

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN



**VNiVERSIDAD
D SALAMANCA**

TESIS DOCTORAL

**Las deportistas en los informativos de televisión.
Estudio de caso: los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro
2016**

Autora:

Elena Calvo Ortega

Directora:

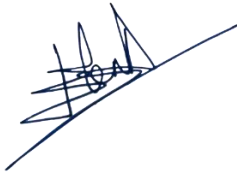
Dra. Begoña Gutiérrez San Miguel

Salamanca, 2018

TESIS DOCTORAL

Las deportistas en los informativos de televisión. Estudio de caso: los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016

Presentada por Elena Calvo Ortega para optar al título de doctora



Elena Calvo Ortega



Vº Bº

Dra. Begoña Gutiérrez San Miguel

Directora



La presente tesis doctoral ha sido desarrollada gracias a la financiación del Programa de Ayudas para contratos Predoctorales de la Universidad de Salamanca, cofinanciadas por el banco Santander.

Resumen

Las deportistas en los informativos de televisión. Estudio de caso: los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016

El objeto de estudio de la presente tesis doctoral son las informaciones protagonizadas por las deportistas en los informativos de televisión de las principales cadenas generalistas del territorio español durante el período olímpico, con el objetivo de analizar la representación, importancia y los encuadres noticiosos, realizados sobre las mismas.

Para ello, se combinaron las técnicas de análisis de contenido y análisis del discurso. De manera concreta, el análisis de contenido fue utilizado para establecer comparaciones cuantitativas entre las informaciones protagonizadas por mujeres y hombres, analizando un total de 861 informaciones. Por su parte, la técnica de análisis del discurso fue utilizada desde una perspectiva cualitativa, explorando los mecanismos periodísticos a través de los cuales se producían encuadres noticiosos asimétricos sobre el deporte femenino.

Los resultados de la investigación muestran que todas las cadenas de análisis, tanto públicas como privadas, incrementan la cantidad de cobertura informativa de las deportistas durante el período olímpico, con respecto a la información diaria que transcurre fuera del período olímpico, apareciendo especialmente en aquellos deportes asociados tradicionalmente a la feminidad. Este incremento en la cobertura es debido a factores como la exaltación nacionalista y el éxito deportivo, pero sin llegar a superar la cantidad de cobertura informativa que recibe el deporte masculino. Sin embargo, destaca una cierta equidad en función del sexo en lo que respecta a la importancia dada a las informaciones, por la relevancia de los eventos y éxitos deportivos obtenidos por el equipo nacional femenino durante este período. Por su parte, en todas las cadenas, las informaciones sobre deporte femenino reciben más encuadres noticiosos que trivializan sus éxitos deportivos y las adscriben a toda una serie de roles y estereotipos de género que nada tienen que ver con la práctica deportiva.

Dichos resultados contrastan con el balance superior de medallas olímpicas que recibieron las deportistas españolas en los Juegos Olímpicos celebrados en Río de Janeiro 2016, y revelan la desigualdad de género existente en términos de cantidad y calidad de cobertura informativa. En definitiva, los resultados extraídos en la presente investigación impiden que las deportistas sean retratadas como

verdaderas competidoras, y transmiten el mensaje de que en el siglo XXI el deporte continúa siendo un reducto masculino.

Palabras clave: Mujeres, deporte, informativos, desigualdad, Juegos Olímpicos

Abstract

Portrayal of Women Athletes in Television Sports News. A Case Study of the Olympic Games in Rio de Janeiro 2016

The present doctoral thesis addresses how news about women athletes was presented in the television sports coverage by the main generalist channels in Spain during the 2016 summer Olympics, with a view to analysing how these women were portrayed, the importance they were given and the news frames used about them.

To do so, the techniques of content analysis and discourse analysis were combined. More specifically, content analysis was used to quantitatively compare the news reported about men and women athletes, analysing a total of 861 news items. Discourse analysis was used from a qualitative perspective, exploring the journalistic mechanisms through which asymmetric news frames about women's sport were produced.

The results of the research show that all the channels analysed, both public and private, increased the amount of coverage of sportswomen during the Olympic period with respect to the daily information provided outside the Olympic period, especially in those sports traditionally associated with femininity. This increase in coverage can be ascribed to factors such as patriotic fervour and sporting success, and never exceeded the amount of coverage received by men's sports. There is, however, a certain equity between the sexes in terms of the importance given to the news, owing to the relevance of sporting events and the successes of the national women's team during this period. On all the channels, news about women's sports used more news frames that trivialized women's athletic successes while assigning them a whole series of gender roles and stereotypes that have nothing to do with sports.

These results contrast with the fact that more Olympic medals were won by Spanish women than men at the Olympic Games held in Rio de Janeiro 2016, and reveal the existing gender inequality in terms of quantity and quality of information coverage. In short, the findings of the research show that women athletes are not portrayed as true competitors, and convey the message that even in the 21st century sport continues to be a masculine redoubt.

Keywords: Women, sport, news, inequality, Olympic Games

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
ESTRUCTURA DE LA TESIS DOCTORAL.....	5
PARTE I. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN	
CAPÍTULO I. LOS ESTUDIOS DE GÉNERO	
1.1 EVOLUCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE GÉNERO	
1.1.1 Antecedentes y estudios incipientes.....	
1.1.2 Estudios de la Mujer.....	
1.1.3 Estudios de las Mujeres	
1.1.4 Estudios de Género	
1.2 ESTEREOTIPOS Y ROLES DE GÉNERO	
1.3 LA INSERCIÓN DEL GÉNERO EN LOS USOS DEL CUERPO	
1.3.1 El cuerpo como espacio de poder	
1.3.2 Mecanismos de transmisión de la cultura física dominante ¡Error! Marcador no definido.	
CAPÍTULO II. LAS MUJERES Y EL DEPORTE	¡Error! Marcador no definido.
2.1 EL DEPORTE MASCULINO COMO CULTURA FÍSICA DOMINANTE	
2.1.1 El deporte como mecanismo de distinción sexual	
2.1.2 Relación de la masculinidad y la feminidad con el deporte	
2.2 RECORRIDO HISTÓRICO DE LAS MUJERES EN EL DEPORTE	
2.2.1 El deporte en la Antigüedad.....	
2.2.2 El deporte en la Era Moderna	
2.2.3 El caso del programa de los Juegos Olímpicos modernos.....	
2.3 LAS DEPORTISTAS EN LA ACTUALIDAD DEL SIGLO XXI	
2.3.1 Prácticas discriminatorias	
2.3.2 Relación diferenciada con el deporte	
2.4 POLÍTICAS E INICIATIVAS EN MATERIA DE IGUALDAD Y DEPORTE	
2.4.1 Marco internacional.....	
2.4.2 Marco español	
CAPÍTULO III. LOS ESTUDIOS CULTURALES Y EL DISCURSO MEDIÁTICO.....	
3.1 LOS ESTUDIOS CULTURALES	
3.1.1 Evolución de los Estudios Culturales	
3.1.2 Estudios Culturales y Feminismo	

3.2 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO INDUSTRIAS CULTURALES.....

