



El deporte femenino en los informativos deportivos de televisión. Un estudio de caso sobre la noticia de la victoria de Garbiñe Muguruza en Roland Garros

Elena Calvo Ortega¹; Begoña Gutiérrez San Miguel²

Recibido: 19 de septiembre de 2016 / Aceptado: 23 de marzo de 2017

Resumen. Los informativos deportivos de televisión no solo construyen una agenda temática que invisibiliza los temas relacionados con el deporte femenino sino que además, en algunos casos, el encuadre realizado sobre las noticias femeninas no se ajusta al contexto deportivo. El objetivo de la investigación que se presenta en estas líneas es analizar el tratamiento informativo que reciben las mujeres deportistas. Para ello, se llevó a cabo un estudio de caso sobre tres noticias de distintas cadenas de televisión relativas a un mismo acontecimiento protagonizado por una mujer deportista, utilizando como técnica de investigación el análisis de discurso. Los resultados muestran la presencia de mecanismos que adscriben a la mujer a una serie de roles y estereotipos que nada tienen que ver con la práctica deportiva.

Palabras clave: Informativos deportivos; encuadres noticiosos; deporte femenino; roles de género; estereotipos de género.

[en] Women sport on television sport news. A case study on the victory of Garbiñe Muguruza at Roland-Garros

Abstract. Television sport news not only build an agenda which makes women sport invisible, but also the news frames are not always in accordance with the sportive context. The purpose of the present paper is examining the informative treatment given to female athletes. In order to accomplish this objective, a case study was applied on three sports news from different broadcasters and relative to the same event starring by a women athlete, using discourse analysis as research technique. The results show the existence of mechanisms that assign traditional roles and stereotypes beyond the sport limits to the feminine athlete.

Keywords: Sports news; news frames; women sport; gender roles; gender stereotypes.

Sumario. 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión e hipótesis. 3. Metodología. 4. Resultados; 4.1. Contexto; 4.2. Identificación de la noticia; 4.3. Relevancia de la noticia; 4.4. Tipo de modalidad deportiva; 4.5. Ámbito de la competición; 4.6. Encuadres de la noticia; 4.6.1. Restar profesionalidad y méritos; 4.6.2 Estereotipo de belleza u objeto sexual; 4.6.3 Dependencia y estatus vicario; 4.6.4

¹ Universidad de Salamanca
E-mail: elenacalvortega@usal.es

² Universidad de Salamanca
E-mail: bgsm@usal.es

Estado de ánimo y personalidad; 4.6.5 Vida privada y rol tradicional. 5. Discusión de resultados y Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Calvo Ortega, Elena y Gutiérrez San Miguel, Begoña (2017): "El deporte femenino en los informativos deportivos de televisión. Un estudio de caso sobre la noticia de la victoria de Garbiñe Muguruza en Roland Garros", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23 (2), 747-758.

1. Introducción

La investigación que se presenta en estas líneas tiene como objeto de estudio los encuadres realizados en las noticias sobre deporte femenino de los informativos deportivos de televisión de las principales cadenas del territorio español. La justificación del tema viene, no solo de la escasa representación de la mujer en estos espacios en comparación con su homólogo masculino, sino también de un tratamiento informativo que en muchos casos no se ajusta a la realidad deportiva de las mujeres. Bajo este hecho subyace la idea de que el deporte es una práctica propiamente masculina y no femenina debido a que "el rendimiento deportivo va unido al esfuerzo físico y éste va asociado, desde sus orígenes, a cualidades propias del hombre. En pocas ocasiones la percepción de rendimiento va unida a cualidades femeninas" (Lallana, 2012: 100). A pesar de que en los últimos años se ha producido un aumento del acceso de la mujer al deporte y se han superado algunos tópicos, aún persisten marcos socioculturales asentados a lo largo del tiempo que siguen transmitiendo la noción tradicional del deporte como reducto masculino. Uno de los responsables de esta situación son los medios de comunicación en general y los informativos deportivos de televisión en particular que compensan la pérdida de feminidad de la deportista, como consecuencia de la propia práctica, a través de una serie de mecanismos que la adscriben a roles y estereotipos de género que nada tienen que ver con el deporte (Altés, 2004).

