior codificación.

El criterio básico para la elección de un tema debe ser el que mejor describa cómo la noticia fue cubierta y contada. Se tiene que tener en cuenta que un mismo evento puede ser cubierto y contado en diferentes maneras. Se elige al que le han dado más relevancia, por ejemplo, en términos de la cantidad de tiempo o comentario que se le ha dedicado.

- | | |
|--|--|
| 0.- Actos relacionados con la competición (inauguración, clausura, entrega de premios, etc.) | 10.- Política, legislación, justicia |
| 1.- Competición | 11.- Normativa propia, sanciones |
| 2.- Entrenamiento | 12.- Financiación |
| 3.- Deportistas | 13.- Patrocinio |
| 4.- Equipo técnico | 14.- Salud, deportistas lesionados |
| 5.- Equipo directivo | 15.- Tecnología / Investigación |
| 6.- Deportistas jubilados / celebridad deportiva | 16.- Eventos no deportivos |
| 7.- Aficionados, peñas deportivas | 17.- Medios de comunicación |
| 8.- Árbitros, jueces | 18.- Celebridades / famosos |
| 9.- Instalaciones, material deportivo | 19.- Federaciones, Instituciones deportivas, Comités organizadores, Asociaciones deportivas. |
| | 20.- Otros _____ (especificar) |

5.2. Tema Deporte

Se ha desarrollado una lista con 67 deportes posibles¹²⁸, los cuales están agrupados en categorías por deportes y una variable con el término “otros” (69), si es la elegida deberás especificar el deporte al que se refiere la información. También añadimos una variable con el término “varios” (0), donde se especificara, si es el caso los deportes de los que se habla. La categoría ninguno (68) será la elegida si la información no tiene nada que ver con el deporte.

- 0.- Varios _____ (especificar)

¹²⁸ Clasificación del Comité Olímpico Español – COE (03-01-2011)

Olímpicos de verano

- | | |
|-------------------|------------------------|
| 1.- Atletismo | 15.- Lucha |
| 2.- Bádminton | 16.- Natación |
| 3.- Baloncesto | 17.- Pentatlón Moderno |
| 4.- Balonmano | 18.- Piragüismo |
| 5.- Béisbol | 19.- Remo |
| 6.- Boxeo | 20.- Softbol |
| 7.- Ciclismo | 21.- Taekwondo |
| 8.- Esgrima | 22.- Tenis |
| 9.- Fútbol | 23.- Tenis de Mesa |
| 10.- Gimnasia | 24.- Tiro con Arco |
| 11.- Halterofilia | 25.- Tiro Olímpico |
| 12.- Hípica | 26.- Triatlón |
| 13.- Hockey | 27.- Vela |
| 14.- Judo | 28.- Voleibol |

Olímpicos de invierno

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| 29.- Biathlon | 33.- Esquí |
| 30.- Bobsleigh | 34.- Jockey Hielo |
| 31.- Bobsleigh y Tobogganing | 35.- Luge |
| 32.- Curling | 36.- Patinaje sobre Hielo |

No olímpicos

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 37.- Actividades Subacuáticas | 53.- Montaña y Escalada |
| 38.- Aeronáutica | 54.- Motociclismo |
| 39.- Ajedrez | 55.- Motonáutica |
| 40.- Automovilismo | 56.- Orientación |
| 41.- Billar | 57.- Pádel |
| 42.- Bolos | 58.- Patinaje |
| 43.- Caza | 59.- Pelota |
| 44.- Colombofilia | 60.- Pesca |
| 45.- Colombicultura | 61.- Petanca |
| 46.- Cricket | 62.- Polo |
| 47.- Espeleología | 63.- Rugby |
| 48.- Esquí Náutico | 64.- Salvamento y Socorrismo |
| 49.- Galgos | 65.- Squash |
| 50.- Golf | 66.- Surf |
| 51.- Karate | 67.- Tiro a Vuelo |
| 52.- Kickboxing | |

68.- Ninguno; Otros (69.- Olimpismo; 70.- Toros; 71.- Decatlón; 72.- Bañeras a Motor; 73.- Paracaidismo; 74.- Mus; 75.- Fútbol Americano; 76.- Jiu-Jitsu; 77.- Deporte Rural, 78.- Boccia; 79.- Parapente; 80.- Aerobic; 81.- Póker)

6. GÉNERO DE LAS PERSONAS QUE APARECEN EN LA INFORMACIÓN

Por cada noticia deberías codificar el género de las personas que aparecen en la información, sea cual sea su papel: protagonista principal o secundario de la información, fuente o protagonista de la fotografía si la hubiera.

1.- Mujer 2.- Hombre 3.- Neutro / Institución 4.- Mixto

B) ANÁLISIS DE LAS INFORMACIONES DONDE APARECEN MUJERES

En el caso de que uno de las personas o varias que aparecen en la información sea mujer, sea cual sea su papel -protagonista principal o secundario de la información, fuente o protagonista de la fotografía si la hubiera-, se analizarán las siguientes variables.

7. GÉNERO PERIODÍSTICO

Ya es sabido que el lector no es igualmente permeable a unos u otros géneros o estilos informativos, así se codificarán de acuerdo a las siguientes variables:

0.- Otros	7.- Géneros de opinión (que no sea el editorial)
1.- Información extensa	8.- Tira cómica
2.- Reportaje	9.- Fotonoticia
3.- Crónica	10.- Breves: Información breve
4.- Entrevista	11.- Tablas de resultados
5.- Perfil	12.- Foto-reportaje
6.- Editorial	

8. PROCEDENCIA DE LA INFORMACIÓN

Se refiere a quién marca la agenda del medio, de quién es la iniciativa de la cobertura.

- 0.- No se indica
- 1.- Agencias
- 2.- Con firma: firmada por uno o más miembros de la redacción
- 3.- Informes, estudios sociológicos

En el caso de que la información provenga de agencia, no se analizarán las fuentes al ser éstas de la agencia y no del medio. Lo mismo ocurrirá cuando figura Agencia/Medio. Porque en este caso se considera que el medio reelabora el texto sobre lo que ha enviado la agencia.

9. RELEVANCIA

La relevancia se analizará según diferentes criterios que a continuación se explican.

9.1. Jerarquización: según su ubicación en las páginas

Según su orden de aparición en las páginas de los periódicos.

0.- Noticia de portada: Consideraremos noticia de portada a la información principal de la primera página. En definitiva, será la de mayor peso y relevancia gracias a su ubicación, su extensión, el tamaño de su titular,...

1.- En portada: El resto de informaciones a las que se haga referencia en primera página, aunque aparezcan en sumario, serán entendidas como noticias en portada.

2.- En contraportada: Como su propio nombre indica, son aquellas que van en la última página del periódico.

3.- Páginas interiores: Todas aquellas informaciones a las que no se haga referencia en portada ni aparezcan en la contraportada se agruparán bajo el epígrafe “en páginas interiores”.

4.- En sumario: Todas aquellas informaciones a las que no se haga referencia en portada pero aparecen en un sumario interior.

9.2. Sección

Se trata de indicar, mediante el número que corresponda, dónde ubica el medio la información, pues el enfoque variará de una sección a otra. La prensa deportiva en general no tiene unas secciones claras y constantes en el tiempo, varían según los acontecimientos, de ahí que se ha codificado con posterioridad. Escribir y luego codificar.

9.3. Ubicación de la información en la página

Otro dato a tener en cuenta es en qué lugar de la página está situada la información.

0.- Noticia de cabecera: Consideraremos noticia de cabecera a la información de apertura o cuyo titular parta de la mitad superior de la página.

1.- Noticia secundaria: Consideraremos noticia secundaria, si por el contrario, el titular se sitúa en la mitad inferior de la página.

9.4. Espacio de la información

Extensión asignada a cada información en el espacio de las páginas de prensa. Se tendrán en cuenta los siguientes criterios.

9.4.1. Número de la página: Número de la página donde cada noticia comienza

9.4.2. Extensión en páginas: Número de páginas que ocupa la información.

9.4.3. Extensión por número de columnas: Número de columnas que ocupa el titular de la información.

Este criterio se establece por el número de columnas de su titular. Sólo en el caso de titulares engatillados se considerará la extensión del texto de desarrollo. Nunca si se trata de fotos u otros elementos de apoyo.

9.5. Apoyos

Existen noticias, reportajes, etc., en cuyo espacio se insertan informaciones que complementan a la principal. En estos casos se analizarán de manera conjunta pero se indicará de qué tipo de complemento se trata: 'despieces', 'sumarios', 'informaciones de apoyo', etc. Se codificarán como variables independientes. En el caso de las fotografías no se tendrán en cuenta cuando representen al periodista, puesto que se codificará junto con los datos de los periodistas e informadores.

9.5.1. Nº de Tablas: Escribir

9.5.2. Nº de Infografía y gráficos: Escribir

9.5.3. Nº de Sumarios: Escribir

9.5.4. Nº de Despieces: Escribir

9.5.5. Nº de Otros: Escribir

9.5.6. Nº de fotografías: Escribir

10. ÁMBITO GEOGRÁFICO / PROPÓSITO DE LA NOTICIA

Codifica el objetivo geográfico más amplio que se deba aplicar: si el evento tiene importancia local y nacional, codifique como nacional. Codifica siempre desde la perspectiva de España.