3.3 LOS DOMINIOS DISCURSIVOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL.....

3.3.1 Poder e influencia del lenguaje audiovisual.....

3.1.2 Dominios discursivos y decodificación.....

CAPÍTULO IV. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GÉNERO

4.1 EVOLUCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN ¡Error!
Marcador no definido.

4.2 LA DOMINACIÓN MASCULINA EN EL DISCURSO MEDIÁTICO.....

4.2.1 Mecanismos de transmisión

4.2.2 Revisión de la literatura científica en el formato comercial

4.3 REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS .

4.3.1 Contenidos informativos.....

4.3.2 Producción informativa.....

4.5 POLÍTICAS E INICIATIVAS EN MATERIA DE IGUALDAD Y COMUNICACIÓN

4.5.1 Marco internacional.....

4.5.2 Marco español

CAPÍTULO V. DEPORTE, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GÉNERO

5.1 EL DEPORTE Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

5.2 LA COBERTURA DEL DEPORTE FEMENINO

5.2.1 La aniquilación simbólica de las deportistas.....

5.2.2 Factores que influyen en la cobertura mediática

5.2.3 El caso de los JJ.OO: mayor cobertura, pero no igual

5.3 TRIVIALIZACIÓN DEL DEPORTE FEMENINO.....

5.4 ROLES Y ESTEREOTIPOS ASIGNADOS A LAS DEPORTISTAS

5.4.1 Belleza u objeto sexual.....

5.4.2 Roles tradicionales

5.4.3 Referencias a la vida privada y dependencia

5.4.4 Deportes estereotipados

5.4.5 Masculinización y homosexualidad.....

5.4.6 Seres emocionales

5.4.7 Otras referencias sexistas

5.5 LAS DEPORTISTAS EN LA INFORMACIÓN DEPORTIVA

5.5.1 La construcción de la agenda temática deportiva

5.5.2 Los encuadres de la información deportiva

5.5.3 Revisión de la literatura científica en la información deportiva

5.6 LAS PERIODISTAS DEPORTIVAS.....	
5.6.1 Formas de discriminación en el periodismo deportivo.....	
5.6.2 Acciones transgresoras de las periodistas deportivas	
5.7 IMPACTO DE LA COBERTURA DIFERENCIAL EN LA AUDIENCIA	
5.8 POLITICAS E INICIATIVAS EN MATERIA DE IGUALDAD Y COMUNICACIÓN DEPORTIVA	
5.8.1 Marco internacional.....	
5.8.2 Marco español	
PARTE II. ESTUDIO DE CAMPO	
CAPÍTULO VI. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	
6.1 OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	
6.2 PLAN DE ALCANCE Y NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN	
6.3 ANÁLISIS DE CONTENIDO	
6.3.1 Presupuestos metodológicos del análisis de contenido	
6.3.2 El análisis de contenido en los Estudios de Género ¡Error! Marcador no definido.	
6.3.3 Decisiones metodológicas clave en el análisis de contenido	
6.4 ANALISIS DEL DISCURSO.....	
6.4.1 Presupuestos metodológicos del análisis crítico del discurso	
6.4.2 El análisis crítico del discurso en los Estudios de Género	
6.4.3 Complementariedad de técnicas	
6.5 MUESTRA	
CAPÍTULO VII. RESULTADOS.....	
7.1. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO ..¡Error! Marcador no definido.	
7.1.1 Indicadores de representación en la información diaria	
7.1.2 Indicadores de representación durante los Juegos Olímpicos ¡Error! Marcador no definido.	
7.1.3 Indicadores de importancia durante los Juegos Olímpicos ¡Error! Marcador no definido.	
7.1.4 Encuadres que trivializan la competencia deportiva durante los Juegos Olímpicos	
7.1.5 Encuadres que transmiten roles y estereotipos durante los Juegos Olímpicos.....	
7.2 RESULTADOS DEL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO	
7.2.1 Encuadres noticiosos que trivializan la competencia deportiva	
7.2.2 Encuadres noticiosos que transmiten roles y estereotipos de género	

- Caso 1. Informaciones en las que se transmite un rol o estereotipo
- Caso 2. Informaciones en las que se transmiten dos roles o estereotipos
- Caso 3. Informaciones en las que se transmiten más de dos roles o estereotipos

CAPÍTULO VIII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....

8.1 INFORMACIÓN DIARIA FUERA DEL PERÍODO OLÍMPICO (2016).....

8.2 PERÍODO JUEGOS OLÍMPICOS DE RÍO DE JANEIRO (2016) ¡Error! Marcador no definido.

8.2.1. Aumento de la visibilidad de las deportistas

8.2.2 Las deportistas en disciplinas deportivas estereotipadas como femeninas ¡Error! Marcador no definido.

8.2.3 Importancia equitativa de las informaciones.....

8.2.4 Trivialización de las informaciones sobre deporte femenino

8.2.5 Roles y estereotipos de género en las informaciones sobre deporte femenino ...

8.2.6 Similitud entre cadenas de titularidad pública y privadas

CAPÍTULO IX. CONCLUSIONES

CHAPTER IX. CONCLUSIONS

BIBLIOGRAFÍA 8

ANEXOS

ANEXO 1. LIBRO DE CÓDIGOS O CODEBOOK.....

ANEXO 2. FICHA DE ANÁLISIS O CODING FORM

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipo de información en función del sexo y cadena (%)
Tabla 2. Representación en función del sexo (%)
Tabla 3. Representación en función del sexo y cadena (%).....
Tabla 4. Importancia en función del sexo (%).....
Tabla 5. Importancia en función del sexo y cadena (%)
Tabla 6. Duración de la información en función del sexo (s)
Tabla 7. Duración de la información en función del sexo y cadena (s).....
Tabla 8. Trivialización competencia en función del sexo (%).....
Tabla 9. Trivialización competencia en función del sexo y cadena (%)
Tabla 10. Roles y estereotipos en función del sexo (%)
Tabla 11. Roles y estereotipos en función del sexo y cadena (%).....

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tipo de información en función del sexo y cadena (%)
Gráfico 2. Modalidades deportivas en la cobertura diaria (%)
Gráfico 3. Tipo de información en función del sexo y período
Gráfico 4. Tipo de información en función del sexo y cadena (%)
Gráfico 5. Ámbito de competición en función del sexo (%) ¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 6. Resultado internacional del equipo español (%)
Gráfico 7. Tipo de modalidad deportiva en función del sexo (%).....
Gráfico 8. Modalidades deportivas en función del sexo y medalla (%)
Gráfico 9. Importancia en función del sexo (%)
Gráfico 10. Duración de la información en función del sexo (s).....
Gráfico 11. Trivialización competencia en función del sexo (%).....
Gráfico 12. Roles y estereotipos en función del sexo (%).....

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La pertinencia de la presente tesis doctoral “Las deportistas en los informativos de televisión. Estudio de caso: los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016” viene de que el deporte ha sido considerado históricamente como un reducto masculino al configurarse como un espacio en el que simbólicamente se ponen de manifiesto los valores y rasgos asociados tradicionalmente a la masculinidad (heterosexualidad, agresión, fortaleza, etc.), en contraposición con la feminidad hegemónica que dicta papeles y cualidades muy distintas (fragilidad, afectividad, dulzura etc.) que, a priori, son incompatibles con la naturaleza construida del deporte (Altés y Gallego, 2004; Lallana del Río, 2012). Dicha ideología ha sido transmitida a través de las tradiciones, valores y símbolos deportivos, alejando a las mujeres de la práctica deportiva y reforzando la idea de que los hombres son los que verdaderamente están predispuestos para su práctica (Alfaro Gandarillas, Bengochea Bartolomé, y Vázquez Gómez, 2010).