La importancia del tema radica en que la invisibilidad de la mujer deportista en los medios sumada a un tratamiento informativo estereotipado lleva a que lo anecdótico se convierta en categoría (López, 2011). Por tanto, el impacto es distinto para aquellos que aparecen de manera continuada en los medios que para aquellas otras que lo hacen de forma puntual.

2. Estado de la cuestión e hipótesis

La investigación está amparada por los estudios de género y comunicación y éstos, a su vez, por los Estudios Culturales. Éstos últimos, también denominados Cultural Studies, son una corriente de estudios centrada en las prácticas y productos culturales de una sociedad dentro de un marco de relaciones de poder y cuyo propósito es la desnaturalización de aquellas redes de dominación que generan desigualdades, en este caso de género (Portocarrero y Vich, 2010). Dentro de dicho campo de estudio, nos ceñiremos de forma específica en la representación mediática de la mujer destacando el concepto de violencia simbólica que es entendido como toda acción (o poder) que, siendo ejecutado bajo el consenso de los dominados, logra imponer significados de selección o exclusión apoyándose en

unas expectativas y creencias sociales (Bourdieu, 1999). Del mismo modo, es importante destacar el concepto de micromachismos por tratarse de nuevas formas de violencia más sutiles y por tanto más difíciles de detectar, que son definidos como “pequeños, casi imperceptibles controles y abusos de poder cuasinormalizados que los varones ejecutan permanentemente” (Bonino, 2003: 3).

Por otro lado, la investigación se apoya en los postulados de la teoría de la agenda-setting observando cómo los medios construyen la agenda temática en base a la sobrerrepresentación de noticias sobre deporte masculino (McCombs y Shaw, 1972). Sin embargo, la presente investigación no se centra en la manifiesta invisibilidad de la mujer en la información deportiva sino que se adentra en cuestiones más relacionadas con el segundo nivel de la agenda-setting al desplazar la atención desde las simples cogniciones temáticas hacia los atributos otorgados a dichos temas, esto es, se pone el acento en cómo son ensalzadas o escondidas ciertas cualidades temáticas. Este segundo nivel está conectado con la teoría framing que se basa en la selección y relevancia de determinados aspectos de la realidad sobre otros de tal forma que provoca una definición particular sobre, en este caso, las noticias con temática deportiva femenina (Entman, 1993). Sin embargo la diferencia entre la agenda-setting y el framing radica en que, mientras la primera se limita a analizar los temas, la segunda recorre aspectos de toda la noticia, algo que realizaremos a lo largo del análisis (Sábada, 2008).

Partiendo de este marco, cabe destacar un estudio realizado sobre distintos diarios digitales europeos en los que se identificaron, especialmente en aquellos países situados geográficamente más hacia el sur, la presencia de estereotipos tradicionales asociados a la mujer (objeto, víctima, etc.) (Gallur y García, 2016). En el caso concreto de la información y las retransmisiones deportivas, existen también investigaciones que demuestran la escasa representación de la mujer deportista pero también el tratamiento estereotipado que reciben en comparación con su homólogo masculino. De esta forma, cabe señalar como existe una tendencia a que la mujer deportista aparezca practicando disciplinas más “acordes” a su feminidad (Billings y Eastman, 2002; Bruce, et al., 2010; López, 2011), se represente como objeto sexual y blanco de bromas (Gutiérrez, 2004; Herrero, et al., 2010; Bissell y Duke, 2007), o se mencionen aspectos de su vida familiar y privada (Alfaro, et al., 2010; Jones, 2011; Pedraza, 2012). En este sentido, también son frecuentes las alusiones a su estado anímico y personalidad (Jones, 2011; López, 2011), su representación como ser dependiente de otros (Alfaro, et al., 2010; Jones, 2011) y la infravaloración de sus méritos profesionales a través de mecanismos como: la infantilización, las referencias a través de su nombre de pila, el énfasis en su feminidad, los escasos comentarios en relación al éxito deportivo, entre otros (Alfaro, et al., 2010; Billing, et al., 2010; ASPIC, 2014; Cooky y Messner, 2015).

