

Presencia y tratamiento de las deportistas en los medios de comunicación de Navarra

Clara Sainz de Baranda Andújar



Nafarroako Gobernua
Gobierno de Navarra



Nafarroako Kirolaren eta Gazteriaren Institutua
Instituto Navarro de Deporte y Juventud



Presencia y tratamiento de las deportistas en los medios de comunicación de Navarra

Clara Sainz de Baranda Andújar



Nafarroako Gobernua
Gobierno de Navarra



Nafarroako Kirolaren eta Gazteriaren Institutua
Instituto Navarro de Deporte y Juventud

Nafarroako Gobernua
Kultura, Kirol eta
Gazteria Departamentua



Gobierno de Navarra
Departamento de Cultura,
Deporte y Juventud

**Nafarroako Kirolaren eta Gazteriaren
Institutua**
Instituto Navarro de Deporte y Juventud
Arrieta, 25
31002 PAMPLONA/IRUÑA
Tel. 848 42 78 92
Faxa-Fax 848 42 36 28

Título: Presencia y tratamiento de las deportistas en los medios de comunicación de Navarra

Autora: Clara Sainz de Baranda Andújar. Universidad Carlos III de Madrid

Edición y Coordinación: Nafarroako Kirolaren eta Gazteriaren Institutua. Instituto Navarro de Deporte y Juventud

Diseño y maquetación: Clara Sainz de Baranda Andújar

Depósito legal: DL NA 614-2018

El INDJ presenta los resultados de esta investigación sobre el tratamiento que los medios de comunicación de Navarra hacen de las mujeres y el deporte. El estudio nos muestra como la visibilidad de las mujeres en los medios de comunicación, en este caso las deportistas, sigue siendo muy inferior a la de los hombres y como esta situación no ha mejorado en la misma medida que se ha incrementado los triunfos internacionales y la actividad deportiva de las mujeres. No obstante, con esta investigación se trata de evidenciar la situación de forma científica y, también, de abrir vías de cambio y soluciones para que hombres y mujeres, conjuntamente, construyamos una información equitativa, que haga justicia a la práctica y los méritos deportivos de niñas, jóvenes y mujeres.

Rubén Goñi Urroz

Director Gerente del Instituto Navarro de Deporte y Juventud

ÍNDICE

ESTUDIO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA	5
Muestra	5
Metodología	7
RESULTADOS GLOBALES	9
El género de protagonistas	9
La extensión de la información	10
Los hombres, protagonistas de las portadas	10
Los titulares	11
Las deportistas quedan relegadas a un simple breve	13
Las disciplinas deportivas	14
Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas	16
Ámbito geográfico	18
Fotografías	19
RESULTADOS DE LAS INFORMACIONES PROTAGONIZADAS POR MUJERES	21
La invisibilidad de las mujeres una constante en todos los medios	21
Los hombres protagonistas de las `mixtas`: la extensión de la información	21
Abundan los nombres propios masculinos en informaciones de mujeres	22
Hombre como fuentes de las informaciones de mujer	24
PRINCIPALES SEGOS DISCURSIVOS	25
Asimetrías en el discurso	25
Utilización del masculino genérico	26
Mujeres sin nombre	26
Las feminizaciones	27
Identificación sexual	27
Diminutivos / infantilización	28
Mujeres presentadas en actitud de dependencia	29
La excepción como criterio de noticiabilidad	30
Las deportistas tienen poca visibilidad en los espacios principales	31
Los hombres siguen apareciendo delante de las mujeres: orden de presentación	33
Gran mejoría en las fotografías de mujeres	34
CONCLUSIONES	37
Equipo de investigación	41
Bibliografía	41
Anexo Informe “Presencia y tratamiento de las mujeres en el deporte en los medios generalistas de información deportiva navarros”	43

GRÁFICAS

Gráfica 1. Porcentaje de las informaciones analizadas según el medio	6
Gráfica 2. Género de protagonista principal de la información según el medio	9
Gráfica 3. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas	11
Gráfica 4. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas	12
Gráfica 5. Las citas en los títulos según el género de protagonistas	12
Gráfica 6. El género periodístico según el género de protagonistas	13
Gráfica 7. Los deportes tratados en las informaciones	14
Gráfica 8. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas	15
Gráfica 9. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas	16
Gráfica 10. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas	17
Gráfica 11. Ámbito geográfico según el género de protagonistas.....	18
Gráfica 12. Ámbito navarro según el género de protagonistas	19
Gráfica 13. Número de las fotografías en las informaciones	19
Gráfica 14. Protagonistas de las fotografías en las informaciones según género	20
Gráfica 15. Las protagonistas de las informaciones. Distribución por medios	21
Gráfica 16. Las protagonistas de las informaciones. Inclusión de un nombre propio en el título	22
Gráfica 17. Las protagonistas de las informaciones. Citas en los titulares	24
Gráfica 18. Las protagonistas de las informaciones. Ubicación de la noticia.....	32
Gráfica 19. ANOVA de 2 factores: género de protagonista principal y medio.....	44