En los últimos años, se ha producido un avance de la situación de las mujeres en el deporte que se refleja a nivel amateur, en una mayor participación de niñas y mujeres, y a nivel profesional, en los grandes éxitos alcanzados por el deporte femenino en gran variedad de deportes. Sin embargo, dicho avance no implica que se haya alcanzado la plena igualdad en el ámbito del deporte ya que aún persisten marcos socioculturales asentados a lo largo del tiempo que siguen transmitiendo la idea tradicional del deporte como un espacio masculino. Este hecho se refleja en los medios de comunicación en general y en los informativos en particular, que buscan reforzar de forma naturalizada dicho orden de género, ejerciendo así una poderosa violencia simbólica contra las mujeres. El problema viene del poder de influencia de los medios en la configuración y legitimación de actitudes, valores y, en definitiva, formas de ver del mundo, por lo que, el qué sabemos del deporte depende en gran parte de la interpretación que realicen del mismo (Aztiker, 2011; Bruce, Hovden, y Markula, 2010; Cooky, Messner, y Musto, 2015; Fink, 2015).

Por ello, el **objeto de estudio** de la presente investigación son las informaciones protagonizadas por las deportistas en los informativos de televisión de las principales cadenas generalistas del territorio español durante el período olímpico. La justificación de seleccionar los medios de comunicación responde a que la vida en el siglo XXI está significativamente mediada, esto es, no existe ningún lugar en el mundo capaz de escapar de forma completa del poder de los medios de comunicación contemporáneos, aunque sea experimentado en distintos grados y formas en función de la población y lugar del planeta (Bruce et al., 2010; Gutiérrez San Miguel, Rodríguez Fidalgo, y Gallego Santos, 2010b).

De manera concreta, el haber escogido la televisión se debe a que se trata del medio de comunicación con mayor audiencia, y a la fuerza que tiene la imagen en la creación de comportamientos miméticos que despojan al sujeto de toda actitud crítica (Alfaro, Bengoechea, y Vázquez, 2010). Estas características se agravan cuando se trata de los informativos de televisión, un espacio que penetra en aquellos momentos del día “que constituyen puntos álgidos en la convergencia de espectadores frente al televisor” (Bartolomé Crespo, 1998, p. 129) y donde las informaciones son transmitidas en forma de sucesión de imágenes mostradas con gran premura, dificultando su lectura por parte de los espectadores y disfrazando la información de una aparente neutralidad (Acaso, 2006; Gutiérrez San Miguel, Rodríguez Fidalgo, y Gallego Santos, 2010a).

Por su parte, el análisis de las informaciones protagonizadas por las deportistas responde a la visión androcéntrica de la sección de deportes de los informativos, aspecto que se pone de manifiesto en la invisibilidad de las deportistas en estos espacios, a excepción de casos puntuales cuando se trata de éxitos o competiciones deportivas de gran relevancia. En este sentido, el analizar el período olímpico viene de que es una de dichas excepciones en las que, si bien aumenta la cobertura informativa, la forma de representar a las deportistas vuelve a reproducir la estructura hegemónica masculina al representarlas bajo ciertos condicionantes que nada tienen que ver con la práctica deportiva (Alfaro Gandarillas et al., 2010; Altés y Gallego, 2004; Billings, Angelini, y Duke, 2010; Bruce et al., 2010).

Partiendo de esta situación, el **objetivo general** de la presente investigación es analizar la cobertura realizada sobre las informaciones protagonizadas por las deportistas y, de manera concreta, la representación, importancia y los encuadres noticiosos realizados sobre las mismas durante los pasados Juegos Olímpicos celebrados en Río de Janeiro 2016.

ESTRUCTURA DE LA TESIS DOCTORAL

La tesis doctoral se distribuye en distintos capítulos que se integran dentro de dos apartados: el primero de ellos, el marco teórico y estado de la cuestión, que establece las bases de la investigación a partir de distintas teorías, conceptos y una amplia revisión de la literatura científica relacionada con la temática objeto de estudio; el segundo, el estudio de campo, que desarrolla la investigación propiamente dicha. De manera concreta, a continuación pasan a detallarse cada uno de dichos capítulos:

Parte I: Marco teórico y estado de la cuestión

- El **capítulo I**, presenta la evolución histórica de los Estudios de Género, establece las bases conceptuales en torno al género, y expone cómo se pone de manifiesto en las técnicas del cuerpo.

- El **capítulo II**, explica las lógicas subyacentes que legitiman la supremacía del deporte masculino, hace un recorrido histórico de la situación de las mujeres en el deporte desde su origen hasta la actualidad, y presenta las políticas e iniciativas adoptadas en materia de igualdad y deporte.

- El **capítulo III**, muestra la evolución de los Estudios Culturales y su relación con el feminismo, y desarrolla la función de los medios de comunicación como industrias culturales en la transmisión de las identidades de género. Del mismo modo, se explica el proceso a través del cual el lenguaje mediático es utilizado para transmitir dichos dominios discursivos, así como la capacidad de la audiencia para oponer resistencia a los mismos.

- El **capítulo IV**, hace un recorrido por la evolución de los Estudios de Género y comunicación para, a continuación, explicar la dominación masculina en el discurso mediático dedicando un apartado concreto al caso de los medios de comunicación informativos. Para terminar, se exponen algunas de las principales políticas e iniciativas adoptadas en materia de igualdad y comunicación.

- El **capítulo V**, se centra de forma específica en los medios de comunicación deportivos explicando su importancia en la sociedad actual, y analizando la cobertura que reciben las deportistas en comparación con sus homólogos masculinos. Posteriormente, se aplica dicha situación a la información deportiva, contemplando la producción y la recepción de dichos contenidos y, finalmente, se

hace referencia a las políticas e iniciativas adoptadas en materia de igualdad y comunicación deportiva.

Parte II: Estudio de campo

- El **capítulo VI**, trata sobre los aspectos metodológicos de la tesis doctoral, integrando la formulación de objetivos, hipótesis y preguntas de investigación, así como el plan de alcance y la naturaleza del estudio. Además, se explican las técnicas utilizadas para llevar a cabo la investigación describiendo cada una de sus fases y, finalmente, la selección de la muestra.

- El **capítulo VII**, expone los resultados obtenidos en la investigación a partir del análisis de contenido y del análisis crítico del discurso.

- El **capítulo VIII**, discute los resultados obtenidos relativos a la información diaria y al período olímpico, contrastándolos con las investigaciones anteriores y con los objetivos planteados en la presente investigación.

- En el **capítulo IX**, se presentan las principales conclusiones extraídas de los resultados de la investigación, dando respuesta a las hipótesis y preguntas de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Acaso, M. (2006). *Esto no son las torres gemelas: cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

ADPC. (2017). *Associació de dones periodistes de Catalunya*. Recuperado el 6 de septiembre de 2017, de http://www.adpc.cat/new_site/

Aguilar, P. (2007). El cine, una representación patriarcal del mundo. En J. Plaza, y C. Delgado (Eds.), *Género y Comunicación* (pp. 129-147). Madrid: Editorial Fundamentos.

Alfaro Gandarillas, E., Bengoechea Bartolomé, M., y Vázquez Gómez, B. (2010). *Hablamos de deporte en femenino y en masculino*. Madrid: Instituto de la Mujer.

Alfaro, E., Bengoechea, M., y Vázquez, B. (2010). *Hablamos de deporte en femenino y en masculino*. Madrid: Instituto de la Mujer.

Altés, E., y Gallego, J. (2004). Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación. En P. López (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 37-68). Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión e Instituto de la mujer.

Álvarez Villa, Á. (2001). Deporte y pasiones comunicativas: el caso del magacín radiofónico español. *La E. Física, el deporte y la salud en l s. XX*. (pp. 245-270). Madrid: Marfil.