Partiendo de esta revisión bibliográfica, se estableció como H1 que la mujer deportista, a través de los encuadres noticiosos, recibe un tratamiento estereotipado que nada tiene que ver con la práctica deportiva. Del mismo modo, la H2 tiene que ver con que dicho tratamiento informativo es ligeramente más favorable en el caso de la cadena pública de TVE1 que en el resto de titularidad privada.

3. Metodología

En cuanto a la metodología, se llevó a cabo un estudio de caso definido como el “proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de casos de un fenómeno, entendido éstos como entidades sociales o entidades educativas únicas” (Murillo, 2013: 3), sobre tres noticias procedentes de los informativos deportivos de televisión que hacían referencia al mismo acontecimiento protagonizado por una mujer deportista. De manera concreta, el análisis se realizó sobre tres cadenas (TVE, Cuatro, La Sexta), seleccionadas por representar a los principales grupos de televisión (RTVE, Mediaset y Atresmedia), el día 5 de junio de 2016 en horario de Prime-Time que se sitúa entre las 21:00 y las 00:00 horas en España.

La técnica de investigación utilizada fue el análisis de discurso (AD) tratándose de una técnica de naturaleza inductiva y cualitativa que estudia los mecanismos que operan en la construcción de la realidad y cuyo objetivo es “descubrir el significado del lenguaje y sus asunciones ideológicas implícitas a través de un análisis del lenguaje manifiesto” (Igartua, 2006: 191), esto es, desenmascarar las lógicas que operan bajo el lenguaje (Vicente, 2006). En este sentido, el hecho de que el AD entienda el discurso como configurador de las prácticas socioculturales de un contexto concreto, lo convierte en un instrumento de suma importancia metodológica para los Estudios Culturales. Por tanto, se considera que los medios no solo informan de hechos sino que son contenedores de ideas, esto es, los términos escogidos para expresar un concepto no son casuales sino que tienen un sustrato ideológico subyacente.

Para llevar a cabo el AD se tomó como referencia un sistema de categorías construidas dentro de un proceso abierto que permitiera establecer relaciones entre los elementos que conformaban el mensaje de las distintas cadenas analizadas. Dichas categorías hacen referencia a la relevancia de la noticia (duración, resumen, orden, tiempo de voz, apoyo gráfico y musical, efectos visuales, complemento noticia masculina), tipo de modalidad deportiva, ámbito de competición y encuadre de la noticia (restar profesionalidad, estereotipo de belleza u objeto sexual, dependencia y estatus vicario, estado de ánimo y personalidad, vida privada y rol tradicional).

4. Resultados

4.1. Contexto

La hispanovenezolana Garbiñe Muguruza gana su primer torneo de Gran Slam tras vencer en la final de Roland Garros a la tenista estadounidense número uno del mundo: Serena Williams. Este hecho sitúa a Muguruza como segunda del mundo en el ranking de la Women's Tennis Association (WTA), además de convertirla en la segunda tenista española que obtiene dicho título, 18 años después de la victoria de Arantxa Sánchez Vicario.

4.2. Identificación de la noticia

Tabla 1: Datos de identificación de las noticias. Fuente: elaboración propia

Fecha	Cadena (min)	Día semana
5/06/2016	TVE1 (10:20-11:50)	Domingo
	Cuatro (2:29-3:17)	
	La Sexta (10:05-12:10)	

4.3. Relevancia de la noticia

4.3.1. TVE1

En TVE1 la noticia es mostrada en el sumario del informativo y ofrece tiempo de voz a la deportista, además de apoyo gráfico, música y efectos visuales como la cámara lenta, lo que a priori podrían ser señales de que se le está dando la importancia que merece a una noticia de tal magnitud.