IMÁGENES

Imagen 1. Diario de Navarra: 3 de mayo de 2017	22
Imagen 2. Nube de palabras de los nombres en las informaciones. Elaboración propia	23
Imagen 3. TVE	24
Imagen 4. Ejemplos de asimetrías. Elaboración propia	25
Imagen 5. Nube de palabras masculino genérico. Elaboración propia	26
Imagen 6. Marca: 4 de mayo de 2017	27
Imagen 7. Diario de Navarra: 5 de mayo de 2017	27
Imagen 8. Nube de palabras feminizaciones: Correcta / Incorrecta. Elaboración propia	27
Imagen 9. Nube de palabras identificación sexual. Elaboración propia	28
Imagen 10. Diario de Noticias: 4 de septiembre de 2017	28
Imagen 11. Nube de palabras diminutivos / infantilización. Elaboración propia.....	29
Imagen 12. Nube de palabras relaciones familiares. Elaboración propia	30
Imagen 13. Ejemplos propiedad. Elaboración propia.....	30
Imagen 14. Ejemplos de excepción. Elaboración propia	31
Imagen 15. Marca: 2 de septiembre de 2017	31
Imagen 16. Ejemplos de portadas (Marca y Gara). Elaboración propia.....	33
Imagen 17. Ejemplos de orden de presentación. Elaboración propia	34
Imagen 18. Gara: 1 de mayo de 2017	35
Imagen 19. Navarra Sport: 6 de mayo de 2017	35
Imagen 20. Diario de Navarra: 5 de mayo de 2017	35
Imagen 21. Diario de Noticias: 5 de mayo de 2017	35
Imagen 22. Marca: 3 de septiembre de 2017	36
Imagen 23. Diario de Navarra: 7 de mayo de 2017	36
Imagen 24. Gara: 2 de mayo de 2017	36
Imagen 25. Diario de Noticias: 1 de mayo de 2017	36
Imagen 26. Navarra Sport: 1 de septiembre de 2017	36
Imagen 27. Navarra Deportiva: 6 de mayo de 2017	36

TABLAS

Tabla 1. Muestra	6
Tabla 2. Género de protagonista principal de la información. Todos los medios	43
Tabla 3. Género de protagonista principal de la información según el medio	43
Tabla 4. ANOVA de 2 factores: género de protagonista principal y medio	43
Tabla 5. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas	44
Tabla 6. Las citas en los títulos según el género de protagonistas	44
Tabla 7. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas	45
Tabla 8. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas	45
Tabla 9. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas	46
Tabla 10. Ámbito geográfico según el género de protagonistas	47
Tabla 11. Ámbito navarro según el género de protagonistas	47
Tabla 12. El género periodístico según el género de protagonistas.....	47
Tabla 13. Género de protagonista principal de la información. Diarios Impresos	48
Tabla 14. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas. Diarios impresos	48
Tabla 15. Las citas en los títulos según el género de protagonistas. Diarios impresos	49
Tabla 16. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas. Diarios impresos	49
Tabla 17. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Diarios impresos	49
Tabla 18. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Diarios impresos	51
Tabla 19. Ámbito geográfico según el género de protagonistas. Diarios impresos.....	51
Tabla 20. Ámbito navarro según el género de protagonistas. Diarios impresos	51
Tabla 21. El género periodístico según el género de protagonistas. Diarios impresos	52
Tabla 22. Género de protagonista principal de la información. Diarios digitales	53
Tabla 23. Las citas en los títulos según el género de protagonistas. Diarios digitales.....	53
Tabla 24. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas. Diarios digitales.....	53
Tabla 25. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Diarios digitales.....	54
Tabla 26. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Diarios digitales	54
Tabla 27. Ámbito geográfico según el género de protagonistas. Diarios digitales	55
Tabla 28. Ámbito navarro según el género de protagonistas. Diarios digitales.....	55
Tabla 29. El género periodístico según el género de protagonistas. Diarios digitales	55
Tabla 30. Género de protagonista principal de la información. Informativos locales de televisión.....	56
Tabla 31. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión.....	56
Tabla 32. Los totales en los títulos según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión	56
Tabla 33. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión.....	57
Tabla 34. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión	57
Tabla 35. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión	58
Tabla 36. Ámbito geográfico según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión	58
Tabla 37. Ámbito navarro según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión.....	58
Tabla 38. El género periodístico según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión	58
Tabla 39. Género de protagonista principal de la información. Programas deportivos en radio	59
Tabla 40. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio	59
Tabla 41. Los totales en los títulos según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio	59
Tabla 42. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio	60
Tabla 43. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio	60
Tabla 44. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio	61
Tabla 45. Ámbito geográfico según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio.....	61
Tabla 46. Ámbito navarro según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio	62
Tabla 47. El género periodístico según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio	62

ESTUDIO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA

Esta publicación es resultado del proyecto de investigación “Presencia y tratamiento de las mujeres en el deporte en los medios generalistas de información deportiva navarros”, encargado por el Instituto Navarro de Deporte y Juventud del Gobierno de Navarra, donde se analiza el contenido de la información deportiva editada y emitida en Navarra durante el año 2017.

En la actualidad, los diferentes estudios sobre información deportiva a nivel nacional e internacional han demostrado diferencias de género en el tratamiento que reciben las y los deportistas. En este sentido podemos afirmar que se produce un trato asimétrico, no solo por el número de informaciones que se les dedican, sino también por el enfoque utilizado, donde se produce una narración muy estereotipada e incluso una trivialización de los contenidos. A pesar de los logros de las deportistas, éstas aparecen poco y mal representadas en los medios de comunicación, algo que está estrechamente relacionado con la visión y configuración masculina de los medios de comunicación.

Los datos nos permiten definir un escenario en el que la información deportiva editada y emitida en Navarra constituye una ineludible fuente de información e influencia para la ciudadanía, en su concepción del lugar que ocupa la mujer en la sociedad. Por ello, es necesario revisar qué tratamiento se está haciendo la información deportiva en general y en concreto de las deportistas y de la imagen que los medios locales transmiten.

La preocupación por la falta de referentes femeninos para las niñas y adolescentes es una constante. La exclusión de la mujer en el deporte por parte de los medios informativos puede influir a la hora de elegir si practicar deporte o no, pero también en la profesionalización y la dignificación del deporte y de las deportistas.