0.- No sabe

1.- Local / Regional: Tiene importancia dentro de un pueblo, una ciudad o comunidad autónoma.

2.- Nacional: Tiene importancia dentro de España.

3.- Nacional y otro: Tiene importancia dentro de España y en otros países. Si un deportista extranjero compite en una competición en España y en un equipo español será codificada como Nacional. Ejemplos de “Nacional y otro”:

- Puede darse el caso de que un deportista español o un equipo compita en el extranjero.
- Puede darse el caso que en una competición celebrada en España compita un equipo o deportista extranjero.

4.- Exterior, internacional: Involucra otros países o el mundo en general (por ejemplo, olimpiadas). Pero si en este tipo de competiciones extranjeras la información habla de un deportista o equipo español se codificada como Nacional y otro.

11. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

¿Cuándo y cómo las mujeres se vuelven noticia? ¿Hasta qué punto las noticias fomentan las desigualdades entre mujeres y hombres? ¿Los estereotipos femeninos y masculinos se ven reforzados o desafiados en las noticias? Estas son las cuestiones que se plantean en esta parte del análisis.

11.1. Referencia a equidad de género / legislación sobre derechos humanos/políticas

Existen varios instrumentos internacionales, regionales y nacionales que promueven la equidad de género y los derechos humanos. Estos pueden ser legislación o política internacional, entre los cuales se encuentra el CEDAM (Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres), los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), la Plataforma de Acción de Beijing, resoluciones del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, etc.

Se debe revisar toda la información y codificar con “1” cuando cite o haga referencia a cualquier legislación o política que promueva la equidad de género o los derechos humanos.

0.- No se sabe

1.- Sí: La nota menciona, cita o hace referencia a una legislación / política / ley / regulación / directriz específica sobre equidad de género o derechos humanos.

2.- No: No menciona ni hace referencia a una legislación / política / ley / regulación / directriz específica sobre equidad de género o derechos humanos.

11.2. ¿Las mujeres son centrales en la noticia que se relata?

0.- No se sabe

1.- Sí

2.- No, es el hombre

3.- No, es una institución, un acto, etc.

11.3. ¿El artículo enfatiza claramente los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres?

0.- No se sabe, no se puede decidir

1.- Sí. De acuerdo.

2.- No. En desacuerdo

11.4. La historia desafía o refuerza claramente los estereotipos sobre la mujer/el hombre.

0.- No se sabe, no se puede decidir

1.- Sí, los refuerza

2.- No

3. Los desafía

11.5. Deportistas VS no deportistas: las mujeres pertenecen al ámbito deportivo

0. No

1. Sí

C) ANÁLISIS DE LOS PROTAGONISTAS EN LAS NOTICIAS DONDE APARECEN MUJERES

Por cada noticia se codifican hasta 8 protagonistas:

12. PROTAGONISTAS

12.1. Principal o secundario

- 0.- Protagonista secundario: Aparece a lo largo de la información
- 1.- Protagonista principal: Aparece como tema central
- 2.- Neutro

12.2. Género del protagonista

- 0.- No se sabe
- 1.- Femenino
- 2.- Masculino
- 3.- Neutro

12.3. Edad del protagonista

Sólo se codifica si el protagonista es una persona. Cada persona a la que se refiere la nota, aun cuando no la hayan entrevistado ni la citen y su profesión.

Especifica la edad __ __; 200.- No se sabe; 201.- Neutro

12.4. Ocupación o cargo de los protagonistas

Sólo se codifica una ocupación o cargo por cada persona en la noticia. Si la persona está descrita con dos ocupaciones, se elige una. Por ejemplo, la ocupación que parece más relevante en el contexto de la noticia. En el caso de personas que son muy conocidas para el público en general codifica la ocupación aún si no se evidencia del contexto de la noticia. En el caso de personas que no son conocidas para el público en general, pero que te son conocidas a ti personalmente, codifica 0 si la ocupación no es evidente del contexto de la noticia.

- | | |
|--|--|
| 0.- No mencionado | 9.- Profesionales de las ciencias de la salud:
médico, fisioterapia |
| 1.- Deportista | 10.- Funcionarios del gobierno, políticos,
presidente... |
| 2.- Equipo técnico: Entrenador,
preparador físico | 11.- Policía, militares, seguridad... |
| 3.- Árbitro | |

- | | |
|---|---|
| 4.- Miembros de comités, federaciones | 12.- Académicos, profesionales de la educación |
| 5.- Celebrities / deportistas jubilados | 13.- Profesionales de las ciencias o tecnología |
| 6.- Directivos de clubes | 14.- Otros _____ |
| 7.- Realeza, monarcas en el poder o depuestos, etc. | 15.- Neutro (Protagonista que no es persona) |
| 8.- Profesionales de los medios, periodistas | |

12.5. Función en la noticia de los protagonistas

¿En qué función o con qué habilidad o capacidad ha sido esta persona incluida en la noticia? Elige un código sólo para cada persona que aparece en el artículo.

Si hay muchas personas en la noticia, algunas de ellas pueden tener la misma función. Por ejemplo, la noticia puede ser sobre dos personas, y en este caso a las dos personas se les dará código 1; la noticia puede incluir tres testigos, y en este caso a las tres se les daría código 5.

El código 1 tiene precedencia sobre los otros códigos. Por ejemplo, si la persona es el tema del artículo y al mismo tiempo la fuente, elige código 1= Tema.

0.- No sabe. La función de la persona no está clara.

1.- Tema: La historia es sobre esa persona o sobre algo que esa persona ha hecho, dicho...

2. Portavoz: La persona representa o habla en nombre de otra persona, grupo u organización

3.- Experto o comentarista: La persona provee información adicional, opiniones o comentarios, basados en su conocimiento como especialista o experto.

4.- Experiencia personal: La persona provee una opinión o comentario, basado en su experiencia personal o individual; la opinión no necesariamente tiene la intención de reflejar el punto de vista de un grupo más amplio.

5.- Testigo: La persona da testimonio o comenta algo, basado en la observación directa (por ejemplo por que ha estado presente en un evento).

6.- Opinión popular: La opinión de la persona es tomada para reflejar la del "ciudadano común" (por ej. en una entrevista en la calle, vox populi, etc.); está implícito que el punto de vista de la persona es compartido por un grupo más amplio de personas.

7.- Otros: se usa sólo como último recurso

8.- Neutro

12.6. Relaciones Familiares mencionados

Esta persona, está descrita en algún sitio del artículo, en términos de una relación familiar (por ej. esposa, marido, hija, hijo, tía, tío, abuela, abuelo, etc.). Codifique "sí" sólo si la palabra "esposa", "marido", etc., está usada para describir a la persona.

0.- No

1.- Sí

3.- Neutro

12.7. ¿Cómo presenta la noticia a esta persona o a la acción de esta persona en la historia?

0.- Ninguna de las demás

1.- Héroe

2.- Éxito

3.- Fracaso

4.- Decepción (Anti-héroe / Ángel caído)

5.- Víctima

6.- Superviviente

7.- Neutro

8.- Otra _____ (indicar)

12.8. Esta persona está directamente citada en el artículo

0.- No: Si la historia parafrasea aquello que la persona dijo, esto no es una cita directa.

1.- Sí: Una persona está directamente citada si sus propias palabras están impresas.

2.- Neutro

D) ANÁLISIS DE LAS FOTOGRAFÍAS EN LAS NOTICIAS DONDE APARECEN MUJERES

13. FOTOGRAFÍAS

13.1. Si una fotografía acompaña la nota, ¿aparece el protagonista?

0.- No 1.- Sí 2.- No se sabe 3.- Neutro (Protagonista que no es persona)

13.2. Si una fotografía acompaña la nota, ¿puedes definir el género del protagonista de la imagen?

0.- No se sabe 1.- Femenino 2.- Masculino 3.- Mixto 4.- Neutro

13.3. La fotografía desafía o refuerza claramente los estereotipos sobre la mujer / el hombre

0.- No se sabe, no se puede decidir 1.- Sí 2.- No

E) ANÁLISIS DE LAS FUENTES EN LAS NOTICIAS DONDE APARECEN MUJERES

14. FUENTES

Medios a los que se ha recurrido el periodista para obtener los datos de la información. Se considerarán como fuentes sólo aquellas que sean mencionadas de forma expresa.