Sin embargo, a pesar de estos indicios, la noticia no es presentada hasta el tercer cuarto del informativo dedicándole 90 segundos, lo que supone el 10% del tiempo del informativo deportivo completo. Además, se puede decir que la noticia aparece como complemento de la información masculina porque se habla primero de la victoria obtenida también por el deportista Djokovic en el Roland Garros para después, con la frase “de campeón a campeona” pasar a hablar de Muguruza. Se trata de un mecanismo utilizado con mucha frecuencia cuando se celebran torneos masculinos y femeninos de la misma modalidad en las mismas fechas, algo muy habitual en el caso del tenis (ASPIC, 2014).

4.3.2. Cuatro

En Cuatro la noticia sí aparece en el primer cuarto del informativo ofreciendo también tiempo de voz a la deportista, así como música y apoyo gráfico.

Sin embargo, no aparece en el sumario del informativo, se le dedica únicamente 48 segundos de duración (el 4% del informativo), y una vez más, la noticia aparece como complemento del deporte masculino en tenis. De hecho el presentador comenta expresamente “Djokovic ha sido de los pocos que ha restado protagonismo al tenis español porque en dobles masculino...y porque ayer también Garbiñe Muguruza”, de tal forma que incluso, después de la noticia principal masculina, se hace referencia en primer lugar a otro torneo masculino para después pasar a hablar de la tenista.

4.3.3. La Sexta

En La Sexta la noticia aparece con entidad propia sin ser complemento de ninguna otra masculina, además de tener apoyo gráfico, música y efectos visuales como la cámara lenta. Sin embargo, la noticia no aparece en el sumario y es relegada al tercer cuarto del informativo con una duración de 125 segundos (14% del informativo).

4.4. Tipo de modalidad deportiva

4.4.1. TVE1; Cuatro; La Sexta

El tenis ha sido catalogado dentro del grupo deportes colectivos sin contacto físico cumpliendo así con las características de aquellas modalidades estereotipadas como “adecuadas” para la feminidad (Bruce, et al., 2010). Por tanto en este caso se cumple lo que algunos autores han afirmado en relación a que existe una mayor cobertura mediática del deporte femenino si la deportista en cuestión aparece compitiendo en alguna disciplina que no exija fuerza, poder y contacto físico en exceso (Billings y Eastman, 2002; López, 2011).

4.5. Ámbito de la competición

4.5.1. TVE1, Cuatro, La Sexta

La noticia hace referencia a una competición internacional en la que la deportista se consagra como ganadora. Este hecho responde a dos de las excepciones por las que la mujer también tiene mayor probabilidad de aparecer representada en los medios: cuando obtiene una victoria de gran relevancia y, más aún, cuando se trata de representar al país a nivel internacional (Bruce, et al., 2010; ASPIC, 2014).

4.6. Encuadres de la noticia

4.6.1. Restar profesionalidad y méritos

4.6.1.1. TVE1

A lo largo de la noticia de TVE1, hay referencias a la deportista a través de su nombre de pila “Garbiñe” despojándole así de su apellido. Este hecho ha sido señalado por investigaciones previas como mecanismo para restar profesionalidad a la deportista (ASPIC, 2014) ya que el apellido es utilizado con mayor frecuencia en el ámbito profesional mientras que el nombre lo es más en el ámbito privado y de confianza.

Del mismo modo, se infantiliza a la deportista resaltando comentarios de la propia Muguruza: “al saber que había ganado, al suelo como una niña”. Se trata de mostrar a la mujer adulta como un ser menor de edad por la connotación que tiene en relación a su incapacidad para desempeñar el rol deportivo de forma madura (Altés, 2004, López, 2011).

4.6.1.2. Cuatro

Si bien es cierto que en Cuatro se nombra a la deportista por su nombre y apellido “Garbiñe Muguruza”, a través del apoyo gráfico se realiza únicamente por su nombre. Además, también se hace referencia a la misma como “la reina de Francia”, un tipo de alusión que es pensada como estrategia para restar mérito a los

triumfos deportivos de las deportistas (ASPIC, 2014), así como al mismo tiempo resaltar su feminidad (Jones, 2011).