En este sentido, también influye en la percepción de la realidad de las mujeres y su situación en el mundo. Si una mujer triunfa en el ámbito deportivo y no merece una portada, ni tan siquiera una referencia, mientras que los hombres las ocupan por el simple hecho de ser hombres. ¿Cómo vamos a decirle a la juventud que todos y todas somos iguales y que se debe reconocer por igual el esfuerzo y el trabajo de las personas? ¿Cómo podemos hablar de igualdad salarial? ¿Cómo podemos hablar de igualdad real mientras los medios de comunicación actúan como altavoz de la situación real?

Hay que trabajar por una igualdad de tratamiento informativo y visualización en los medios de comunicación para conseguir influir en el público y conseguir una igualdad real en nuestra sociedad.

Muestra

La muestra a analizar son los medios que contienen información deportiva y con las mayores audiencias en la Comunidad Foral de Navarra: cuatro periódicos impresos (Diario de Navarra, Diario de Noticias, Gara y Marca); dos diarios digitales (Navarra Sport y Navarra deportiva); dos programas informativos de televisión (Tele Navarra: Informativo territorial de RTVE y Navarra televisión: Noticias Navarra 20.30H) y los programas de información deportivos del medio día de tres emisoras de radio (Radio Marca de Navarra, Cope Navarra y Cadena Ser Navarra).

Mediante un muestreo aleatorio, se han analizado todas las informaciones deportivas publicadas durante 14 días, 7 días pertenecientes a mayo, final de la temporada 2016 – 2017; y 7 días de septiembre, principio de la temporada 2017-2018.

Tabla 1. Muestra

MEDIOS	Espacio total de la muestra	Espacio información deportiva analizada	Número de informaciones deportivas	
Diarios impresos 793.308 cm ²	Marca	693.240 cm ² (654 páginas)	388.510 cm ²	1620
	Diario de Navarra	1.274.640 cm ² (1128 páginas)	190.236 cm ²	792
	Diario de Noticias	646.640 cm ² (1096 páginas)	94.658 cm ²	665
	Gara	703.840 cm ² (664 páginas)	119.904 cm ²	408
Diarios Digitales 375.518 caracteres	Navarra Sport	243206 caracteres	243206 caracteres	224
	Navarra deportiva	132312 caracteres	132312 caracteres	79
Televisión 2 h 32 min 35 s (9.155 s)	Navarra televisión	18.434 s	3465 s (57 min 45 s)	62
	Tele Navarra RTVE	21.610 s	5690 s (1 h 34 min 50 s)	82
Radio 30 h 3 min 6 s (108.186 s)	Radio Marca Navarra	91.533 s	67117 s (18 h 38 min 37 s)	370
	Cope Navarra	22.994 s	19951 s (5 h 32 min 31 s)	132
	Cadena Ser Navarra	24.744 s	21118 s (5 h 51 min 58 s)	156

A lo largo de este período se han analizado un total de 4.590 informaciones que hacían referencia a deporte: 3.485 de diarios impresos de un total de 3542 páginas; 303 de digitales de un total de 375.518 caracteres; 144 en televisión de un total de 2 h 32 min y 35 s; y 658 en radio de un total 30 h 3 min y 6 s.

Gráfica 1. Porcentaje de las informaciones analizadas según el medio



Metodología

Para el estudio observacional de la información deportiva, se ha utilizado la ficha de análisis planteada por Sainz de Baranda (2014a) para todas las informaciones deportivas, utilizando las variables: ubicación de la noticia; análisis de los titulares teniendo en cuenta si incluyen citas, nombres propios o el deporte tratado; los temas tratados; los deportes; el ámbito geográfico al que hacen referencia y, en concreto, si hacen referencia al ámbito navarro, por la nacionalidad de la persona protagonista, el equipo, etc. La variable género de protagonistas principales de la información será la que guíe el estudio.

Hemos utilizado una variable novedosa con respecto a Sainz de Baranda (2014a) a la que hemos llamado extensión: para los diarios impresos hemos utilizado la herramienta medir área de Adobe Reader en cm²; para la prensa digital hemos utilizado el número de caracteres; y para la radio y la televisión los sonidos. Así, calculando el total de información analizada en cada tipo de medio y la de la información en concreto, hemos calculado la proporción y el tanto por ciento dedicado a las personas que aparecen en la información.

Para el análisis de los resultados se ha realizado un análisis descriptivo e inferencial de los datos (tablas de contingencia, Test de Chi-cuadrado y ANOVA) con un nivel de significación estadística de $p < .05$. El análisis estadístico de los datos fue calculado con el programa Spssv.19.0.

Una vez analizadas de manera cuantitativa todas las informaciones, se han seleccionado las protagonizadas por la mujer, ya sea sola o acompañada - las mixtas - y se ha realizado un análisis de contenido utilizando el programa NVivo11, un programa informático de gran alcance para el análisis cualitativo de grandes cuerpos de datos textuales, gráficos, audio y vídeo. El análisis cualitativo nos ayudará a profundizar en los temas concernientes al sexismo discursivo y/o lingüístico en el mundo del deporte (Guerrero, 2017).