14.1. Nº de fuentes: Escribir

14.2. Clasificación de las fuentes:

0.- No hay fuentes

Institucionales (todo organismo que se expresa a través de un portavoz):

Instituciones políticas:

1.- Gobiernos (Gobiernos central y autonómicos y ayuntamientos)

2.- Partidos políticos

(Si un político habla como tal, es fuente institucional. Si habla como ajeno al cargo, es fuente directa)

3.- Sindicatos

Otras instituciones no políticas:

No institucionales:

8.- Fuentes directas (personas que hablan en nombre propio con el periodista)

9.- Agencias de noticias

10.- Ruedas de prensa

11.- Comunicados

12.- Otros medios de comunicación

13.- Blogs

14.- Ciudadanos anónimos

15.- Deportistas en general

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 4.- Comités deportivos | (Siempre que no representen a un club o |
| 5.- Federaciones deportivas | una federación, etc., y que no hablen |
| 6.- Clubes deportivos | directamente con el periodista) |
| 7.- Fuerzas de seguridad del Estado | 16.- El periodista |
| | 17.- Otros |

Se recoge la posibilidad de que el propio periodista pueda ser considerado como una fuente, cuando sea el único capaz de dar testimonio de dicha noticia. Sin embargo, esto no será habitual.

14.3. Fuentes directas

Sólo codificar si son fuentes directas: personas que hablan en nombre propio con el periodista

- | | |
|--|--|
| 0.- No es fuente directa | 6.- Miembro de las fuerzas de seguridad del |
| 1.- Políticos | Estado |
| 2.- Miembro de comité deportivo | 7.- Deportista |
| 3.- Miembro de federación deportiva | 8.- Árbitro |
| 4.- Miembros de la directiva de un Club deportivo | 9.- Aficionados |
| 5.- Equipo técnico (entrenador, preparador físico, etc.) | 10.- Experto: ciencias de la salud, educación, ciencias o tecnología |
| | 11.- Profesionales de los medios, periodistas |
| | 12.- Otros _____ |

14.4. Atribución

Es preciso apuntar la existencia -o ausencia- de atribuciones pues no es lo mismo que los comentarios provengan del propio periódico a que sean externos.

0.- No: Atribución reservada. Ya sea porque la fuente prefiere que no se identifique nominalmente (cuando se utilizan expresiones como “fuentes policiales, fuentes judiciales, fuentes cercanas a...”.) o ya sea porque la fuente facilita una información al periodista que no quiere que sea publicada, el famoso off de record (Fernández del Moral, 2004: 107).

1.- Sí: Con atribución directa. Identificada nominalmente.

14.5. Género de la Fuente

- | | | | |
|----------------|--------------|---------------|--------------------------|
| 0.- No se sabe | 1.- Femenino | 2.- Masculino | 3.- Neutro / Institución |
|----------------|--------------|---------------|--------------------------|

D) ANÁLISIS DE LOS PERIODISTAS E INFORMADORES EN LAS NOTICIAS DONDE APARECEN MUJERES

PERIODISTAS E INFORMADORES

15.1. Género del periodista

0.- No se sabe

2.- Femenino

2.- Masculino

15.2. Rol

0.- No se sabe

4.- Columnista

1.- Redactor/a

5.- Director/a del periódico

2.- Fotógrafo/a

6.- Infógrafo/a, dibujante, grafismo

3.- Colaborador/a

7.- Otro

15.3. Nombre: Escribir

15.4. Aparece su fotografía:

1.- Sí

2.- No

ANEXO 2: ELABORACIÓN PROVISIONAL DE LA GUÍA DE ANÁLISIS DE PERIÓDICOS

Introducción

Los diferentes apartados de los que consta el formulario tratan de ofrecer datos acerca de la elaboración y la presentación de la noticia, así como del tratamiento y el contenido de la misma.

El análisis de las informaciones, la evaluación de los textos, su clasificación y codificación se llevará a cabo a través de la ficha técnica pensada y confeccionada a tal efecto. Las casillas de los formularios deberán recoger las citas y anotaciones requeridas o, en su caso, con los números asignados en las listas de referencias, siguiendo las pautas y criterios del sistema de codificación de periódicos.

Sistema de Codificación de Periódicos

A. Número de noticia

Cada noticia cuenta con un número para su identificación constante que consta de ocho dígitos. Se analiza como unidad el texto independiente con sentido en sí mismo.

B. Periódico

Se indica el periódico del que se haya recabado la información para su posterior análisis. Los criterios son los siguientes:

- 0.- *Marca*
- 1.- *As*
- 2.- *Sport*
- 3.- *Mundo Deportivo*

C. Fecha de publicación

Se codifica la fecha de publicación completa siguiendo los siguientes criterios: días (2 dígitos), mes (2 dígitos) y año (4 dígitos). __ / __ / ____

D. Titular

Se trata de reproducir literalmente los titulares de prensa.

E. Relevancia

La relevancia se analizará en base a diferentes criterios que a continuación se explican.

E.1. Jerarquización de la información

En base a su orden de aparición en las páginas de los periódicos.

0.- Noticia de portada

Consideraremos noticia de portada a la información principal de la primera página. En definitiva, será la de mayor peso y relevancia gracias a su ubicación, su extensión, el tamaño de su titular,...

1.- En portada

El resto de informaciones a las que se haga referencia en primera página, aunque aparezcan en sumario, serán entendidas como noticias en portada.

2.- En contraportada

Como su propio nombre indica, son aquellas que van en la última página del periódico.

3.- Páginas interiores

Todas aquellas informaciones a las que no se haga referencia en portada ni aparezcan en la contraportada se agruparán bajo el epígrafe "en páginas interiores".

E.2. Espacio de la información:

Extensión asignada a cada información en el espacio de las páginas de prensa. Se tendrán en cuenta los siguientes criterios

E.2.1. Número de la página

Escribe el número de la página donde cada noticia comienza.

E.2.2. Extensión en páginas:

Escribe el número de páginas que ocupa la información.

E.2.3. Extensión por número de columnas:

Escribe el número de columnas que ocupa el titular de la información.

Este criterio se establece por el número de columnas de su titular.

Sólo en el caso de titulares engatillados se considerará la extensión del texto de desarrollo. Nunca si se trata de fotos u otros elementos de apoyo.

E.2.4. Ubicación:

Otro dato a tener en cuenta es en qué lugar de la página está situada la información.

0.- Noticia de cabecera

Consideraremos noticia de cabecera a la información de apertura o cuyo titular parta de la mitad superior de la página.

1.- Noticia secundaria

Consideraremos noticia secundaria, si por el contrario, el titular se sitúa en la mitad inferior de la página.

E.2.4. Apoyos:

Existen noticias, reportajes, etc., en cuyo espacio se insertan informaciones que complementan a la principal. En estos casos se analizarán de manera conjunta pero se indicará de qué tipo de complemento se trata: 'despieces', 'sumarios', 'informaciones de apoyo' o 'fotonoticias'.

- 0.- No tiene
- 1.- Despieces
- 2.- Informaciones de apoyo
- 3.- Sumarios
- 4.- Fotonoticias

F. Género periodístico

Ya es sabido que el lector no es igualmente permeable a unos u otros géneros o estilos informativos, así se codificarán de acuerdo a las siguientes variables:

- | | |
|-----------------|--|
| 0.- Otros | 6.- Editorial |
| 1.- Información | 7.- Géneros de opinión (que no sea el editorial) |
| 2.- Reportaje | 8.- Tira cómica |
| 3.- Crónica | 9.- Fotonoticia |
| 4.- Entrevista | |
| 5.- Perfil | |

G. Temas

La clasificación de los temas puede ser diferente según el enfoque que queramos darle al estudio. En este estudio se analizará en base a dos criterios diferentes que a continuación se especifican.

G.1. Tema I: General

Se ha desarrollado una lista con 15 temas posibles, los cuales están agrupados en categorías amplias y una variable con el término otros (16), si se elige se debe especificar el tema que sugiere.

El criterio básico para la elección de un tema debe ser el que mejor describa cómo la noticia fue cubierta y contada. Se tiene que tener en cuenta que un mismo evento puede ser cubierto y contado en diferentes maneras. Se elige al que le han dado más relevancia, por ejemplo, en términos de la cantidad de tiempo o comentario que se le ha dedicado.

- | | |
|--|---------------------------------|
| 0.- Competición | 9.- Política, legislación |
| 1.- Entrenamiento | 10.- Normativa propia |
| 2.- Deportistas | 11.- Financiación |
| 3.- Equipo técnico | 12.- Patrocinio |
| 4.- Equipo directivo | 13.- Salud |
| 5.- Celebridades / deportistas jubilados | 14.- Tecnología / Investigación |
| 6.- Aficionados | 15.- Eventos no deportivos |
| 7.- Árbitros | 16.- Otros _____ (especificar) |
| 8.- Instalaciones | |

G.2. Tema II: Deporte

Se ha desarrollado una lista con 67 deportes posibles¹²⁹, los cuales están agrupados en categorías por deportes y una variable con el término “otros”, si es la elegida deberás especificar el deporte al que se refiere la información. También añadimos una variable con el término “varios”, donde se especificara, si es el caso los deportes de los que se habla.