4.6.1.3. La Sexta

En La Sexta la deportista es nombrada por su nombre de pila, al igual que por “la nueva reina de París” y otros descriptores como “radiante” que enfatizan una vez más su feminidad y restan importancia a sus méritos (Jones, 2011). Además, se infantiliza también a la deportista a través de continuas referencias a su vida cuando era una niña y que son justificadas a partir de un comentario de la propia deportista “un sueño cumplido de un torneo que desde pequeña siempre he querido ganar”

4.6.2. Estereotipo de belleza u objeto sexual

4.6.2.1. TVE1

Muguruza es mostrada en TVE1 como objeto sexual a través de distintas estrategias. En primer lugar, porque aparece posando ante las cámaras como si se tratara de una modelo más que de una deportista y lo hace de forma sensual sonriendo y besando suavemente su copa. En segundo lugar, por la vestimenta no deportiva: un vestido muy corto que desnuda sus piernas. En tercer lugar, porque la cámara fracciona su cuerpo deteniéndose en las partes más eróticas como es el pecho y el rostro sonriente (Herrero, et al., 2010; Bissell y Duke, 2007).

4.6.2.2. Cuatro

Al igual que ocurre con TVE1, Cuatro muestra a también a Muguruza con el vestido corto, incluso mostrando como trata de bajárselo en un momento en el que, por coger la copa, deja sus piernas más al descubierto. Además, la deportista se muestra también posando ante las cámaras, aspecto que es reforzado por el mensaje verbal de los presentadores y el apoyo gráfico que así lo dice expresamente “Garbiñe posa con la copa”, “posó abrazada a la copa de los mosqueteros”. Del mismo modo, la cámara fracciona el cuerpo de la deportista realizando primeros planos de su rostro y piernas.

4.6.2.3. La Sexta

Una vez más, la deportista aparece en La Sexta posando ante las cámaras con su vestido siendo señalado también por la presentadora “así ha posado”. A su vez, la cámara fracciona en varias ocasiones el cuerpo de la deportista llegando incluso a recorrer cada parte de su cuerpo de forma progresiva, desde sus largas piernas hasta llegar a su rostro. Del mismo modo, la presentadora explica que la deportista es un “icono dentro y fuera de las pistas” porque también es reclamo de marcas de moda. Tras este comentario, la deportista aparece siendo maquillada y de nuevo posando ante las cámaras con ropa no deportiva como si de una modelo se tratara.

4.6.3. Dependencia y estatus vicario

4.6.3.1. TVE1

En TVE1, Muguruza brinda la victoria a su familia por el sacrificio que han hecho para que pudiera jugar al tenis y cumplir su sueño. De esta forma, al desplazar sus propios méritos a otros, la deportista es mostrada como ser dependiente siendo un rasgo típicamente femenino (Alfaro, et al., 2010; Jones, 2011). Además, este comentario está relacionado con otro estereotipo que tiene que ver con representar a las mujeres deportistas por su estatus vicario y el hacer referencia a su vida familiar convirtiéndola en un ser cercano que no merece respeto o tratamiento formal (Gutiérrez, 2004).

4.6.4. Estado de ánimo y personalidad

4.6.4.1. TVE1

En TVE1, la noticia subraya el estado de ánimo de la deportista a través de estrategias como: en primer lugar, la cámara se detiene en primeros planos sobre un rostro que llora de emoción por la victoria; en segundo lugar, la música que acompaña a la noticia tiene un tono sentimental más propio de otro tipo de situaciones que la competición; por último, se enfatiza en frases de la deportistas tales como: “estoy súper feliz”, “me he quedado en shock”, “estoy súper ilusionada” (Jones, 2011; López, 2011)

4.6.4.2. Cuatro

En Cuatro se refuerza en menor medida el estado anímico de la deportista, aunque también lo hace a través de primeros planos de un rostro feliz y resaltando comentarios de la deportista “ha sido fantástico poder vencer” y de los presentadores “vamos, de hecho no hay manera de que se separe de la copa”.