AMECO. (2006). *Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación*. Recuperado el 1 de septiembre de 2017, de <http://www.nodo50.org/ameco/>

Angulo, M. (2007). *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, Consejo Superior de Deportes. Recuperado el 2 de junio de 2017, de http://www.mujerydeporte.org/documentos/docs/articulo_imagen_mujer_deportista_en_medios.pdf

Aparici, R., y García, A. (1989). *Lectura de imágenes*. Madrid: Ediciones de la Torre.

BIBLIOGRAFÍA

Aparicio, J., Saavedra, A., Lobo, G., y Quintana, C. (2010). Respuesta a un cuestionario. Posiciones y situaciones. En N. Richard (Ed.), *En torno a los estudios culturales: localidades, trayectorias y disputas* (pp. 57-67). Santiago de Chile: Editorial Arcis.

ASPIC. (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.

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

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

Barbero González, M. Á. (2015). *Tratamiento informativo del deporte femenino español en los Juegos Olímpicos de Verano en el Diario ABC (1924-2012) (Tesis doctoral)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Barbero González, M. Á. (2017). Los Juegos Olímpicos de Río 2016: la explosión del deporte femenino español en El Diario ABC. *Citius, altius, fortius*, 10(1), 39-50.

Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.

Bartolomé Crespo, D. (1998). Los informativos en televisión y su análisis. *Enseñanza*, 16, 127-150.

Benería, L. (1987). ¿Patriarcado o sistema económico? Una discusión sobre dualismos metodológicos. En C. Amorós et al. (Ed.), *Mujeres: Ciencia y Práctica Política* (pp. 39-54). Madrid: Debate.

Bengochea Bartolomé, M. (2004). La categorización masculina del mundo a través del lenguaje verbal de los medios. En P. López (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 69-94). Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión e Instituto de la Mujer.

BIBLIOGRAFÍA

Bengoechea, M. (2003). La representación de la agencia femenina en las secciones políticas de cuatro diarios españoles. *Estudios de Sociolingüística*, 4(2), 563-588.

Berrocal Gonzalo, S., Redondo García, M., y Campos Domínguez, E. (2012). Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (4), 63-79.

Bilbao, M. J. (2007). *Conferencias Mujeres y deporte*. Esplugas de Llobregat: Consell Català de l'Esport.

Billings, A. C., y Eastman, S. T. (2002). Selective representation of gender, ethnicity, and nationality in american television coverage of the 2000 summer olympics. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(4), 351-370. doi:10.1177/101269020203700302

Billings, A. C., Angelini, J. R., y Duke, A. H. (2010). Gendered Profiles of Olympic History: Sportscaster Dialogue in the 2008 Beijing Olympics. *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, 54(1), 9-23. doi:10.1080/08838150903550352

Bissell, K., y Duke, A. (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*, 13(1-2), 35-53. doi:10.1300/J057v13n01_04

Bissell, K., y Holt, A. (2005). *Who's got game? Gender bias in coverage of the 2004 Olympic games on the web* (New York ed.) International Communication Association.

Bonino Méndez, L. (2004). Las microviolencias y sus efectos: Claves para su detección. En C. Ruiz y P. Blanco (Ed.), *La violencia contra las mujeres* (pp. 83-100). Madrid: Diaz de Santos.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Madrid: Anagrama.

Bourdieu, P. (1982). Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo. En C. Wrigth (Ed.), *Materiales de Sociología Crítica* (pp. 183-194). Madrid: La Piqueta.

Bourdieu, P. (1991a). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

BIBLIOGRAFÍA

Bourdieu, P. (1991b). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.

Bradway, J. (1996). *Stereotypical gender roles portrayed in children's television commercials*. Danbury, CT, USA: Western Connecticut State University. Recuperado el 3 mayo de 2017, de <http://people.wcsu.edu/mccarneyh/acad/bradway.html>

Brohm, J. M. (1982). *Sociología política del deporte*. México: Fondo de Cultura Económica, Sección de Obras de Sociología.

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

Buñuel Heras, A. (1994). La construcción social del cuerpo de la mujer en el deporte. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas: Reis*, 68(95), 97-117.

Butler, J. (2007). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.

CAA. (2008a). *Barómetro Audiovisual de Andalucía (2008)*. Andalucía: Consejo Audiovisual de Andalucía.

CAA. (2008b). *Estudio sobre género y deporte en televisión*. Andalucía: Consejo Audiovisual de Andalucía.

CAA. (2008c). *Estudio sobre la publicidad de juguetes en la campaña de Navidad 2006-2007*. Sevilla: Grupo de Trabajo de Infancia. Consejo Audiovisual de Andalucía.

CAA. (2014). *Informe sobre el pluralismo deportivo en las televisiones andaluzas*. Andalucía: Consejo Audiovisual de Andalucía.

Camacho Miñano, M. J. (2013). Contradicciones del significado de la actividad físico-deportiva en las identidades corporales de las chicas adolescentes. *Feminismo/s*, (21), 15-35.

Cantón, M., Altés, E., Soriano, J., Gallego, J., y Melús, M. (2002). La prensa diaria por dentro: Mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. *Anàlisi: Quaderns De Comunicació i Cultura*, (28), 225-242.

BIBLIOGRAFÍA

CIC. (1997). *Código deontológico. Declaración de principios de la profesión periodística en Cataluña*. Barcelona: Colegio de Periodistas de Cataluña.

Clúa Ginés, I. (2008). ¿Tiene género la cultura? Los estudios culturales y la teoría feminista. *Género y cultura popular*,

COE. (2007). Conclusiones y Sugerencias. *Jornada Mujer, Deporte y Comunicación* (pp. 1-9). Madrid: Comisión Mujer y Deporte.

COE. (2017). *Comisión Mujer y Deporte*. Recuperado el 27 de junio de 2017, de <http://mujerydeporte.org/w/>

COE. (2018). *Comité Olímpico Español. Camino a Tokio 2020*. Recuperado el 15 de enero de 2018, de <http://www.coe.es/web/EVENTOSHOME.nsf/home2012?OpenForm>

COI. (2004). *Carta Olímpica*. Lausana: Comité Olímpico Internacional.

COI. (2016). *Factsheet women in the Olympic Movement*. Lausanne: International Olympic Committee. Plan de trabajo para la igualdad entre las mujeres y los hombres 2006-2010. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, SEC 275, 1 de marzo de 2006 (2006).

Estrategia para la igualdad entre mujeres y hombres 2010-2015. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, SEC 1079, SEC 1080, 21 de septiembre de 2010 (2010).

Consejo Británico del Deporte. (1994). Declaración de Brighton sobre la Mujer y el Deporte. *Primera Conferencia Internacional sobre Mujer y Deporte, Brighton* (pp. 5-8)

Consejo de Europa. (1993). *Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística* (Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa ed.). Estrasburgo:

Consejo de Europa. (1999). *Informe de Helsinki sobre el deporte*. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo de Europa. (2000). *Consejo Europeo de Niza*. Niza: Consejo Europeo.

BIBLIOGRAFÍA

Consejo de Europa. (2007). *Recomendación sobre normas y mecanismos de igualdad entre mujeres y hombres*. Europa: ORI-Consejo de Europa.

Consumer. (2002). La revista del consumidor de hoy. *Consumer*, (58). Recuperado el 11 de septiembre de 2017, de http://revista.consumer.es/web/es/20020901/pdf/revista_entera.pdf

Cooky, C., Messner, M. A., y Musto, M. (2015). "It's dude time!" A quarter century of excluding women's sports in televised news and highlight shows. *Communication y Sport*, 3(3), 261-287.