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------|
| 0.- Varios _____ (especificar) | |
| Olímpicos de verano | |
| 1.- Atletismo | 35.- Luge |
| 2.- Bádminton | 36.- Patinaje sobre Hielo |
| 3.- Baloncesto | No olímpicos |
| 4.- Balonmano | 37.- Actividades Subacuáticas |
| 5.- Béisbol | 38.- Aeronáutica |
| 6.- Boxeo | 39.- Ajedrez |
| 7.- Ciclismo | 40.- Automovilismo |
| 8.- Esgrima | 41.- Billar |
| 9.- Fútbol | 42.- Bolos |
| 10.- Gimnasia | 43.- Caza |
| 11.- Halterofilia | 44.- Colombofilia |
| 12.- Hípica | 45.- Columbicultura |
| 13.- Jockey | 46.- Cricket |
| 14.- Judo | 47.- Espeleología |
| 15.- Lucha | 48.- Esquí Náutico |
| 16.- Natación | 49.- Galgos |
| 17.- Pentatlón Moderno | 50.- Golf |
| 18.- Piragüismo | 51.- Karate |
| 19.- Remo | 52.- Kickboxing |
| 20.- Sófbol | 53.- Montaña y Escalada |
| 21.- Taekwondo | 54.- Motociclismo |
| 22.- Tenis | 55.- Motonáutica |

¹²⁹ Clasificación del Comité Olímpico Español - COE

23.- Tenis de Mesa	56.- Orientación
24.- Tiro con Arco	57.- Padel
25.- Tiro Olímpico	58.- Patinaje
26.- Triatlón	59.- Pelota
27.- Vela	60.- Pesca
28.- Voleibol	61.- Petanca
Olímpicos de invierno	62.- Polo
29.- Biatlón	63.- Rugby
30.- Bobsleigh	64.- Salvamento y Socorrismo
31.- Bobsleigh y Tobogganing	65.- Squash
32.- Curling	66.- Surf
33.- Esquí	67.- Tiro a Vuelo
34.- Hockey Hielo	68.- Otro _____

B.8. Ámbito / Propósito de la noticia

Codifica el objetivo geográfico más amplio que se deba aplicar: si el evento tiene importancia local y nacional, codifique como nacional. Codifica siempre desde la propia perspectiva de España.

0. No sabe

1. Local / Regional

Tiene importancia dentro de un pueblo, una ciudad o comunidad autónoma.

2. Nacional

Tiene importancia dentro de España.

3. Nacional y otro

Tiene importancia dentro de España y en otros países. Si un deportista extranjero compite en una competición en España y en un equipo español será codificada como Nacional. Ejemplos:

- Puede darse el caso de que un deportista español o un equipo compita en el extranjero.
- Puede darse el caso que en una competición celebrada en España compita un equipo o deportista extranjero.

4. Exterior, internacional

Involucra otros países o el mundo en general (por ejemplo, olimpiadas). Pero si en este tipo de competiciones extranjeras la información habla de un deportista o equipo español se codificada como Nacional y otro.

B.9. Referencia a equidad de género/legislación sobre derechos humanos/políticas:

Existen varios instrumentos internacionales, regionales y nacionales que promueven la equidad de género y los derechos humanos. Estos pueden ser legislación o política internacional, entre los cuales se encuentra el CEDAM (Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres), los Objetivos de

Desarrollo del Milenio (ODM), la Plataforma de Acción de Beijing, resoluciones del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, etc.

Revisa toda la información y codifica con "1" cuando cite o haga referencia a cualquier legislación o política que promueva la equidad de género o los derechos humanos.

0 No se sabe

Sí. La nota menciona, cita o hace referencia a una

1 legislación/política/ley/regulación/ directriz específica sobre equidad de género o derechos humanos.

2 **No.** No menciona ni hace referencia a una legislación/política/ley/regulación/ directriz específica sobre equidad de género o derechos humanos

11. Fuentes

Medios a los que se ha recurrido el periodista para obtener los datos de la información.

Se considerarán como fuentes sólo aquellas que sean mencionadas de forma expresa.

Institucionales (todo organismo que se expresa a través de un portavoz):

Instituciones políticas:

1.- Gobiernos (Gobiernos central y autonómicos y ayuntamientos)

2.- Partidos políticos

(Si un político habla como tal, es fuente institucional. Si habla como ajeno al cargo, es fuente directa)

3.- Sindicatos

Otras instituciones no políticas:

4.- Comités deportivos

5.- Federaciones deportivas

5.- Clubes deportivos

6.- Miembros y fuerzas de seguridad del Estado

7.- Seguridad privada

8.- Asociaciones/ONG' s

9.- Iglesias/ Confesiones religiosas

10.- Experto: ciencias de la salud, educación, derecho, ciencias o tecnología

No institucionales:

7.-Fuentes directas (personas que hablan en nombre propio con el periodista)

8.- Agencias de noticias

9.- Ruedas de prensa

10-Comunicados

11.- Otros medios de comunicación

12.- Blogs

13.- Ciudadanos anónimos

14.- Otros

15.- Sin fuentes

B.4.b. Fuentes II: Profesión, institución, dedicación

- 1.- Deportista
- 2.- Equipo técnico (entrenador, preparador físico)
- 3.- Árbitro
- 4.- Aficionados
- 5.- Experto: ciencias de la salud, educación, ciencias o tecnología
- 6.- Profesionales de los medios, periodistas
- 7.- Otros _____

B.4.c. Fuentes III: Género

- 0.- Neutro, instituciones
- 1.- Femenino
- 2.- Masculino

C. Periodistas

C.1. Género:

- | | | | |
|---|--|---|-----------|
| 0 | No sabe: Agencia de noticias, anónimos, redacción. | 2 | Masculino |
| 1 | Femenino | | |

Rol:

- | | | | |
|---|-----------|---|-------------|
| 0 | No sabe | 3 | Colaborador |
| 1 | Redactor | 4 | Columnista |
| 2 | Fotógrafo | 5 | Otro _____ |

D. Personas en las Noticias. INSTITUCIONES Y PERSONAJES PROTAGONISTAS DE LA NOTICIA

Por cada noticia deberías codificar:

- Cada persona a la que se refiere la nota, aun cuando no la hayan entrevistado ni la citen
- Cada persona en la noticia que es entrevistada
- Cada persona en la noticia que es citada, directa o indirectamente
 - Una persona es citada directamente si sus propias palabras están impresas en el artículo, por ejemplo, "Estoy desilusionado y enfadado sobre el uso continuo de drogas en el deporte" dijo el Presidente del Comité Olímpico.

- Una persona es citada indirectamente si sus palabras son parafraseadas o resumidas en el artículo, por ejemplo: El presidente del Comité Olímpico expresó hoy su enfado por la frecuencia con que se da el uso de drogas.
- Fuentes secundarias. También se codificarán fuentes secundarias de información cuando sean citas directa o indirectamente.
 - Las fuentes secundarias de información generalmente son informes, artículos u otras piezas de información escrita, citados directa o indirectamente en la nota. Por ejemplo, si la nota cita un informe de Naciones Unidas, dicho informe se considerará una fuente secundaria.

ÚNICAMENTE codifica personas individuales y fuentes secundarias. No codifiques:

- Grupos (por ejemplo: un grupo de deportistas, un grupo de aficionados)
- Organizaciones, compañías, colectividades (por ejemplo: clubes, federaciones)
- Personajes de ficción (salvo que el artículo sea sobre ellos)
- Personajes históricos fallecidos (salvo que el artículo sea sobre ellos)
- Personas que son simplemente mencionadas en el artículo (salvo que la noticia o artículo sea sobre ellas)

D.1. ¿Persona o fuente secundaria?

- Codifica como “persona” (1) si la información de la nota proviene de la(s) propia(s) persona(s), grupos o entidades a las que hace referencia la nota misma
- Codifica como “secundaria” (2) si la nota se basa únicamente en información proveniente de un reportero, un informe, artículo u otra pieza de información escrita.

0. No sabe 1. Persona 2. Fuente Secundaria

D.2. Género

0 No sabe 3 Otros _____
1 Femenino 4 Neutro, instituciones
2 Masculino 5 NA (si codificas una fuente secundaria)

D.3. Edad (sólo si mencionada):

0 No sabe 4 35-49
1 12 o menor 5 50-64
2 13-18 6 65 o más
3 19-34 7 NA (si codificas una fuente secundaria)

D.4. Ocupación o cargo:

Codifica una ocupación o cargo por cada persona en la noticia.

- Si la persona está descripta con dos ocupaciones, tendrás que hacer una elección, por ejemplo, la ocupación que parece más relevante en el contexto de la noticia.
- En el caso de personas que son muy conocidas para el público en general codifica la ocupación aún si no se evidencia del contexto de la noticia.
- En el caso de personas que no son conocidas para el público en general, pero que te son conocidas a ti personalmente, codifica 0 si la ocupación no es evidente del contexto de la noticia.

Véase la tabla.

0	No mencionado	8	Profesionales de los medios, periodistas
1	Deportista	9	Profesionales de las ciencias de la salud: médico, fisioterapia
2	Equipo técnico: Entrenador, preparador físico	10	Funcionarios del gobierno, políticos, presidente...
3	Árbitro	11	Policía, militares, seguridad...
4	Miembros de comités, federaciones	12	Académicos, profesionales de la educación
5	Celebridades	13	Profesionales de las ciencias o tecnología
6	Directivos de clubes	14	Otros _____
7	Realeza, monarcas en el poder o depuestos, etc.		

D.5. Función en la noticia: ¿En qué función o con qué habilidad o capacidad ha sido esta persona incluida en la noticia?