4.6.4.3. La Sexta

En La Sexta se enfatiza una vez más en el estado anímico de Muguruza por el éxito obtenido a través de primeros planos de una cara sonriente, pero sobre todo a través de los comentarios de la presentadora “como lo está disfrutando”, “aún está asimilando su triunfo” pero también de la deportista “voy a tardar un par de días en asimilarlo”, “un sueño cumplido”.

Además, a través del comentario de la presentadora “con una sonrisa siempre” se intuye que la deportista no solo está feliz de forma momentánea por el triunfo sino que su alegría es parte de su forma de ser, por lo que también hay una alusión a su personalidad.

Sin embargo, el énfasis más evidente a sus emociones se da en la entrevista a su primer entrenador el cual describe a la deportista cuando era “pequeñita” como frágil y nerviosa (Jones, 2011), tal y como ponen de manifiesto sus palabras textuales “ha mejorado, cuando era pequeñita quizás tenía más ansiedad...alguna

lágrima, algún lloro”. Además, este hecho es reforzado doblemente por el informativo ya que, a pesar de ese “quizás”, el apoyo gráfico afirma esta faceta de la deportista con el mensaje “de pequeña tenía más ansiedad”.

4.6.5. Vida privada y rol tradicional

4.6.5.1. La Sexta

En La Sexta, Muguruza es mostrada en su vida privada tal y como señala la presentadora del informativo “le gusta compartir su vida privada en las redes sociales”. En este sentido, es muy típico cuando se trata de una mujer deportista el hacer alusión a temas extra-deportivos que nada tienen que ver con el deporte (Alfaro et al., 2010; Jones, 2011). De manera concreta, la deportista se muestra bailando, haciendo un *playback* y, más interesante aún, cocinando. En este sentido, cuando se trata de una deportista, la información deportiva se entremezcla con otro tipo de roles que debe atender la mujer por su propia condición biológica y que generalmente tienen que ver con las tareas domésticas, el cuidado familiar y la función materna. Por tanto, en el caso de las deportistas “su verdadero mérito no está en triunfar en el deporte, sino a pesar de esto en no desatender su rol principal” (Pedraza, 2012: 54).

5. Discusión de resultados y Conclusiones

A la vista de los resultados, se puede confirmar la H1 viendo cómo, a través de los encuadres de las noticias, se transmiten roles y estereotipos tradicionales que nada tienen que ver con el deporte pero que ayudan a construir una definición específica del deporte femenino (Entman, 1993). Sin embargo, la H2 se rechaza puesto que todas las cadenas de análisis, tanto la pública como las privadas, contribuyen a otorgar y reforzar un tratamiento informativo estereotipado cuando se trata de deporte femenino.

De esta forma, todas las cadenas de televisión, además de restar importancia a la noticia de Garbiñe Muguruza, ofrecen encuadres noticiosos desafortunados como es el de minusvalorar la profesionalidad y méritos de la deportista a través de distintos mecanismos, más o menos sutiles, que tienen que ver principalmente con la forma de referirse a ella (nombre de pila, “reina”) y con un tratamiento condescendiente como si se tratara de menor de edad.

Además, la deportista aparece adscrita a una serie de roles y estereotipos como los que se indican a continuación. El primero de ellos, es el de belleza u objeto sexual que muestra cómo, a pesar de las infinitas posibilidades que habría para definir a las deportistas, la información deportiva suele ceñirse “a la versión más femenina del deporte, a esa interpretación tan machista que vincula mujer con cursilería, la pose o el lucimiento generoso de su cuerpo” (Ibáñez, 2001: 113); se trata de una nueva estrategia utilizada por los medios para promocionar el deporte y a las deportistas que se fundamenta en la idea de que el sexo y/o la sexualización vende más a la audiencia que la propia capacidad deportiva (Bisell y Duke, 2007). El segundo de ellos, tiene que ver con el énfasis en el estado anímico de la

deportista (y la personalidad en el caso de La Sexta) respondiendo así al modelo de feminidad hegemónica definido como un ser emocional y vulnerable incapaz de controlar la situación. El tercero hace referencia a la muestra de las deportistas como seres dependientes transmitiendo el mensaje de que la mujer no está preparada para el triunfo y, por tanto, necesita la influencia de segundas personas para poder lograrlo. El cuarto se refiere a la representación de la deportista por su estatus vicario identificándola por su relación familiar y no por un ser individual (López, 2011). Por último, el quinto y sexto estereotipo hacen referencia a la tendencia que existe a resaltar aspectos de la vida privada de la deportista y a mostrarla desempeñando roles tradicionales, privándola así de otras identidades que vayan más allá del mundo privado (López, 2011).