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

CSD. (2009). *Plan Integral para la Actividad física y el deporte. Versión1*. Madrid: Consejo Superior de Deportes, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

CSD. (2010). *Plan Integral para la Actividad Física y el Deporte A+D*. Madrid: Consejo Superior de Deportes, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Recuperado el 2 de febrero de 2017, de <http://www.csd.gob.es/csd/sociedad/plan-integral-para-la-actividad-fisica-y-el-deporte-plan-a-d/>

CSD. (2016). *Deporte federado y de alta competición. Resumen datos estadísticos de la memoria de 2016*. Recuperado el 27 de junio de 2017, de <http://www.csd.gob.es/csd/asociaciones/1fedagclub/otras-estadisticas/>

CSD. (2017). *Consejo Superior de Deportes*. Recuperado el 12 de junio de 2017, de <http://www.csd.gob.es/>

D'Angelo, V. M. (2001). Género, diferencia y desigualdad. In Beltrán, E., y Maquieira, V. (Ed.), *Feminismos: Debates teóricos contemporáneos* (pp. 127-190). Madrid: Alianza editorial.

DAC. (2017). *Diana Athletic Club*. Recuperado el 29 de diciembre de 2017, de <http://www.dianaathleticclub.org/>

Davara Torrego, F., Martínez Fresneda, H., Sánchez Rodríguez, G., y Pedreira Souto, E. (2009). Presencia e imagen de la mujer en las primeras páginas de los periódicos españoles. *Comunicación y Hombre*, (5), 3-19.

BIBLIOGRAFÍA

De Lauretis, T. (1987). *Technologies of gender: Essays on theory, film, and fiction*. Bloomington y Indianápolis: Indiana University Press.

Díez García, A. (2006). Evolución histórica y social de la presencia de la mujer en la práctica física y el deporte. *Revista Lecturas Educación Física y Deportes*, (99). Recuperado el 15 de enero de 2017, de <http://www.efdeportes.com/efd99/mujer.htm>

Duncan, M. (1990). *Gender Stereotyping in Televised Sports*. Los Angeles: Amateur Athletic Foundation.

Duncan, M., y Messner, M. (2005). *Gender in televised sports: News and highlights shows, 1989-2004*. Los Ángeles: Amateur Athletic Foundation of Los Angeles.

Durán, M. (1988). *De puertas adentro*. Madrid: Ministerio de Cultura. Instituto de la Mujer, Serie Estudios.

Eastman, S. T., y Billings, A. C. (1999). Gender parity in the Olympics: Hying women athletes, favoring men athletes. *Journal of Sport and Social Issues*, 23(2), 140-170.

Elias, N., y Dunning, E. (2015). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.

Espinar Ruiz, E. (2006). *Violencia de género y procesos de empobrecimiento: estudio de la violencia contra las mujeres por parte de su pareja o ex-pareja sentimental (Tesis doctoral)*. Córdoba: Universidad de Córdoba.

Espinoza Rojas, J. (2015). Reconfigurando el amor: Mediación tecnológica y relaciones afectivas. *Question.*, 1(45), 86-96.

Fagoaga, C. (1993). Género, sexo y élites en los medios informativos. En F. Ortega, y C. Fagoaga (Eds.), *La flotante identidad sexual* (pp. 97-118). Madrid: Instituto de Investigaciones Feministas de la Universidad Complutense.

Fagoaga, C. (1996). El género en los medios de comunicación. En M. García de León, M. García de Cortázar y F. Ortega. (Eds.), *Sociología de las mujeres españolas* (pp. 351-361). Madrid: Editorial Complutense.

BIBLIOGRAFÍA

Fairclough, N., y Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. En T.A. Van Dijk (Ed.), *Discourse as social interaction* (pp. 258-284). London: Sage.

FAPE. (2017). *Código deontológico FAPE*. Mérida: Federación de Asociaciones de la Prensa de España.

Farré, J., Saperas, E., y Navarro, V. (1999). Telediario y género: la presencia de la mujer en los telediarios. *Formats: Revista de comunicación audiovisual*, (2), 1-9.

Femenías, M. L., y Soza Rossi, P. (2009). Poder y violencia sobre el cuerpo de las mujeres. *Sociologías*, 11(21), 42-65.

Fernández, J. M. (2005). La noción de violencia simbólica en la obra de Pierre Bourdieu: una aproximación crítica. *Cuadernos de trabajo social*, 18, 7-31.

Ferrari, M. P. (2013). Sporting Nature(s): Wildness, the Primitive, and Naturalizing Imagery in MMA and Sports Advertisements. *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 7(2), 277-296.

Fink, J. S. (2015). Female athletes, women's sport, and the sport media commercial complex: Have we really “come a long way, baby”? *Sport Management Review*, 18(3), 331-342.

FIP. (1986). *Declaración de Principios sobre la Conducta de los Periodistas*. Dinamarca: Federación Internacional de Periodistas.

FIP. (2000). *Código Deontológico*. Madrid: Sindicato de Periodistas de Madrid.

Foucault, M. (1980). *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta.

Foucault, M. (1990). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.

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*, 12(22), 267-282.

BIBLIOGRAFÍA

Gallardo Pérez, J. (2013). *Acceso de la mujer a puestos de dirección en organizaciones deportivas (Tesis doctoral)*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.

Gallego Ayala, J. (2003). Producción informativa y transmisión de estereotipos de género en la prensa diaria. *Comunicación y Sociedad*, 16(2), 1-14.

Gallego, J., Altés, E., Melús, M. E., Soriano, J., y Cantón, M. J. (2002). La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. *Anàlisi*, 28, 226-242.

García Canclini, N. (2005). Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla? *Conferência no Seminário sobre Cultura y Desarrollo* (pp. 1-15). Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

García Canclini, N. (2011). *Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos*. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de www.oas.org

García Ferrando, M., y Llopis Goig, R. (2011). *Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010. Ideal democrático y bienestar físico*. Madrid: Consejo Superior de Deportes, Consejo de Investigaciones Científicas.

García Meseguer, A. (2001). ¿Es sexista la lengua española? *Panace@. Revista de Medicina, Lenguaje y Traducción*, 2(3), 20-34.

García Muñoz, N., y Martínez García, L. (2009). La representación positiva de la imagen de las mujeres en los medios. *Revista Comunicar*, 16(32), 209-214.

García Romero, F. (2008). *El deporte femenino en la Antigua Grecia*. Madrid: Universidad Complutense. Recuperado el 15 de octubre de 2017, de <http://pendientedemigracion.ucm.es/centros/cont/descargas/documento12001.pdf>

García Romero, F. (2015). Saltos del toro y carreras rituales. Deporte femenino y religión en la Antigua Grecia. *El Futuro del Pasado: revista electrónica de historia*, (6), 35-67.

García-Delgado Giménez, B., y Revilla Guijarro, A. (2013). La imagen de la mujer deportista en la literatura española. *Feminismo/s* 21 (pp. 51-69). Alicante: Centro de Estudios sobre la Mujer de la Universidad de Alicante.

BIBLIOGRAFÍA

García-Ruiz, R., Aguaded Gómez, J., y Rodríguez Vázquez, A. (2014). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación. Resultados de la valoración de "Rostros de Mujer". *Prisma Social*, (13), 576-609.

Gerbner, G., y Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. En H. Newcomb (Ed.), *Television: The Critical View* (pp. 172-194). New York: Oxford University Press.

González Jiménez, R. M. (2009). Estudios de Género en educación: una rápida mirada. *Revista mexicana de investigación educativa*, 14(42), 681-699. Recuperado el 7 de julio de 2017, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5429559&yorden=0&info=link>

González, I. (2009). Mujeres que interrumpen procesos: las primeras antologías feministas en los Estudios Culturales. *Estudios Feministas*, 12(2), 417-443.