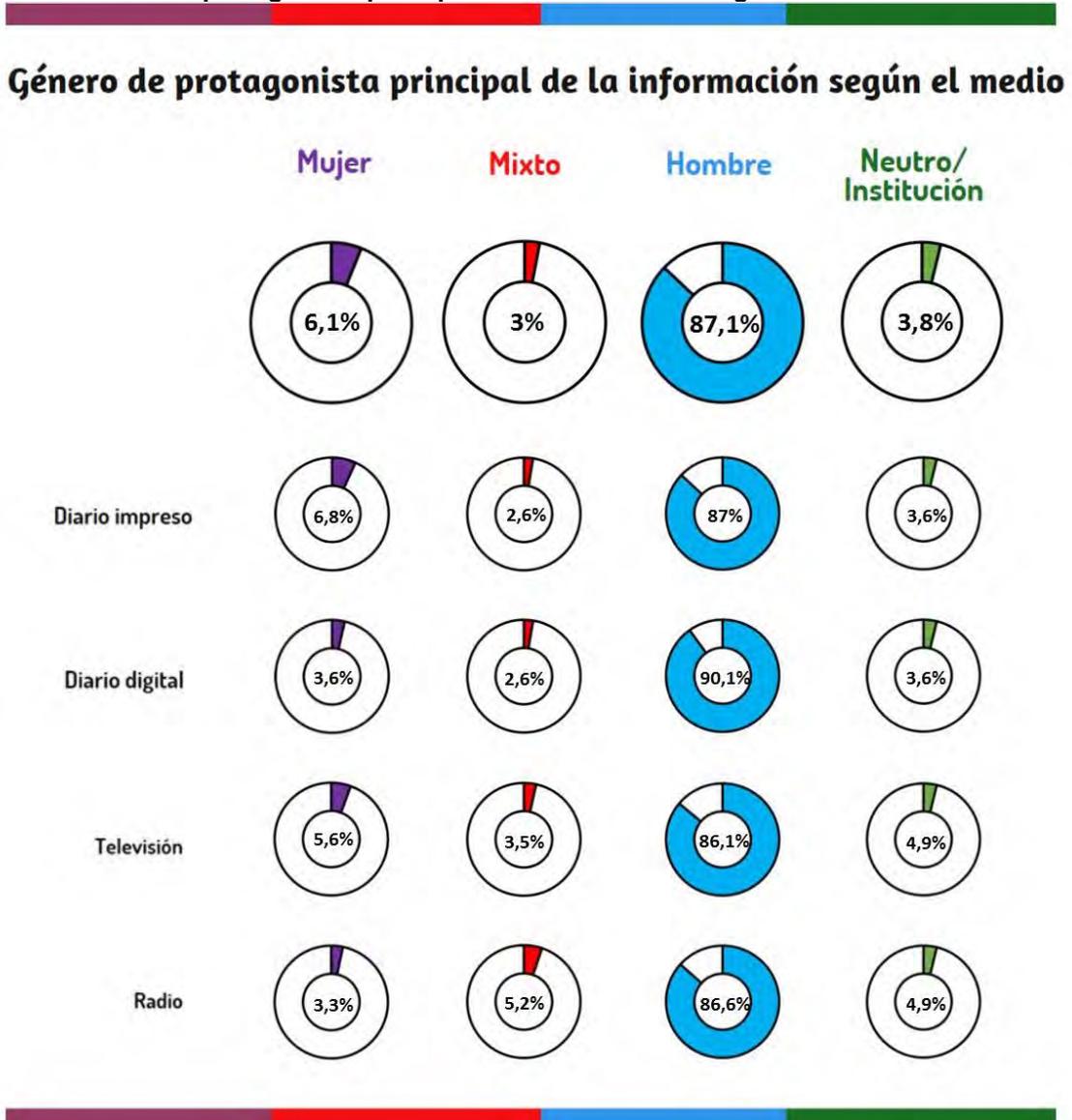
RESULTADOS GLOBALES

El género de protagonistas

El género como categoría de análisis nos remite a una noción de relación: relación de las mujeres con su entorno, pero también como contraposición a los hombres. A lo largo del período estudiado se han analizado un total de 4.590 noticias que hacen referencia al deporte o a deportistas.

En la variable “género de protagonistas” se ha analizado quién protagoniza la información deportiva, teniendo en cuenta el sexo de los protagonistas, pero también las protagonizadas por una institución, ley, normativa, competición, instalaciones, medios de comunicación, etc., codificadas como ‘neutro’. Se trata de mostrar el panorama general de la prensa deportiva, sus protagonistas y los temas que aborda. Por lo tanto, se impone la necesidad de abordar el papel de las mujeres desde una posición de unión, no aisladas en un mundo sin ningún tipo de vínculos con el exterior.

Gráfica 2. Género de protagonista principal de la información según el medio



Del total de 4.590 informaciones analizadas, el 6,1% están protagonizadas por **mujeres** frente al 87,10% que están protagonizadas por **hombres**. Un 3% de las informaciones son 'mixtas', donde **hombres** y **mujeres** comparten protagonismo y un 3,9% corresponden a un protagonista 'neutro'.

Según el medio analizado –diario impreso, diario digital, televisión o radio- encontramos diferencias estadísticamente significativas ($p=0.001$) en relación con quién es protagonista de la información. Nuevamente vemos reflejado un elevado protagonismo masculino en la información deportiva navarra, los hombres son protagonistas del 87% de la información de los diarios impresos, del 90,1% de la información de los diarios digitales, del 86,1% de la información en televisión y del 86,6% de la información en radio.

Las noticias protagonizadas por 'neutro' suponen el 3,6% de las informaciones en diarios impresos y en diarios digitales, y el 4,9% de las informaciones de televisión y radio –respectivamente-.

Por el contrario, las noticias protagonizadas por mujeres únicamente suponen el 6,8% de las informaciones en diarios impresos, el 3,6% de los diarios digitales, el 5,6% de las informaciones de televisión y el 3,3% de las informaciones de radio.

En el caso de que las informaciones sean de protagonista mixto, éstas suponen el 2,6% de las informaciones en diarios impresos y en diarios digitales –respectivamente-, el 3,5% de las informaciones en televisión y el 5,20% de las noticias en radio. Esto se traduce en que, por ejemplo, es estadísticamente más probable que un estadio de fútbol o un balón sean protagonistas de una noticia en radio, en lugar de una deportista.