Elige **un** código sólo para cada persona que aparece en el artículo.

- Si hay muchas personas en la noticia, algunas de ellas pueden tener la misma función. Por ejemplo, la noticia puede ser sobre dos personas, y en este caso a las dos personas se les dará código 1; la noticia puede incluir tres testigos, y en este caso a las tres se les daría código 5.
- El código 1 tiene precedencia sobre los otros códigos. Por ejemplo, si la persona es el tema del artículo y al mismo tiempo la fuente, elige código 1= Tema.

Véase la tabla

0. No sabe

La función de la persona no está clara.

1. Tema

La historia es sobre esa persona, o sobre algo que esa persona ha hecho, dicho, etc.

2. Portavoz

La persona representa, o habla en nombre de otra persona, de un grupo u organización.

3. Experto o comentarista

La persona provee información adicional, opiniones o comentarios, basados en su conocimiento como especialista o experto.

4. Experiencia personal

La persona provee una opinión o comentario, basado en su experiencia personal o individual; la opinión no necesariamente tiene la intención de reflejar el punto de vista de un grupo más amplio.

5. Testigo

La persona da testimonio o comenta algo, basado en la observación directa (por ejemplo por que ha estado presente en un evento).

6. Opinión popular

La opinión de la persona es tomada para reflejar la del "ciudadano común" (por ej. en una entrevista en la calle, vox populi, etc.); está implícito que el punto de vista de la persona es compartido por un grupo más amplio de personas.

7. Otros

Usa sólo como último recurso

8. NA

Utiliza esta opción únicamente cuando estés codificando una fuente secundaria

D.6. Relaciones Familiares mencionados:

Esta persona, está descrita, en algún sitio del artículo, en términos de una relación familiar (por ej. esposa, marido, hija, hijo, tía, tío, abuela, abuelo, etc.). Codifique "sí" sólo si la palabra "esposa", "marido", etc., está usada para describir a la persona.

0 No

1 Sí

2 NA (si codificas una fuente secundaria)

D.7. ¿La historia identifica claramente a esta persona como víctima?

Se debe codificar a una persona como una víctima tanto si la palabra "víctima" es usada para describirla, como si del artículo se infiere que la persona es una víctima- por ejemplo usando lenguaje o imágenes que evocan emociones particulares como shock, horror, pena por la persona.

Elige **UNO** de los códigos de abajo para cada persona en la noticia o artículo. A veces la persona puede estar identificada como víctima de uno o más hechos o circunstancias - por ejemplo, una persona que se ve involucrada en un accidente de automóviles y a la que luego le robaron. En un caso así, tendrás que elegir, por ejemplo, entre el hecho o la circunstancia al que se le dio más relevancia en el artículo.

Nota: Una persona puede ser identificada sea como víctima que como superviviente dentro de la misma noticia. Codificar a una persona como víctima no excluye la posibilidad de codificar la misma persona como superviviente.

Véase la tabla.

0	No es una víctima	5	Víctima de la guerra, terrorismo, ...
1	Víctima de un accidente, desastre natural, pobreza...	6	Víctima de la discriminación (sexo, raza, etnia, edad...)
2	Víctima de violencia domestica, psicológica, marital.	7	Otra victima _____
3	Víctima de violencia sexual no doméstica	8	No se sabe
4	Víctima de otros delitos (robos, ataques, asesinato)	9	NA (si estás codificando una fuente secundaria)
5	Víctima de violaciones basadas en la religión, tradición, mutilación genital, etc.		

D.8. ¿La historia identifica a esta persona claramente como superviviente?

Deberías codificar a la persona como sobreviviente tanto si la palabra “superviviente” ha sido usada para describirla/lo, como si se infiere del artículo que esta persona es un superviviente, por ejemplo, usando lenguaje o imágenes que evocan emociones particulares como la admiración o respeto por esta persona.

Elige **uno** de estos códigos de abajo para cada persona en la noticia. Si alguien es identificado como superviviente de más de un hecho o circunstancia, tendrás elegir, por ejemplo, el hecho o circunstancia al que se le da más relevancia en el artículo.

Nota: Una persona puede ser identificada tanto como víctima como superviviente en la misma noticia. Codificar a una persona como superviviente no excluye la posibilidad de también codificar a la misma persona como víctima.

Véase la tabla.

0	No es una superviviente	5	Superviviente de la guerra, terrorismo, ...
1	Superviviente de un accidente, desastre natural, pobreza...	6	Superviviente de la discriminación (sexo, raza, etnia, edad...)
2	Superviviente de violencia domestica, psicológica, marital.	7	Otra superviviente _____
3	Superviviente de violencia sexual no doméstica	8	No se sabe
4	Superviviente de otros delitos (robos, ataques, asesinato)	9	NA (si estás codificando una fuente secundaria)
5	Superviviente de violaciones basadas en la religión, tradición, mutilación genital, etc.		

D.9. Esta persona está directamente citada en el artículo

- 0 No
- 1 Sí
- 2 NA (si codificas una fuente secundaria)

0. No:

Si la historia parafrasea aquello que la persona dijo, esto **no** es una cita directa.

1. Sí:

Una persona está directamente citada si sus propias palabras están impresas.

D.10. ¿Hay una fotografía de esta persona?

- 0 No
- 1 Sí
- 2 No se sabe
- 3 NA (si codificas una fuente secundaria)

2. No se sabe:

Por ejemplo, hay una foto, pero no estás seguro si la persona aparece en ella.

3. NA:

Utiliza esta opción únicamente cuando estés codificando una fuente secundaria

E. Análisis.

¿Cuándo y cómo las mujeres se vuelven noticia? ¿Hasta qué punto las noticias fomentan las desigualdades entre mujeres y hombres? ¿Los estereotipos femeninos y masculinos se ven reforzados o desafiados en las noticias? Estas son las cuestiones que se plantean en la parte final del análisis.

Codifica esta información una sola vez por cada noticia.

E.01. Si una fotografía acompaña la nota ¿qué puedes concluir de lo que ves?

E.01.a. Hay una fotografía de esta persona:

- 0 No
- 1 Sí
- 2 No se sabe

3 NA (si codificas una fuente secundaria)

E.01.b. Fotografía II: Género

- | | | | |
|---|---------------------------|---|---|
| 0 | No sabe | 3 | Otros (transexual, etc.) |
| 1 | | 4 | Neutro, instituciones |
| 2 | Institucional deportivas: | 5 | NA (si codificas una fuente secundaria) |

E.01.c. Fotografía III: Estereotipos

Imágenes clave de la noticia para seguir una línea informativa. Criterios de codificación:

1. Abiertamente estereotipado
2. Sutilmente estereotipado
3. Oportunidad perdida/sin perspectiva de género
4. Con conciencia de género
 - 4A. *Desafía estereotipos*
 - 4B. *Equilibrio de género en fuentes*
 - 4C. *Específicamente de género. Refuerza los estereotipos*

Algunos estereotipos sobre mujeres y hombres son bastante universales. Algunas fotografías claramente desafían estos estereotipos; algunas noticias claramente los refuerzan. Otros artículos ni claramente los desafían, ni los refuerzan.

E.01.d. Fotografía IV: Describe cualquier fotografía que la acompañe y las conclusiones que extraigas.

E.02. ¿Las mujeres son centrales en la noticia que se relata?:

- 0 No se sabe, no se puede decidir
- 1 Sí
- 2 No

E.03. ¿El artículo enfatiza claramente los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres?:

- 0 No se sabe, no se puede decidir
- 1 Sí. De acuerdo
- 2 No. En desacuerdo

E.04. La historia desafía o refuerza claramente los estereotipos sobre la mujer/el hombre:

- 0 No se sabe, no se puede decidir
- 1 Sí
- 2 No

E.05. Estereotipos

Estereotipos de la información: Hechos o acontecimientos clave en los que se basa la noticia para seguir una línea informativa. Criterios de codificación:

- 1. Abiertamente estereotipado
- 2. Sutilmente estereotipado
- 3. Oportunidad perdida/sin perspectiva de género
- 4. Con conciencia de género
 - 4A. *Desafía estereotipos*
 - 4B. *Equilibrio de género en fuentes*
 - 4C. *Específicamente de género. Refuerza los estereotipos*

E.06. La historia es útil para un mayor o posterior análisis

- 0 No se sabe, no se puede decidir
- 1 Sí
- 2 No

ANEXO 3: RECODIFICACIÓN DE LA VARIABLE SECCIÓN

Durante el análisis se han recogido 309 nombres diferentes de secciones en las informaciones donde aparecen mujeres. Para facilitar su análisis se procedió a la recodificación de las secciones.

Se aporta la siguiente clasificación: Deportes individuales ; Deportes colectivos; Equipos; La sección incluye varios deportes; Eventos deportivos internacionales; Competición nacional ; Secciones que destacan la información o se crean ex proceso; Secciones locales y regionales o deporte amateurs ; Nombres de Eventos deportivos internacionales de un solo deporte ; Opinión, columnas ; Secciones de breves; Ámbito no deportivo; Contraportada.

También existen páginas donde no se hace referencia a ningún tipo de sección.