Gordillo Álvarez, I., y Gómez Jarava, N. (2011). Posmachismo en televisión: representaciones de actitudes y comportamientos micromachistas en la publicidad no convencional. *Razón y Palabra*, 76, 1-26.

Greer, J. D., Hardin, M., y Homan, C. (2009). "Naturally" less exciting? Visual production of men's and women's track and field coverage during the 2004 Olympics. *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, 53(2), 173-189.

Gregorio-Godeo, E. (2008). Sobre la instrumentalidad del Análisis Crítico del Discurso para los Estudios Culturales: la construcción discursiva de la "neomachismo". *Discurso y Sociedad*, 2(1), 39-85.

Guerrero Salazar, S. (2017). *La prensa deportiva española. Sexismo lingüístico y discursivo*. Córdoba: UCOPress. Editorial Universidad de Córdoba.

Gutiérrez San Miguel, B. (2004). La categorización masculina del mundo a través del lenguaje icónico. En P. López (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 95-105). Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión e Instituto de la Mujer.

Gutiérrez San Miguel, B., Rodríguez Fidalgo, M., y Gallego Santos, M. (2010a). El tratamiento de las noticias televisivas a debate: de la información a la dramatización. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65), 126-144.

BIBLIOGRAFÍA

Gutiérrez San Miguel, B., Rodríguez Fidalgo, M., y Gallego Santos, M. (2010b). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 268-285.

Hall, S. (1980). Codificar y decodificar. *Culture, Media y lenguaje. Working Papers in Cultural Studies* (pp. 129-139). Londres: Routledge y CCCS University of Birmingham.

Hall, S. (1981). Notes on Deconstructing "The Popular". En R. Samuel (Ed.), *People's History and Socialist Theory* (pp. 227-240). Londres: Routledge.

Hall, S. (1984). Notas sobre la deconstrucción de lo popular. En S. Ralph (Ed.), *Historia popular y teoría socialista* (pp. 1-10). Barcelona: Crítica.

Hall, S. (1995). The West and the Rest: Discourse and Power. En S. Hall, y B. Gieben (Eds.), *Formations of Modernity* (pp. 275-332). Cambridge: Blackwell.

Hardin, M., y Shain, S. (2006). "Feeling much smaller than you know you are": The fragmented professional identity of female sports journalists. *Critical Studies in Media Communication*, 23(4), 322-338.

Hargreaves, J., y Vertinsky, P. (2006). *Sport, exercise, and the female Muslim body*. New York: Routledge.

Hayes, A. F. (2018). *Andrew F. Hayes, Ph.D.* Recuperado el 3 de diciembre de 2017, de 2018, de <http://afhayes.com/index.html>

Hermosilla Calvo, J. (2014). *Cobertura diferencial en función del género en la información deportiva en prensa: Un caso particular de estudio: el suplemento Juegos Deportivos del diario La Rioja sobre los Juegos Deportivos de La Rioja en la Temporada 2010-2011 (Tesis doctoral)*. La Rioja: Universidad de La Rioja.

Hernández García, Y. (2006). Acerca del género como categoría analítica. *Nómadas: revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*, (13).

Herrero Gutiérrez, J., Gutiérrez San Miguel, B., y Sánchez Pita, F. (2010). Los lectores de marca. com y sus preferencias: más allá del interés meramente deportivo. En *Libro de actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social* (pp. 1-16). Tenerife: Universidad de La Laguna.

BIBLIOGRAFÍA

Herrero, J., Barredo, D., y Oller, M. (2012). La triple corona de la Selección española de fútbol. Análisis transversal del triunfo en los principales diarios deportivos españoles. En *Libro de actas del IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social* (pp. 1-34). San Cristóbal de La Laguna: Universidad de La Laguna.

Hollows, J. (2005a). Feminismo, estudios culturales y cultura popular. *Lectora: revista de dones i textualitat*, (11), 15-28.

Hollows, J. (2005b). Feminismo, estudios culturales y cultura popular. *Lectora: revista de dones i textualitat*, (11), 15-28.

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

Igartua Perosanz, J. J. (2006). El análisis de contenido. *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación* (pp. 175-229). Barcelona: Bosch.

Iglesia Martínez, M. J., Lozano Cabezas, I., y Manchado López, C. (2013). Deporte e igualdad: las voces de las deportistas de élite. *Feminismo/s*, (21), 71-90.

IMIO. (1993). *II Plan para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 1993-1995*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer.

IMIO. (1997). *III Plan para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 1997-2000*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer.

IMIO. (2003). *IV Plan para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2003-2006*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer.

IMIO. (2017). *Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades*. Recuperado el 5 de septiembre de 2017, de <http://www.inmujer.gob.es/>

INE. (2011). *Encuesta de empleo del Tiempo (2009-2010)*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística. Recuperado el 15 de septiembre de 2017, de <https://quimosavic.wordpress.com/2011/07/15/encuesta-de-empleo-del-tiempo-2009-2010-espana-instituto-nacional-de-estadistica/>

BIBLIOGRAFÍA

IWG. (2002). *El conjunto de instrumentos de Montreal*. Montreal: Conferencia Mundial sobre la Mujer y el Deporte 2002.

Jiménez Morales, R. (2015). *El deporte femenino español en los Juegos Olímpicos*. Madrid: Consejo Superior de Deportes.

Jones, A. (2011). Visual and Verbal Gender Cues in the Televised Coverage of the 2010 Winter Olympics. *International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 6(2), 199-216.

Jones, D. (2013). Online coverage of the 2008 Olympic Games on the ABC, BBC, CBC and TVNZ. *Pacific Journalism Review*, 19(1), 244-263.

Kian, M., Mondello, M., y Vincent, J. (2009). ESPN. The Women's Sports Network? A Content Analysis of Internet Coverage of March Madness. *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, 53(3), 477-495.

King, G., Keohane, R., y Verba, S. (2000). *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Sidney: Alianza Editorial.

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

Lallana del Río, I. (2012). La influencia de los medios de comunicación en el rendimiento deportivo femenino. El refuerzo de los estereotipos sociales. En K. M. A. Larrondo (Ed.), *IV Jornadas sobre mujeres y medios de comunicación* (pp. 99-108). Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Lamas, M. (2002). *Cuerpo: diferencia sexual y género*. México: Taurus.

Latorre Román, P., González Redondo, M., Moreno Padilla, A., Sierra Jiménez, M., Carmona del Jesús, F., Molina Gómez, D., y Rentero Blanco, M. (2007). Mujer, deporte y medios de comunicación. *Revista digital de Buenos Aires*, 11, 106. Recuperado el 4 de noviembre de 2017, de <http://www.efdeportes.com/efd106/mujer-deporte-y-medios-de-comunicacion.htm>

Lazar, M. M. (2007). Feminist critical discourse analysis: Articulating a feminist discourse praxis. *Critical Discourse Studies*, 4(2), 141-164.

BIBLIOGRAFÍA

Lee, J. (1992). Media portrayals of male and female Olympic athletes: Analyses of newspaper accounts of the 1984 and the 1988 summer games. *International Review for the Sociology of Sport*, 27(3), 197-219.

Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, Boletín Oficial del Estado, nº12, 14 de enero de 2005 (2004).