Especialmente llamativo es el caso de los diarios digitales, en los que a priori no existe un condicionante de espacio ni de tiempo, y, sin embargo, es donde un menor número de mujeres son protagonistas de sus informaciones. Además, una mujer y un 'neutro' tienen la misma probabilidad de protagonizar una noticia.

La extensión de la información

La extensión de la información en los medios según el género de protagonistas muestra mejor la realidad sobre el espacio y el tiempo que se les dedica a diferentes protagonistas en los medios de comunicación. Si tenemos en cuenta que en la unidad de análisis "noticia" tratamos por igual a una información breve de 7 segundos que una tertulia radiofónica o entrevista que pueden durar 5 minutos o más, entenderemos la relevancia de los datos que se exponen a continuación.

Es muy importante comprobar que, en el caso de los hombres, la extensión (caracteres/segundos), aumenta estas diferencias de género a nivel global, en particular, la televisión es la que presenta mayores desigualdades en los segundos dedicados a las mujeres. En las informaciones analizadas la televisión otorga mayor extensión a las noticias neutras y a las de hombres. En el caso de la radio el protagonismo claro es de los hombres. Son los medios impresos los que más espacio dedican a las deportistas.

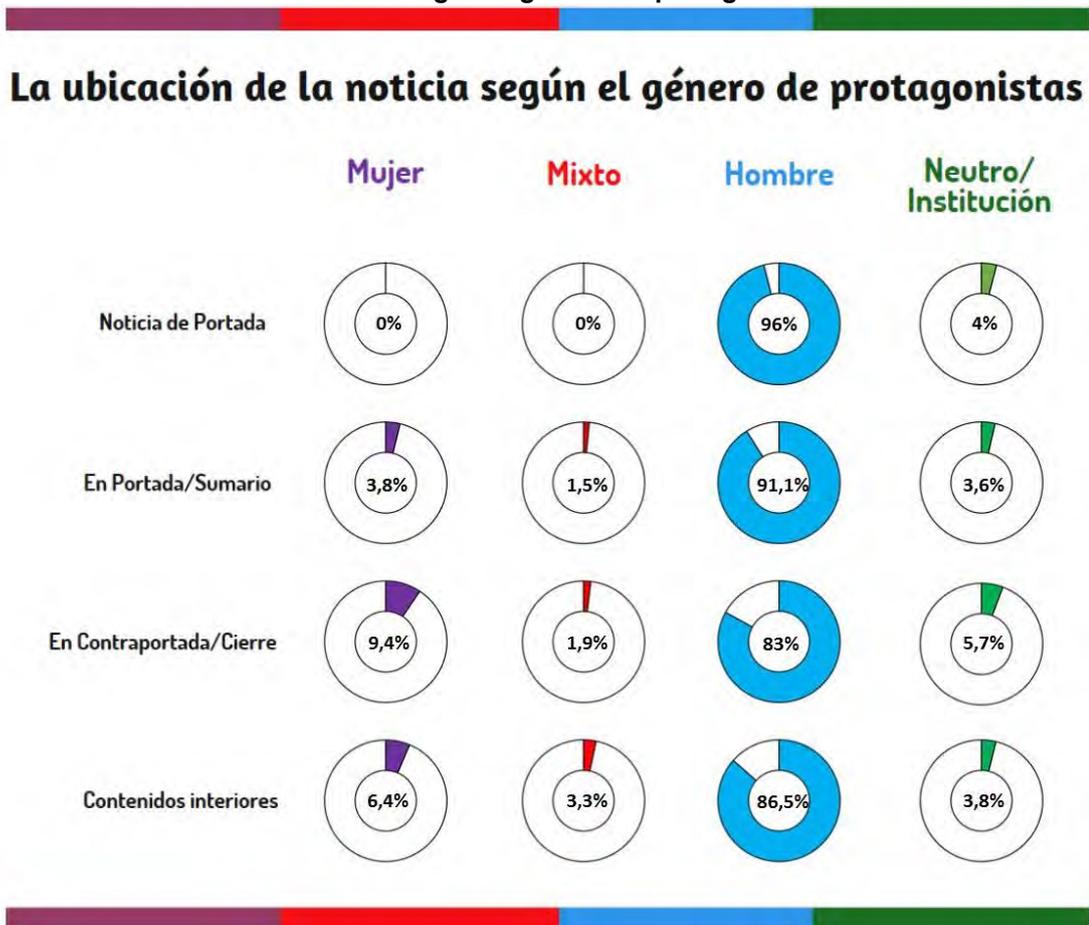
Los hombres, protagonistas de las portadas

La ubicación de la noticia en periodismo es un dato relevante a la hora de analizar la representación de las mujeres en los medios de comunicación, ya que no es lo mismo ser noticia de portada o apertura de un informativo, aparecer en portada o sumario, que formar parte de los contenidos interiores.

Durante el análisis no se ha encontrado ninguna noticia del día cuya protagonista sea una deportista, ni noticias de portada en diarios impresos de apertura de informativo en radio o televisión. Un 96% la han protagonizado los hombres y un 4%, elementos 'neutros' o instituciones.