Queda de la siguiente manera:

Secciones	% del N de la columna	Recuento
Deporte individual	33,61%	1639
Referencia a varios deportes	20,81%	1015
Deporte colectivo	11,32%	552
Breves	9,80%	478
Eventos deportivos internacionales	5,72%	279
Competiciones internacionales de un deporte	3,69%	180
No hay sección	3,59%	175
Ámbito no deportivo	3,06%	149
Equipos	2,17%	106
Contraportada	2,11%	103
Competición nacional	1,23%	60
Opinión	1,15%	56
Locales y regionales	1,09%	53
Información destacada	0,66%	32
Total	100%	4877

Para facilitar su análisis se ha procedido a agrupar las categorías de las secciones que no suponen más de un 3% del cómputo de global, agrupándose en 9 ítems que a continuación se desarrollan:

1 = No hay sección

2 = Deportes individuales: Marcaturf; Turf; Triatlón; TMF Tenis; TMF Motociclismo; TMF Esquí; TMF Atletismo; TMF – Rally; Tiro Olímpico; Tiro con Arco; Tiro; Tenis de Mesa; Tenis; Taekwondo; Squash; Semanal Squash; Semanal Montañismo; Semanal Artes Marciales; Remo; Piragüismo; Pasillos; Pádel; Nieve; Natación / Saltos; Natación; Mundo Nieve; Motor; Montañismo; Montaña y Escalada; Más Motor; Marca Turf; Lucha; Kiteboard; Karate; Judo; Hípica; Halterofilia; Golf; Gimnasia Rítmica; Gimnasia; Fútbol Femenino; Fútbol Americano; Extra Sky; Esquí Nórdico; Esquí Náutico; Esquí alpino; Esquí; Esgrima; Deporte Aéreo; Cross; Ciclismo; Caballos; Boxeo; Bolos; Automovilismo; Atletismo; Ajedrez; Patinaje.

3 = Deportes colectivos Waterpolo; Volibol – femenino; Voleibol; Rugby; Patinaje sobre Hielo; Más Basket; La actualidad del fútbol sala; Italia; Internacional; Hockey Sala; Hockey Hierba; Hockey; Fútbol Sala; Fútbol Internacional; Fútbol femenino; Mundobasket; Fútbol; Brasil; Béisbol; Basquet; Balonmano; Baloncesto; Bádmiton; Inglaterra; A por el oro; Vela. ~~Equipos:~~ Zaragoza; Universidad- Atlético de Madrid; Selección Femenina; Real Madrid-Boca; Real Madrid –Betis; Real Madrid - Boca Juniors; Real Madrid – Bayer; Real Madrid; Rayo-Athletic; Primera Atlético de Madrid; Mundo azulgrana; La semana del Derby; Español; Espanyol; Club Barça Sport; Barcelona-Atlético de Madrid; Barça-Espanyol; Barça - Real Madrid; Barça; Atlético-Extremadura; Atlético de Madrid-Extremadura; Atlético de Madrid; Atlético; Atlético de Madrid- Almería; Atlético de Madrid

4 = La sección incluye varios deportes: Última hora; TMF Polideportivo; TMF al día; TMF; Sport total; Sport Revista; Sport Motor; Semanal femenino; Redacción en Marcha; Polideportivo; Olimpismo; Natación/Golf; Minuto 90; Más Sport; Más Deporte; Lo último; Fútbol americano/Tenis; Finalistas de Leyenda; Extranjero; El deporte de Verano; Deportes de invierno; Deportes; Ciclismo/Tenis; Atletismo/Tenis; Atletismo/Golf; Atletismo / Kárate; Al cerrar; 5 minutos de TMF; En forma; Agenda de un Domingo deportivo.

5 = **Secciones de breves:** Zambullidas; Tiempo Record; Resultados; Prórroga; Noticesto; Minuto de descanso; Marca Flash; La Prórroga; Globos y dejadas; Flash; En corto; De un vistazo; Marca Reporter; Breves.

6 = **Ámbito no deportivo** (referidas a comunicación, espectáculos y sociedad): Verano; Televisión; Salón de la fama; Programación; Planeta Fútbol; Pasatiempos Sport del verano; Pantalla Planas; Ocio; Mundo Marca; La Aldea Global; Internautas; Gente del Mundo; Espectáculos; El salón de la fama; El rastro; Buenos días; Balón rosa; Audiovisual.

7= **Eventos deportivos internacionales:** XXIII Olimpiada Los Ángeles; XI Juegos Mediterráneos; Seúl 88; Paraolimpiada; Paralimpics 92; Olimpiadas Ángeles 84; Olimpiada cultural; Nagano '98; Minusválidos; Marca Olímpica; Los Ángeles '84; Juegos Paraolímpicos; Juegos Olímpicos; Juegos Mediterráneos; Juegos del Mediterráneo; JJ. Mediterráneos; Goodwill Games; Goodwil Games 94; Barcelona 92; Balance Español en los Juegos Olímpicos de Seúl; Aventuras Olímpicas; Atenas '91. ~~Nombres de Eventos deportivos internacionales de un solo deporte:~~ Wimbledon'91; Wimbledon; Tour 1991; Tenis/Open USA; Tenis. Torneo de Eastbourne; Tenis / Open USA; Tenis / Copa Federación; Tenis - US Open; Telefónica-Dakar; Sorteo liga de Campeones; Ronald Garros; Roland Garros 96; Rally-Dakar; Open USA; Open de Australia; Open Australia; Moto GP; Liga de Estrellas; Helsinki 94; Gotemburgo 2006; Gimnasia / Mundial; Fórmula 1; Final Copa Davis; Extra Wimblendon; Europeo Helsiwhi 94; Eurobasket 2009; El mundial de las promesas; A un año de Atlanta 96; Superliga; Campeonatos de Europa.

8 = **Competición nacional:** XIII Copa del Rey; Volta / 85; Voleibol / Play off femenino; Tercera División; Segunda Liga Adelante; Segunda División; Segunda B; Segunda - Liga Adelante; Segunda; Primera B Femenina; Primera B Femenina; Primera - Liga BBVA; Primera; Preferente; Natación / Campeonatos de España; Los clubs de Preferente; Liga de los Ases; Liga BBVA; Liga ACB; La jornada; La 1ª al Día; Fútbol de Tercera; Fútbol de Primera; Copa del Rey; Basket / Primera femenina; Atletismo / XXXV Campeonatos de España; 1ª Femenina. ~~Secciones locales y regionales o deporte amateurs:~~ Unió de Federacions; UFEC; Todos los deportes de la Comunidad; Regionales; Nuestros clubes; Fútbol de Madrid; Fútbol Catala; Fútbol base Madrileño; Fútbol Base; Fútbol aficionado y base; Federació Catalana de Tennis; Federació Catalana de Ciclisme; Diari del Tennis Català; Dep. Universitario; Catalán; CAT.

9 = **Secciones que destacan la información o se crean ex proceso:** Tema del día; Reportaje; Los Superposters; La entrevista de Guasch; Induráin 1, 2, 3, 4 y 5; Entrevista; El tema del día; Biografías; Asalto y Medio; Finalistas de Leyenda; Premios As del deporte; Los mejores del 2004; Los buscadores de oro. **Opinión, columnas:** (Samylandia; Punto y aparte; Personajes del Día; Opinión; Lo que tú me digas; Lo dice Marca; La Tribuna de Sport; La Tribuna de Sport; Humor Deportivo; Hoy como ayer; El foro de As; Confidencial. **Contraportada:** Super Mundo; Plaza Mayor; La última; La chica; El Orsay; El contraluz; Contraportada; Confidencias; Al cierre; A la última; Os vais a enterar; El Podio; Hora Cero; Sumario; Panorama; Página del lector; Foro Ferrándiz-As; Felicidades.