Todos estos mecanismos forman parte de un entramado simbólico de dominación masculina siendo ejercidos en forma de violencia simbólica a través de micromachismos (Fernández, 2005). Este tipo de conductas microviolentas surge en un contexto social, como la actual, donde se aboga por la igualdad provocando que la imposición de argumentos no se haga por la fuerza sino por la propia naturalidad y, de ahí, que pasen tan desapercibidas. Por tanto, el primer paso para poder erradicarlas es saber identificarlas (Gordillo y Gómez, 2011); hasta entonces, los informativos deportivos seguirán reproduciendo y perpetuando esquemas tradicionales de lo que significa ser hombre y mujer deportista en el siglo XXI.

6. Referencias bibliográficas

- Alfaro, Elida; Bengoechea, Mercedes; y Vázquez, Benilde (2010): *Hablamos de deporte: en femenino y en masculino*. Madrid, Instituto de la Mujer
- Altés, Elvira y Gallego, Juana (2004): "Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación", en LÓPEZ, Pilar: *Manual de Información en género*. Madrid, IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer, pp. 39-68
- AtresPlayer (2016): "La Sexta Noticias 20:00". Recuperado el 7 de junio de 2016, de http://www.atresplayer.com/television/noticias/lasexta-noticias/deportes/2016/junio/dia-5-fiesta-legans-ascenso-primera_2016060500134.html
- ASPIC-Comunicación (2014): *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva*. País Vasco, Dirección de Juventud y Deportes del Gobierno Vasco.
- Billings, Andrew C. & Eastman, Susan T. (2002): "Selective Representation of Gender, Ethnicity, and Nationality in American Television Coverage of the 2000 Summer Olympics". *International Review for the Sociology of Sport*, 37, 351-370.
- Bissell, Kimberly L. & Duke, Andrea M. (2007): "Bump, set, spike: An analysis of commentary and camera angles of women's beach volleyball during the 2004 summer Olympics". *Journal of Promotion Management*, 1 (13), núm. 1-2, 35-53. http://dx.doi.org/10.1300/J057v13n01_04
- Billings, Andrew C.; Angelini, James R.; & DUKE, Andrea H. (2010): "Gendered Profiles of Olympic History: Sportscaster Dialogue in the 2008 Beijing Olympics". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54 (1), 9-23. <http://dx.doi.org/10.1080/08838150903550352>