Las deportistas aparecen en portada o en sumario - en un lugar secundario - en un 3,8% y, nuevamente, el hombre es quién más espacio ocupa en noticias en portada o en sumario (91,1%). Una vez más, cuando las mujeres forman parte de la portada, lo hacen en menor cantidad y calidad de espacio que los protagonistas 'neutros' (4% noticias de portada y 3,6% noticias en portada)

Gráfica 3. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas



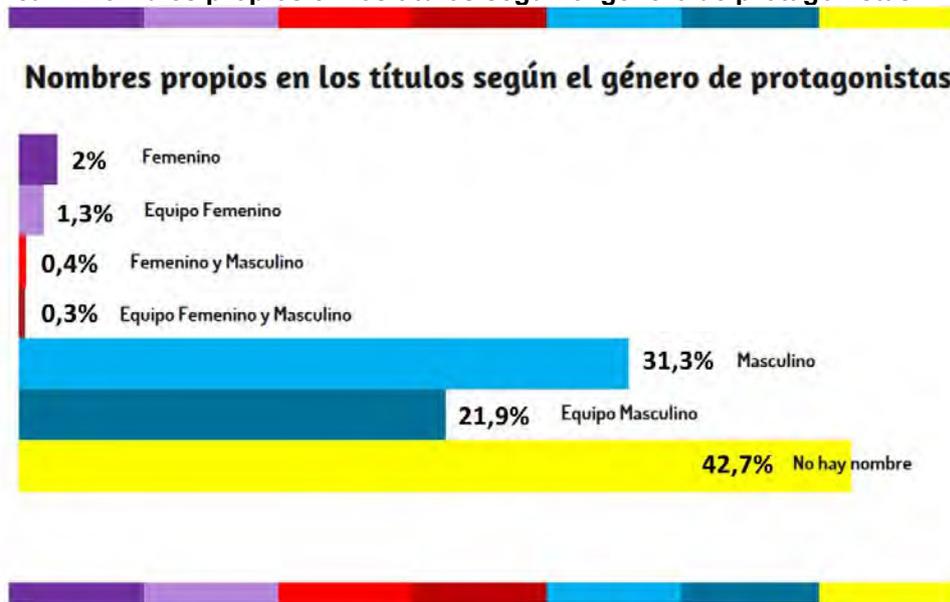
Los titulares

Los titulares en los diarios han tenido tradicionalmente tres funciones: la propiamente informativa, la de atraer al lector a su lectura y la de identificar y diferenciar esa información de otras. En esta última función nos centramos a la hora de analizar la identificación de los protagonistas con el título, con el que el lector tiene su primer acercamiento.

Estos protagonistas son referidos con sus nombres propios, de persona o de equipos etc., y sus voces, las citas, dos características frecuentes en los títulos de las informaciones. En la información deportiva analizada la inclusión de un nombre propio (57,3%) en los títulos periodísticos es más frecuente que la inclusión de citas (10,28%).

En cuanto a la inclusión de un nombre propio en los títulos en un 53,1% son masculinos y el 3% femeninos. En el 50,20% de las informaciones protagonizadas por mujeres no hay nombre propio en el titular, frente al 39,6% de informaciones protagonizadas por hombres en las que ocurre lo mismo.

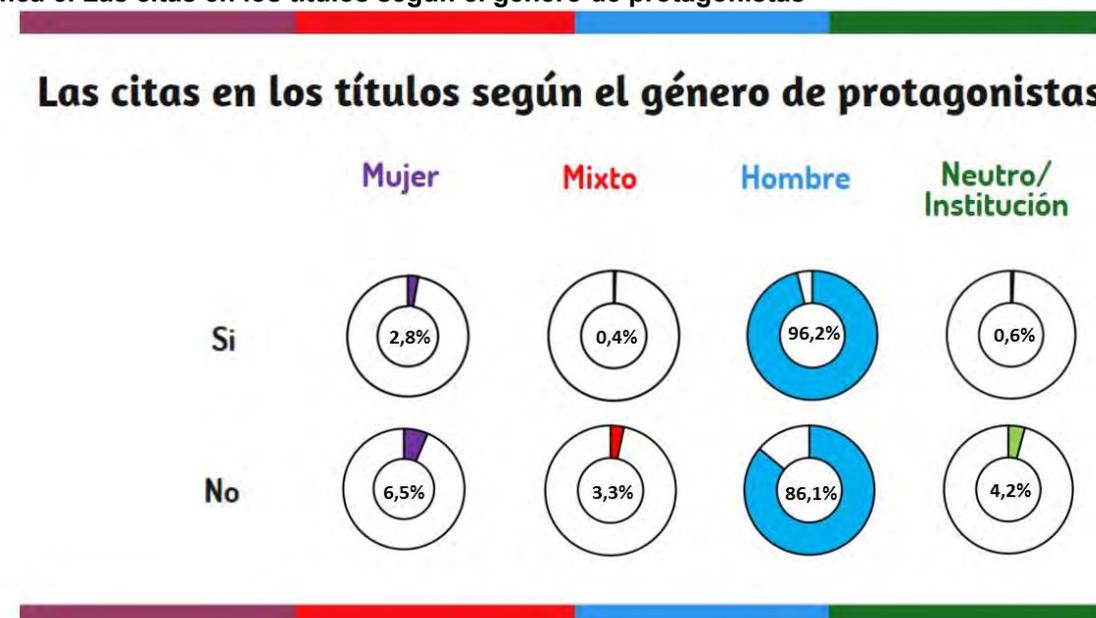
Gráfica 4. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas



Cuando aparece una cita en el titular, en el 96,74% la voz es masculina, mientras que las féminas suponen un 2,75%.

Estos datos reflejan una clara ocultación de la mujer, puesto que los titulares visibilizan y dan voz una vez más a los hombres.