ANEXO 4: ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Directores del diario <i>Mundo Deportivo</i> (1906-2012).....	40
Tabla 2.- Directores del diario <i>Marca</i> (1938-2012).....	51
Tabla 3.- Directores del diario <i>As</i> (1967-2012).....	54
Tabla 4.- Directores del diario <i>Sport</i> (1979-2012).....	58
Tabla 5.- Datos de tirada y difusión del diario <i>Super Deporte</i>	59
Tabla 6.- Lectores de la prensa en España (2010-2003).....	64
Tabla 7.- Lectores de la prensa deportiva en España (1968-2010).....	66
Tabla 8.- Datos de tirada y difusión <i>Marca, As, Sport y Mundo Deportivo</i>	69
Tabla 9.- Lectura de noticias de actualidad a través de Internet.....	70
Tabla 10.- Las Webs de medios de comunicación más visitadas en el año 2010 en España.....	71
Tabla 11.- Audiencia de los sitios de Internet (2002-2010)	72
Tabla 12.- Evolución de la presencia femenina en los Juegos Olímpicos de Verano.....	91
Tabla 13.- Evolución de la participación española en los Juegos Olímpicos de Verano según género.....	94
Tabla 14.- Evolución de la participación española en los Juegos Olímpicos de Invierno según género.....	95
Tabla 15.- Mujeres en el ámbito de la dirección deportiva.....	100
Tabla 16.- Revisión de la investigación académica: porcentaje de informaciones deportivas en relación al género.....	108
Tabla 17.- Valoración cuantitativa de los expertos sobre el contenido y la forma de los ítems de la Guía.....	123
Tabla 18.- Evolución de las informaciones según el Género de los protagonistas.....	142
Tabla 19.- Evolución de las informaciones del diario <i>Marca</i> según el Género de los protagonistas.....	146
Tabla 20.- Evolución de las informaciones del diario <i>As</i> según el Género de los protagonistas.....	150
Tabla 21.- Evolución de las informaciones del diario <i>Sport</i> según el Género de los protagonistas.....	152
Tabla 22.- Evolución de las informaciones del diario <i>Mundo Deportivo</i> según el Género de los protagonistas.....	155
Tabla 23.- Evolución de las informaciones según el Género de los protagonistas por días de la semana.....	158
Tabla 24.- Evolución de la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos.....	159
Tabla 25.- Evolución de la inclusión de citas en los títulos periodísticos.....	160

Tabla 26.- Evolución de la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos según el Género.....	162
Tabla 27.- Inclusión de citas en los títulos periodísticos según el Género de los protagonistas.....	163
Tabla 28.- Evolución de la inclusión de los citas en los títulos periodísticos según el Género de los protagonistas.....	164
Tabla 29.- Porcentajes de los diferentes deportes tratados en la prensa deportiva agrupados en la categoría “otros deportes”	165
Tabla 30.- Evolución de los deportes tratados en las informaciones en la prensa deportiva.....	168
Tabla 31.- Deportes tratados en las informaciones según el Género de los protagonistas.....	169
Tabla 32.- Evolución de los deportes tratados en las informaciones según el Género de los protagonistas.....	175
Tabla 33.- Porcentajes de los diferentes temas tratados en la prensa deportiva agrupados en la variable “otros temas”	178
Tabla 34.- Evolución de los temas tratados en las informaciones en la prensa deportiva.....	180
Tabla 35.- Temas tratados en las informaciones en la prensa deportiva según el Género de los protagonistas.....	181
Tabla 36.- Evolución de los temas tratados en las informaciones según el Género de los protagonistas.....	184
Tabla 37.- Media de protagonistas de las informaciones de Mujer por medio.....	192
Tabla 38.- Evolución de los protagonistas de las informaciones donde Mujer y Hombre comparten protagonismo según el Género.....	194
Tabla 39.- Ocupación o cargo de las protagonistas en las informaciones.....	195
Tabla 40.- Evolución de la ocupación de las protagonistas Femeninas.....	196
Tabla 41.- Evolución de las protagonistas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	198
Tabla 42.- Tipo de protagonismo de las Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	199
Tabla 43.- Evolución del Tipo de protagonismo de las Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	200
Tabla 44.- Función en la información de las Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	201
Tabla 45.- Evolución de la función en la información de las protagonistas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	201
Tabla 46.- Relaciones familiares mencionadas de las protagonistas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	202
Tabla 47.- Evolución de las relaciones familiares mencionadas de las protagonistas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	203

Tabla 48.- Presentación de las protagonistas, o sus acciones, en la información según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	204
Tabla 49.- Evolución de la presentación de las protagonistas, o sus acciones, en la información según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	206
Tabla 50.- Citas de las protagonistas en la información según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	207
Tabla 51.- Evolución de las Citas de las protagonistas en la información según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	207
Tabla 52.- Media de protagonistas de las informaciones según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	208
Tabla 53.- Evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	210
Tabla 54.- Evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	213
Tabla 55.- Inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	216
Tabla 56.- Evolución de la inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	218
Tabla 57.- Inclusión de Citas en los títulos periodísticos en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	219
Tabla 58.- Evolución de las Citas en los títulos periodísticos en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	220
Tabla 59 Porcentajes de los deportes tratados en las informaciones en las que aparecen Mujeres agrupados en la variable “otros deportes”.....	221
Tabla 60.- Distribución de los deportes de informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	222
Tabla 61.- Evolución de los deportes tratados en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	224
Tabla 62.- Deportes de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medio de comunicación.....	226
Tabla 63.- Deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario <i>Marca</i>	227
Tabla 64.- Deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario <i>As</i>	228
Tabla 65.- Deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario <i>Sport</i>	229
Tabla 66.- Deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario <i>Mundo Deportivo</i>	230
Tabla 67.- Evolución de los deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario <i>Marca</i>	232

Tabla 68.- Evolución de los deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario <i>As</i>	234
Tabla 69.- Evolución de los deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario <i>Sport</i>	236
Tabla 70.- Evolución de los deportes en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo en el diario <i>Mundo Deportivo</i>	238
Tabla 71.- Porcentajes de los diferentes temas tratados en las informaciones en las que aparecen Mujeres agrupados en las variables: “otros temas de ámbito deportivo” y “otros temas ‘invitados’”	239
Tabla 72.- Distribución de los temas de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	240
Tabla 73.- Evolución de los temas tratados en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	241
Tabla 74.- Temas tratados en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	244
Tabla 75.- Géneros periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	246
Tabla 76.- Evolución de los géneros periodísticos en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	247
Tabla 77.- Géneros periodísticos de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	249
Tabla 78.- Evolución de los géneros periodísticos en las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	254
Tabla 79.- Evolución de los géneros periodísticos en las informaciones en las que aparecen Mujeres de ‘Invitadas’ por medio de comunicación.....	256
Tabla 80.- Ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en el periódico según el orden de aparición en las páginas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	258
Tabla 81.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en el periódico según el orden de aparición en las páginas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	259
Tabla 82.- Ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en el periódico según el orden de aparición en las páginas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medios de comunicación.....	260
Tabla 83.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo en el periódico según el orden de aparición en las páginas por medios de comunicación.....	264
Tabla 84.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres ‘Invitadas’ en el periódico según el orden de aparición en las páginas por medios de comunicación.....	265

Tabla 85.- Secciones de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	266
Tabla 86.- Evolución de las secciones de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	269
Tabla 87.- Secciones donde se ubican las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	271
Tabla 88.- Evolución de las secciones donde se ubican las informaciones en las que aparecen Mujeres que pertenecen al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	276
Tabla 89.- Evolución de las secciones donde se ubican las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' por medio de comunicación.....	280
Tabla 90.- Ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la página según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	281
Tabla 91.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la página según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	282
Tabla 92.- Ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la página según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	283
Tabla 93.- Evolución de la ubicación de las informaciones en las que aparecen Mujeres en la página según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	285
Tabla 94.- Extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	286
Tabla 95.- Evolución de la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	287
Tabla 96.- Extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	289
Tabla 97.- Evolución de la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres de Ámbito Deportivo por medios de comunicación.....	292
Tabla 98.- Evolución de la extensión en columnas de los títulos de las informaciones en las que aparecen Mujeres 'Invitadas' por medios de comunicación.....	294
Tabla 99.- Media de apoyos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	295
Tabla 100.- Evolución de la media de apoyos en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	296
Tabla 101.- Media de apoyos de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	297
Tabla 102.- Sumarios y despieces en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	298

Tabla 103.- Evolución de los apoyos en las informaciones en las que aparecen Mujeres diferenciando entre su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo estableciendo grupos de años.....	299
Tabla 104.- Sumarios que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	300
Tabla 105.- Despieces que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	301
Tabla 106.- Evolución de los sumarios que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	303
Tabla 107.- Evolución de los despieces que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	304
Tabla 108.- Apoyos gráficos en las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	305
Tabla 109.- Evolución de los apoyos en las informaciones en las que aparecen Mujeres diferenciando entre su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo estableciendo grupos de años.....	307
Tabla 110.- Fotografías que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	308
Tabla 111.- Tablas que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	309
Tabla 112.- Infografías que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	310
Tabla 113.- Evolución de las fotografías que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	312
Tabla 114.- Evolución de las Tablas que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	313
Tabla 115.- Evolución de las infografías que acompañan las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	314
Tabla 116.- Ámbito geográfico de las informaciones en las que aparecen Mujeres en función a su pertenencia o no al Ámbito Deportivo.....	315
Tabla 117.- Evolución del ámbito geográfico en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	317
Tabla 118.- Ámbito geográfico de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	318
Tabla 119.- Evolución del ámbito geográfico de las informaciones en las que aparecen Mujeres, y según su pertenencia o no al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	320