Ley 10/1990, de 15 de Octubre, del Deporte, Boletín Oficial del Estado, nº249, 17 de octubre de 1990 (1990). Recuperado el 3 de julio de 2017, de http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/info-inst/ley_deporte_10_1990_15_octubre.pdf

Ley 2/2003, de 28 de marzo, del Deporte de Castilla y León. Boletín Oficial del Estado, nº 97, 23 de abril de 2003 (2003). Recuperado el 15 de octubre de 2017, de <https://www.boe.es/boe/dias/2003/04/23/pdfs/A15762-15782.pdf>

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Boletín Oficial del Estado, nº274, 15 de noviembre de 1988 (1988).

Ley 6/1998, de 14 de diciembre, del Deporte en Andalucía, Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, nº 148, 29 de diciembre de 1998U.S.C. (1998). Recuperado el 14 de septiembre de 2016, de <http://www.juntadeandalucia.es/boja/1998/148/1>

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, Boletín Oficial del Estado, nº79, 1 de abril de 2010 (2010).

Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género. Boletín Oficial del Estado, nº106, 29 de diciembre de 2004U.S.C. (2005).

Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Boletín Oficial del Estado, nº 71, 23 de marzo de 2007 (2007). Recuperado el 4 de marzo de 2016, de <https://www.boe.es/boe/dias/2007/03/23/pdfs/A12611-12645.pdf>

López Díez, P. (2001). *Primer Informe: Representación de Género en los Informativos de Radio y Televisión*. Madrid: Instituto de la Mujer e Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE).

BIBLIOGRAFÍA

López Díez, P. (2005). *Segundo Informe: Representación de Género en los Informativos de Radio y Televisión*. Madrid: Instituto de la Mujer e Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE).

López Díez, P. (2011). *Deporte y mujeres en los medios de comunicación: sugerencias y recomendaciones*. Madrid: Consejo Superior de Deportes. Recuperado el 11 de junio de 2016, de <http://www.pilarlopezdiez.eu/documents/CSD.LibroDeporteymujeres.pdf>

López Villagra, E. D. (2014). Pierre Bourdieu y la violencia simbólica. *Cum Laude*, (1), 178-198.

Macharia, S., O'Connor, D., y Ndangam, L. (2010). *Who Makes the News?: Global Media Monitoring Project 2010*. Toronto: World Association for Christian Communication.

Macharia, S., O'Connor, D., y Ndangam, L. (2015). *Who Makes the News?: Global Media Monitoring Project 2015*. Toronto: World Association for Christian Communication.

Martín Casares, A. (2006). *Antropología del género. Culturas, mitos y estereotipos sexuales*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Mattelart, M. (1982). *Mujeres e industrias culturales. Memorias de un pensamiento crítico*. Barcelona: Anagrama.

Matteo, S. (1986). The effect of sex and gender-schematic processing on sport participation. *Sex Roles*, 15(7), 417-432.

McCombs, M., y Ghanem, S. I. (2001). The Convergence of agenda setting and framing. En S. D. Reese, O. H. Gandy, y A. E. Grant (Ed.), *Framing public life* (pp. 67-82). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

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

MECD. (2015). *Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2015*. Madrid: Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

BIBLIOGRAFÍA

MECD. (2017). *Anuario de Estadísticas deportivas 2017*. Madrid: Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Messner, M. A. (2002). *Taking the field: Women, men, and sports*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Metheny, E. (1965). Symbolic forms of movement: The feminine image in sports. In E. Metheny (Ed.), *Connotations of movement in sport and dance* (pp. 43-56). Dubuque: Brown Dubuque, IA.

Montecino, S. (1997). *Palabra dicha. Escritos sobre género, identidades, mestizajes*. Universidad de Chile: Serie Estudios.

Moragas Spà, M. (1976). *Semiótica y comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones Península.

Moragas Spà, M. (2011). De los efectos a las nuevas teorías de la recepción y la interpretación. En M. Moragas Spà (Ed.), *Interpretar la comunicación* (pp. 93-117). Barcelona: Gedisa.

MSSSI. (2007). *I Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2008-2011*. Madrid: Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad;.

MSSSI. (2014). *II Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2014-2016*. Madrid: Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Mujeres en Red. (2002a). *La Comunicación como fuente de poder para las Mujeres. Declaración de Bangkok 1994*. Recuperado el 5 de septiembre de 2017, de <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article2017>

Mujeres en Red. (2002b). *Simposio Internacional sobre Mujeres y Medios de Comunicación. UNESCO. Toronto 1995*. Recuperado el 5 de septiembre de 2017, de <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article2018>

Muñoz González, B., Rivero Jiménez, B., y Fondón Ludeña, A. (2013). Feminidad hegemónica y limitación en la práctica deportiva. *Feminismo/s*, (21), 37-50.

BIBLIOGRAFÍA

Narotzky, S. (1995). *Mujer, mujeres, género :una aproximación crítica al estudio de las mujeres en las Ciencias Sociales*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Neuendorf, K. A. (2004). Content analysis: A contrast and complement to discourse analysis. *Qualitative Methods: Newsletter of the American Political Science Association Organized Section on Qualitative Methods*, 2(1), 33-36.

NUJ Code of Conduct , National Union of JournalistsU.S.C. (2013).

ONU. (1995). *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*. Beijing: Organización de las Naciones Unidas.

Ortner, S. B. (1974). Is Female to Male, as nature is to culture? En M. Rosaldo y L. Lamphere (Eds.), *Woman, culture, and society* (pp. 68-87). Stanford: Stanford University Press.

Parkin, R., y Stone, L. (2007). *Antropología del parentesco y de la familia*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.

Parlamento Europeo. (2003). *Informe sobre las mujeres y el deporte*. Bruselas: Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Oportunidades.

Pascual Fernández, A. (2016). Sobre el mito del amor romántico. Amores cinematográficos y educación. *Dedica. Revista de Educação e Humanidades*, (10), 63-78.

Pearson, J.C; Turner, L.H; Mancillas, W.T (1993). *Comunicación y género*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Pedelty, M., y Kuecker, M. (2014). Seen to be heard? Gender, voice, and body in television advertisements. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 11(3), 250-269.

Pedraz, M. V. (1997). Poder y cuerpo: El (incontestable) mito de la relación entre ejercicio físico y salud. *Educación Física y Ciencia*, 3(2), 7-9.

Pedraz, M. V. (2001). La mirada del otro: escuela, cuerpo y poder. *Revista de educación física: Renovar la teoría y practica*, (84), 5-16.

BIBLIOGRAFÍA

Pedraz, M. V. (2005). El cuerpo de la educación física: dialéctica de la diferencia. *Revista Iberoamericana de educación*, (39), 53-57.

Pedraz, M. V. (2013). Cuerpo y contracuerpo: la historicidad de las producciones corporales y el sentido de la Educación Física. *Educación Física y Ciencia*, 7, 68-86.

Pedraz, M. V., y Brozas Polo, M. P. (1997). La disposición regulada de los cuerpos. Propuesta de un debate sobre la cultura física popular y los juegos tradicionales. *Apunts. Educación física y deportes*, 2(48), 6-16.

Pedraza Bucio, C. (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.

Peeters, R., y Van Sterkenburg, J. (2016). Making sense of race/ethnicity and gender in televised football: reception research among British students. *Sport in Society*, 20(5-6), 701-715.

Pemberton, C., Shields, S., Gilbert, L., Shen, X., y Said, H. (2004). A look at print media coverage across four Olympiads *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 13, 87-99. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 13(2), 87-99.

Perform. (2014). *Informe Global 2014 sobre Consumo de Contenidos Deportivos*. Londres: Perform, Kantar Media Sport y SportsBusiness Group.

Portocarrero, G., y Vich, V. (2010). Respuestas a un Cuestionario: posiciones y situaciones. En N. Richard (Ed.), *En torno a los estudios culturales: localidades, trayectorias y disputas* (pp. 31-39). Santiago de Chile: Editorial Arcis.