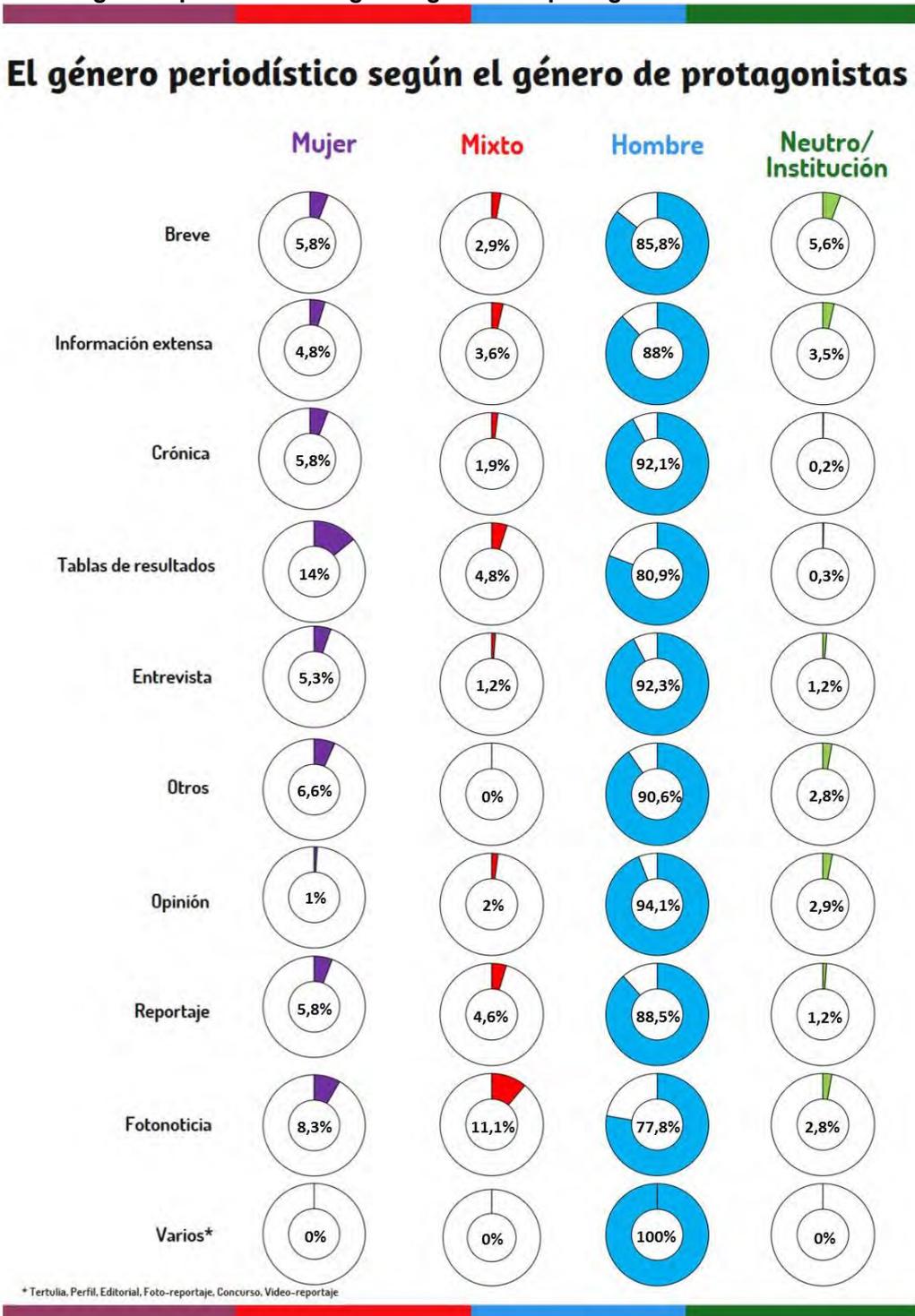
Gráfica 5. Las citas en los títulos según el género de protagonistas



Las deportistas quedan relegadas a un simple breve

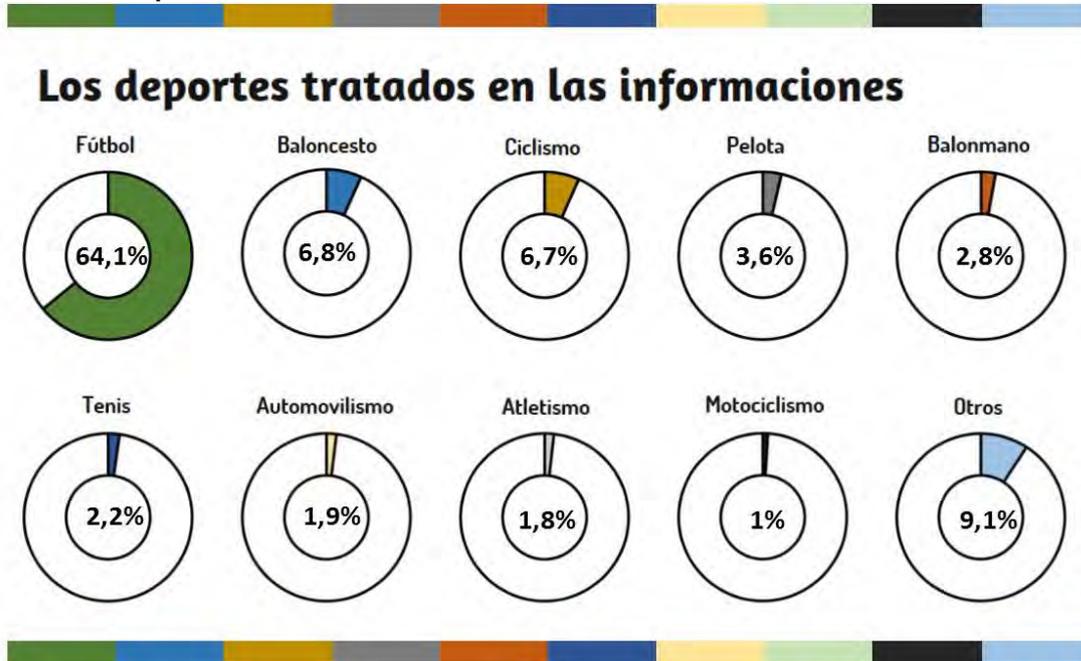
Evidentemente, las características de las 4.590 informaciones difieren notablemente entre sí. La mayoría, el 49,13%, son noticias breves; frente a un 21,68% de informaciones extensas; 9,04% crónicas; 8,08% tablas de resultados y 3,68% entrevistas. Estas diferencias son mayores si analizamos las informaciones de mujeres: el 46,59% son breves y el 18,64% son tablas de resultados, lo que nos indica que más de la mitad de las informaciones son difíciles de localizar y apenas profundizan en el desarrollo de la competición y generación de referentes.