- Bonino, Luis (2003): "Los micromachismos y sus efectos: Claves para su detección", en Ruiz, Consuelo y Blanco, Pilar: *La violencia contra las mujeres*. Madrid, Díaz de Santos, pp. 83-97.
- Bourdieu, Pierre (1999): *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona, Anagrama.
- Bruce, Toni; Hovden, Jorid; & Markula, Pirkko (2010): *Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage*. Rotterdam, Sense Publishers
- Cooky, Cheryl; Messner, Michael; & Musto, Michela (2015): "It's Dude Time: a quarter century of excluding women's sports in televised and highlight shows". *Communication & Sport*, 3 (3), 261-287. <http://dx.doi.org/10.1177/2167479515588761>
- Entman, Robert M. (1993): "Framing: toward a clarification of a factored paradigm". *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Fernández, José M. (2005): "La noción de violencia simbólica en la obra de Pierre Bourdieu: una aproximación crítica". *Cuadernos de Trabajo Social*, 18, 7-31.
- Gallur, Santiago y García, Berta (2016): "El estereotipo de género como nuevo valor noticia en los periódicos digitales en Europa". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (1), 287-298. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/52596> [Consulta: 6 de junio de 2016]
- Gordillo, Inmaculada y Gómez, Narcisa (2011): "Postmachismo en televisión: Representaciones de actitudes y comportamientos micromachistas en la publicidad no convencional". *Razón y palabra*, 76. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/varia/07_GordilloGomez_V76.pdf [Consulta: 5 de mayo de 2016]
- Gutiérrez, Begoña (2004): "La categorización masculina del mundo a través del lenguaje", en LÓPEZ, Pilar: *Manual de Información en género*. Madrid, IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer, pp. 69-105
- Herrero, Francisco J.; Gutiérrez, Begoña; y Sánchez, Fernando (2010): "Los lectores de marca.com y sus preferencias: más allá del interés meramente deportivo". Libro de actas del *II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Tenerife, Universidad de La Laguna.
- Ibáñez, Eugenia (2001): "Información sobre deporte femenino: El gran olvido". *Apuntes: Educación Física y Deportes*, 3, núm. 65, 111-113.
- Igartua, Juan J. (2006): "El análisis de contenido", en Igartua, Juan J.: *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación*. Barcelona, Bosch, pp. 175-229.
- Jones, Amy H. (2011): "Visual and verbal gender cues in the televised coverage of the 2010 winter Olympics". *International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 6 (2), 199-216.
- Lallana, Ibone (2012): "La influencia de los medios de comunicación en el rendimiento deportivo femenino. El refuerzo de los estereotipos sociales", en Larrondo, Ainara y Meso, Koldo: *IV Jornadas sobre mujeres y medios de comunicación*. Leioa, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, pp. 99-108.
- López, Pilar (2011): *Deporte, mujeres y medios de Comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. Madrid, Consejo Superior de Deportes.
- Mediaset (2016): Mitele. Deportes Cuatro. Recuperado el 7 de junio de 2016, de <http://www.mitele.es/deportes/deportes-cuatro/2016/noche-05062016/>
- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald (1972): "The agenda-setting function of mass media". *Public Opinion Quarterly*,. 36, 176-187.
- Murillo, Francisco J. (2013): *Estudios de caso*. Madrid, Universidad Autónoma de Madrid

- Pedraza, Claudia-Ivette (2012): "Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes". *Derecho a Comunicar*, 4, 46-69
- Portocarrero, Gonzalo y Vich, Víctor (2010): "Respuestas a un Cuestionario: posiciones y situaciones", en RICHARD, Nelly: *En torno a los Estudios Culturales. Localidades, trayectorias y disputas*. Santiago de Chile, Editorial Arcis, pp. 31-39.
- RTVE (2016): "A la carta televisión y radio". Recuperado el 7 de junio de 2016, de <http://www.rtve.es/alcarta/videos/telediario/deportes-td2-fin-semana-05-06-16/3625367/>
- Sábada, Teresa (2008): *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires, Editorial La Crujía.
- Vicente, Miguel (2006): "Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica". *IX Congreso IBERCOM*. Sevilla-Cádiz, Universidad de Sevilla.
-

Elena Calvo Ortega forma parte del Personal Investigador en Formación del Departamento de Sociología y Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca. Es Licenciada en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte por la Universidad de León, Máster universitario en investigación en Comunicación Audiovisual y Máster en profesor de secundaria, bachillerato, formación profesional y enseñanza de idiomas por la Universidad de Salamanca. Sus líneas de investigación son género, deporte, medios de comunicación.

Begoña Gutiérrez San Miguel es Profesora titular de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca (USAL), en la licenciatura de Comunicación Audiovisual. Imparte la asignatura de Narrativa Audiovisual. Es editora de la revista *Fonseca Journal of Communication*. Sus líneas de investigación giran en torno al lenguaje narrativo audiovisual, cinematografía, género en la red, nacionalismo e identidad a través de lo audiovisual y contenidos narrativos televisivos. Es autora de varias publicaciones como Teoría de la narración audiovisual editada por Cátedra.