Preciado, B. (2002). *Manifiesto contrasexual*. Madrid: Ópera Prima.

Editors' Code of Practiced, Press Complaints ComissionU.S.C. (2011).

Price Cindy, J. (2011). Using Visual Theories to Analyze Advertising: A Case Study of South Dakota's Abortion Commercials. *Visual Communication Quarterly*, 18(1), 18-30.

Puig, N., y Heinemann, K. (1991). El deporte en la perspectiva del año 2000. *Papers: revista de sociologia*, (38), 123-141.

BIBLIOGRAFÍA

Radl Philipp, R. (1996). Los medios de comunicación de masas y sus imágenes femeninas. En M. García de León, M. García de Cortázar y F. Ortega (Ed.), *Sociología de las mujeres españolas* (pp. 367-384). Madrid: Editorial Complutense.

Ramírez Macías, G., Piedra de La Cuadra, J., Ries, F., y Rodríguez Sánchez, A. (2011). Estereotipos y roles sociales de la mujer en el cine de género deportivo. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 12(2), 82-104.

Ramón Vegas, X. (2012). La cobertura deportiva y el principio deontológico de la justicia. Revisión de la literatura sobre las representaciones mediáticas de género, nacionalidad, raza y discapacidad en los Juegos Olímpicos. En *Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: Comunicación, control y resistencias*. (pp. 1-26). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Richard, N. (2010). Un debate en curso. En N. Richard (Ed.), *En torno a los estudios culturales: localidades, trayectorias y disputas* [En torno a los estudios culturales: localidades, trayectorias y disputas] (pp. 143-180). Santiago de Chile: Editorial Arcis.

Richardson, J. E. (2007). Analysing Newspapers: Context, Text and Consequence. En J. E. Richardson (Ed.), *Analysing Newspapers: An approach from Critical Discourse Analysis* (pp. 15-44). New York: Palgrave Macmillan.

Riemer, B. A., y Visio, M. E. (2003). Gender typing of sports: An investigation of Metheny's classification. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 74(2), 193-204.

Rodríguez Ferrándiz, R. (2009). Tiempos de cambio: industrias culturales en clave postindustrial. *Revista TELOS*, (78), 1-17.

Rojas Torrijos, J. (2010). La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista. *Vivat Academia*, (113), 122-136.

Romaguera i Ramió, J. (1999). *El lenguaje cinematográfico: gramática, géneros, estilos y materiales*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Romero, S. (2008). Influencia del patrocinio y de los medios de comunicación en la discriminación del deporte de elite femenino. *Tándem: Didáctica de la Educación Física*, 7(28), 39-53.

BIBLIOGRAFÍA

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

Sainz de Baranda Andújar, C. (2014a). El género de los protagonistas en la información deportiva (1979-2010): noticias y titulares. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20(2), 1225-1236.

Sainz de Baranda Andújar, C. (2014b). Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles. *Cuadernos de psicología del deporte*, 14(1), 91-102.

Sainz de Baranda Andújar, C. (2017). La imagen del baloncesto en la prensa deportiva (1979-2010). *Revista de psicología del deporte*, 26(1), 139-142.

Sampedro, V. (2004). Identidades mediáticas. La lógica del régimen de visibilidad contemporánea. *Sphera pública*, (4), 17-35.

Sánchez Bello, A. (2004). La construcción de la Agenda Setting desde los medios de comunicación. En P. López (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 29-36). Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión e Instituto de la Mujer.

Sánchez Ruiz, E. (2007). Industrias culturales, diversidad y pluralismo en América Latina. *Global Media Journal*, 4(7), 31-45.

Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. *Cinta de moebio*, (41), 207-224.

Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta de moebio*, (49), 1-10.

Scott, J. (1990). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En M. Nash y J.S. Amelang (Ed.), *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea* (pp. 23-56). Valencia: Alfons el Magnanim.

SPJ (1996). *Code of Ethnics*. Indianápolis: Society of Professional Journalists.

Statista. (2017). *Porcentaje de personas que han seguido espectáculos deportivos a través de los medios en España en 2015 por tipo de deporte*. Recuperado el 9 de septiembre de 2017, de <https://es.statista.com/estadisticas/508539/eventos-deportivos-porcentaje-de-seguidores-en-los-medios-espana-por-deporte/>

BIBLIOGRAFÍA

TELECYL. (2006). *Actitudes y prácticas deportivas de las mujeres en España*. Madrid: Instituto de la Mujer. Recuperado el 25 de septiembre de 2017, de <http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/estudios/serieEstudios/docs/92practdeportivas.pdf>

Teramo, M. T. (2006). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros . *Palabra Clave*, 9(1), 57-84.

Torres Barzabal, L., y Jiménez Hernández, A. (2005). Enseñemos a discriminar estereotipos sexistas en la televisión. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 2(25), 365.

Torres da Silva, M., Brites, M. J., Figueiras, R., Correia Santos, S., Amaral, I., Marôpo, L., Pacheco, L. (2017). Between traditional and social media: News repertoires in Portugal. *Participations. Journal of Audience y Reception Studies*, 14(2), 283-300.

Tortosa Martínez, J., y Vega Ramírez, L. (2013). Introducción. *Feminismo/s*, (21), 9-13.

Trenzado Romero, M. (2000). El cine desde la perspectiva de la Ciencia Política. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, (92), 45-70.

Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.

Tuggle, C., Huffman, S., y Rosengard, D. (2002). A descriptive analysis of NBC's coverage of the 2000 Summer Olympics. *Mass Communication and Society*, 5(3), 361-375.

UNESCO. (1983). *Código Internacional de ética periodística*. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Unión Europea. (2004). *Tratado por el que se establece una Constitución para Europa*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

Valladares Trejo, C. (2012). *Análisis del discurso de género en los programas televisivos de producción nacional dirigidos a mujeres*. El Salvador: Universidad centroamericana José Simeón Cañas.

BIBLIOGRAFÍA

Van Dijk, T. A. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos: Huellas del Conocimiento*, (186), 23-36.

Van Sterkenburg, J., y Spaaij, R. (2015). Mediated football: representations and audience receptions of race/ethnicity, gender and nation. *Soccer y Society*, 16(5-6), 593-603.

Van Zoonen, L. (1988). Rethinking women and the news. *European journal of communication*, 3(1), 35-53.

Van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. London: Sage Publications.

Vázquez, B. (1987). Educación física para la mujer: Mitos, tradiciones y doctrina actual. En *Mujer y Deporte* (pp. 57-63). Madrid: Ministerio de Cultura. Instituto de la Mujer.

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

Velázquez Buendía, R. (2001). El deporte moderno. Consideraciones acerca de su génesis y de la evolución de su significado y funciones sociales. *Educación Física y Deportes*, 7(36). Recuperado el 16 de enero de 2016, de <http://www.efdeportes.com/efd36/deporte3.htm>

Vicente Mariño, M. (2006). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. En *IX Congreso IBERCOM*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Vincent, J., Imwold, C., Johnson, J., y Massey, D. (2003). Newspaper coverage of female athletes competing in selected sports in the 1996 centennial Olympic Games: The more things change the more they stay the same. *Women in Sport y Physical Activity Journal*, 12(1), 1-21.

Wimmer, R., y Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

Yrache Jiménez, L. (2007). Imagen de la mujer y el hombre en publicidad. En J. Plaza, y C. Delgado, (Ed.), *Género y Comunicación* (pp. 101-125). Madrid: Editorial Fundamentos.