Tabla 120.- Procedencia de las informaciones en las que aparecen Mujeres en función a su pertenencia o no al <i>Ámbito Deportivo</i>	321
Tabla 121.- Evolución de la procedencia en las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i>	322
Tabla 122.- Procedencia de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i> por medio.....	323
Tabla 123.- Evolución de la procedencia de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i> por medio.....	327
Tabla 124.- Número firmas de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i>	329
Tabla 125.- Evolución del número de firmas de las informaciones de elaboración en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i>	330
Tabla 126.- Género de las firmas de elaboración en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i>	332
Tabla 127.- Evolución del Género de las firmas en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i>	333
Tabla 128.- Cargo de los periodistas por Género en las informaciones de Mujer.....	333
Tabla 129.- Fotografías que acompañan la firma por Género en las informaciones de Mujer.....	334
Tabla 130.- Número de fuentes de las informaciones de Mujer en función a su pertenencia o no al <i>Ámbito Deportivo</i>	336
Tabla 131.- Evolución del número de fuentes de las informaciones con firma en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i>	337
Tabla 132.- Género de las fuentes que aportan las informaciones de Mujer en función a su pertenencia o no al <i>Ámbito Deportivo</i>	339
Tabla 133.- Evolución del Género de las fuentes que aportan las informaciones con firma en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i>	340
Tabla 134.- Tipos de fuentes, según Género, de las informaciones de Mujer.....	340
Tabla 135.- Cargos o profesiones de las fuentes de las informaciones en las que aparecen Mujeres con firma por Género.....	342
Tabla 136.- Existencia -o ausencia- de atribución de fuentes por Género de las informaciones de Mujer.....	343
Tabla 137.- Distribución de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i> según el Género de su protagonista central.....	350
Tabla 138.- Evolución de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i> según el Género de su protagonista central.....	352
Tabla 139.- Protagonistas centrales de las informaciones en las que aparecen Mujeres, y según su pertenencia, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i> por medio de comunicación.....	354
Tabla 140.- Evolución de los protagonistas centrales de las informaciones en las que aparecen Mujeres, y según su pertenencia, o no, al <i>Ámbito Deportivo</i> por medio de comunicación.....	357

Tabla 141.- Temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo...	361
Tabla 142.- Evolución de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.	361
Tabla 143.- Temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	362
Tabla 144.- Evolución de los temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	364
Tabla 145.- Estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	368
Tabla 146.- Evolución de los estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo.....	369
Tabla 147.- Estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	371
Tabla 148.- Evolución de los estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que las Mujeres pertenecen, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	373
Tabla 149.- Media de fotografías de las informaciones de Mujeres por medio.....	374
Tabla 150.- Evolución de las fotografías de mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	375
Tabla 151.- Fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	376
Tabla 152.- Evolución de las fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	377
Tabla 153.- fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	378
Tabla 154.- Evolución de las fotografías en las que el protagonista es el mismo, o no, que el sujeto noticioso en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	379
Tabla 155.- Evolución de las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre de las informaciones de Mujer.....	380
Tabla 156.- Fotografías estereotipadas sobre Mujer / Hombre en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	381
Tabla 157.- Evolución de las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	382

Tabla 158.- Fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	382
Tabla 159.- Evolución de las fotografías con imágenes estereotipadas sobre Mujer / Hombre en las informaciones de Mujer según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio.....	386

ANEXO 5: ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diarios deportivos de finales del siglo XIX en España.....	27
Figura 2.- Diarios deportivos de principios del siglo XX en España.....	34
Figura 3.- Portada del número uno de <i>El Mundo Deportivo</i>	35
Figura 4.- Evolución de la cabecera de <i>Mundo Deportivo</i> (1906-2012).....	41
Figura 5.- Portada del número uno de <i>Marca</i>	41
Figura 6.- Portada del número uno de <i>As</i>	51
Figura 7.- Portada del número uno de <i>Sport</i>	55
Figura 8.- Diarios regionales de principios del siglo XXI en España.....	62
Figura 9.- Evolución del número de lectores de las principales cabeceras deportivas españolas (1979-2010).....	65
Figura 10.- Lectores de la prensa deportiva en España (2010).....	68
Figura 11.- Fresco del Salto del Toro o Tauromaquia. (Período Palacial Final 1450-1400 a. C.). Museo Arqueológico de Haeraclio (Creta, Grecia).....	77
Figura 12.- Atalanta deportista. Copa de ca. 475 – 450 a. C.....	80
Figura 13.- Cirene coronada por Libia.....	80
Figura 14.- Mosaicos de Villa Siciliana de Piazza Armerina (III y IV d.C).....	84
Figura 15.- Mujeres gladiadoras. De Justo Lipsio. <i>Saturnaliium Sermonum</i> , 1604....	85
Figura 16.- Ficha de análisis de los periódicos (1).....	127
Figura 17.- Ficha de análisis de los periódicos (2).....	131
Figura 18.- Ficha de análisis de los periódicos (3).....	132
Figura 19.- Ficha de análisis de los periódicos (4).....	132
Figura 20.- Ficha de análisis de los periódicos (5)	133
Figura 21.- Ficha de análisis de los periódicos (6)	134
Figura 22.- Informaciones de la prensa deportiva según el Género de los protagonistas.....	140
Figura 23.- Evolución de las informaciones de la prensa deportiva según el Género de los protagonistas.....	140
Figura 23a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones de la prensa deportiva.....	141
Figura 24.- Informaciones de la prensa deportiva según el Género de los protagonistas por Medio de comunicación.....	144
Figura 25.- Evolución de las informaciones del diario <i>Marca</i> según el Género de los protagonistas.....	145
Figura 25a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones del diario <i>Marca</i>	145
Figura 26.- Evolución de las informaciones del diario <i>As</i> según el Género de los protagonistas.....	147

Figura 26a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones del diario <i>As</i>	149
Figura 27.- Evolución de las informaciones del diario <i>Sport</i> según el Género de los protagonistas.....	150
Figura 27a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones del diario <i>Sport</i>	151
Figura 28.- Evolución de las informaciones del diario <i>Mundo Deportivo</i> según el Género de los protagonistas.....	153
Figura 28a.- Evolución de las Mujeres como protagonistas en las informaciones del diario <i>Mundo Deportivo</i>	154
Figura 29.- Informaciones en la prensa deportiva por días de la semana según el Género de los protagonistas.....	156
Figura 30.- Inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos según el Género.....	161
Figura 31.- Informaciones en la prensa deportiva según el deporte.....	166
Figura 32.- Informaciones en la prensa deportiva según el tema.....	179
Figura 33.- Evolución de los temas tratados en las informaciones en la prensa deportiva.....	180
Figura 34.- Protagonistas de las informaciones donde Mujer y Hombre comparten protagonismo según el Género.....	193
Figura 35.- Evolución de los protagonistas de las informaciones donde Mujer y Hombre comparten protagonismo según el Género.....	194
Figura 36.- Protagonistas pertenecientes al Ámbito Deportivo Vs 'Invitadas'.....	197
Figura 37.- Evolución de las protagonistas según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	198
Figura 38.- Ejemplo de mención de relaciones familiares en la información (diario <i>Sport</i> , 18-02-1999)	202
Figura 39.- Informaciones en las que aparecen por Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	208
Figura 40.- Evolución de las informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo.....	209
Figura 41.- Informaciones en las que aparecen Mujeres según su pertenencia, o no, al Ámbito Deportivo por medio de comunicación.....	211
Figura 42.- Ejemplos de inclusión de nombres propios en los títulos periodísticos.....	215
Figura 43.- Género periodístico de las informaciones en las que aparecen Mujeres.....	245
Figura 44.- Apoyos en las informaciones en las que aparecen Mujeres.....	295
Figura 45.- Número firmas de las informaciones de Mujeres.....	328
Figura 46.- Género de las firmas de las informaciones de Mujer.....	331
Figura 47.- Número de fuentes de las informaciones de Mujer.....	335
Figura 48.- Género de las fuentes que aportan las informaciones de Mujer.....	338
Figura 49.- Protagonistas centrales de las informaciones en las que aparecen Mujeres por medio.....	353

Figura 50.- Temas concernientes a la (des)igualdad entre Mujeres y Hombres de las informaciones en las que aparecen Mujeres.....	358
Figura 51.- “El voleibol, en estado crítico”	359
Figura 52.- “Los cracks de Sydney son semiprofesionales”	359
Figura 53.- “Los miembros del Augusta Nacional minimizan la protesta feminista”	360
Figura 54.- “El boxeo femenino es legal desde ayer en Italia”.....	360
Figura 55.- Estereotipos sobre Mujer / Hombre de las informaciones en las que aparecen Mujeres	365
Figura 56.- “Tírame, tírame” (Refuerza estereotipos).....	365
Figura 57.- “El gran espectáculo de unas ‘zorras’ muy atractivas” (Refuerza estereotipos)	366
Figura 58.- “El sexo débil ha hecho gimnasia” (Desafía estereotipos).....	367
Figura 59.- Estereotipos sobre Mujer / Hombre en las informaciones en las que aparecen Mujeres por medio.....	370
Figura 60.- Protagonistas de las fotografías pertenecientes al Ámbito Deportivo Vs ‘Invitadas’	375
Figura 61.- Fotografías estereotipadas sobre Mujer / Hombre de las informaciones de Mujeres.....	380
Figura 62.- Columna de Tito Paralelo en el diario <i>Sport</i> (1980).....	383
Figura 63.- Columna de Hebrero San Martín en el diario <i>As</i> (1982).....	384
Figura 64.- Cuenta del diario <i>As</i> en Twitter (2012).....	388
Figura 65.- “Montjuic es un estadio extraordinario para debutar”	389
Figura 66.- “Carolina cuarto árbitro en Montjuïc”	390