Gráfica 6. El género periodístico según el género de protagonistas



Las disciplinas deportivas

Gráfica 7. Los deportes tratados en las informaciones



El deporte central de la información deportiva es el fútbol (64,1%), seguido, muy de lejos, por el baloncesto (6,8%), el ciclismo (6,71%), la pelota (3,57%), el balonmano (2,81%) y el tenis (2,2%). El resto de disciplinas no superan el 2% de las informaciones.

Si nos centramos en el género de quién protagoniza la información, el fútbol es el más frecuente en hombres, mujeres y neutras. Sin embargo, las protagonizadas por mujeres (3%) y `mixtas` (2.1%), apenas superan el 5% del total de fútbol.

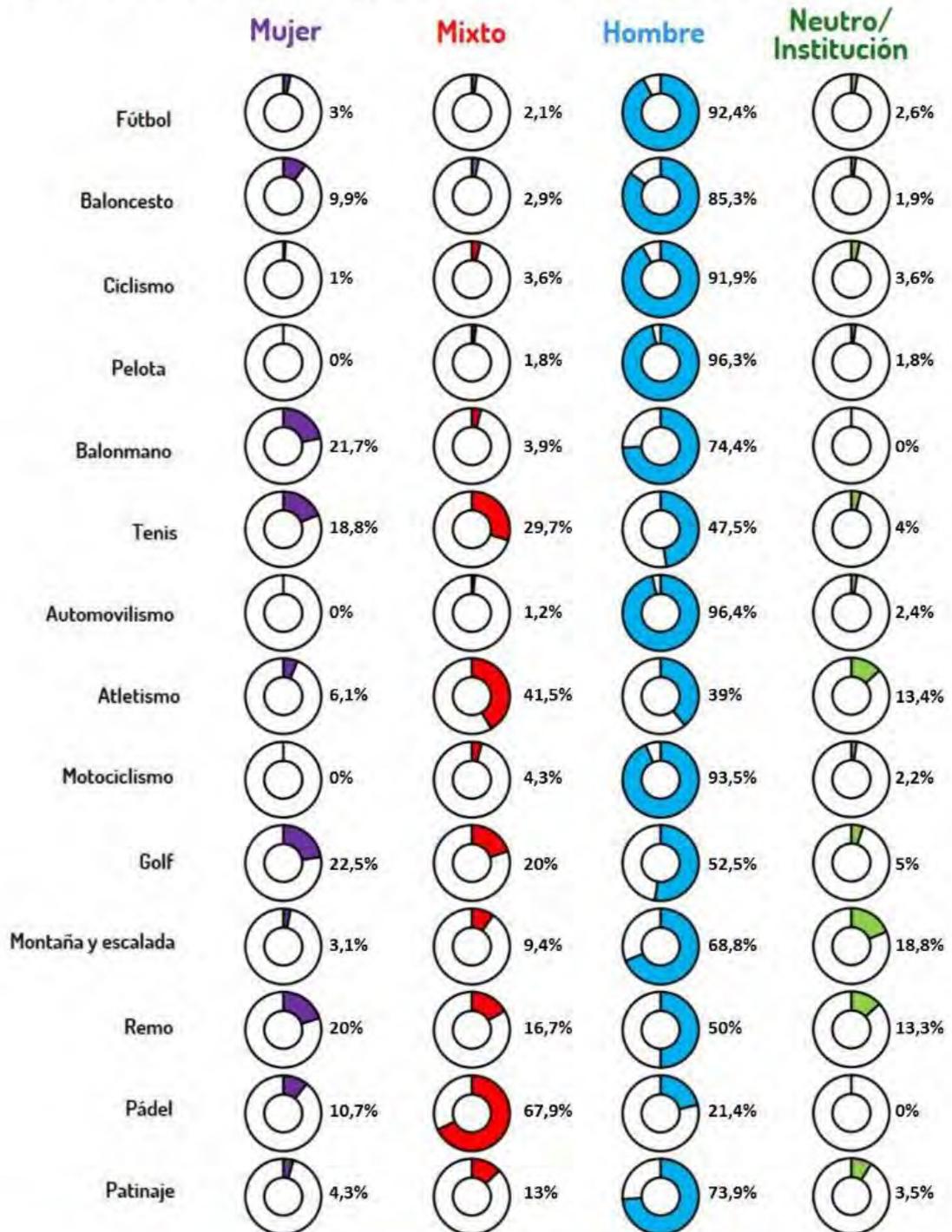
Si continuamos analizando los deportes por separado, observamos que las protagonizadas por las mujeres destacan en deportes como el golf (22,5%), el balonmano (21,7%), el remo (20%) y el tenis (18,8%), esto se verá reflejado en los nombres propios femeninos que se analizan más adelante, donde destacan Muguruza, Ciganda y el Bera Bera entre los más frecuentes.

Solo en el bádminton, que no supone más de un 0,22% de las informaciones totales, es la mujer (70%) la que ocupa más informaciones que los hombres (30%). Carolina Marín también será uno de los nombres más frecuentes.

El resto de las disciplinas está predominada por los hombres o las neutras. Este dato indica que ante una disciplina minoritaria a nivel mediático, el ser mujer es un factor más de invisibilidad.

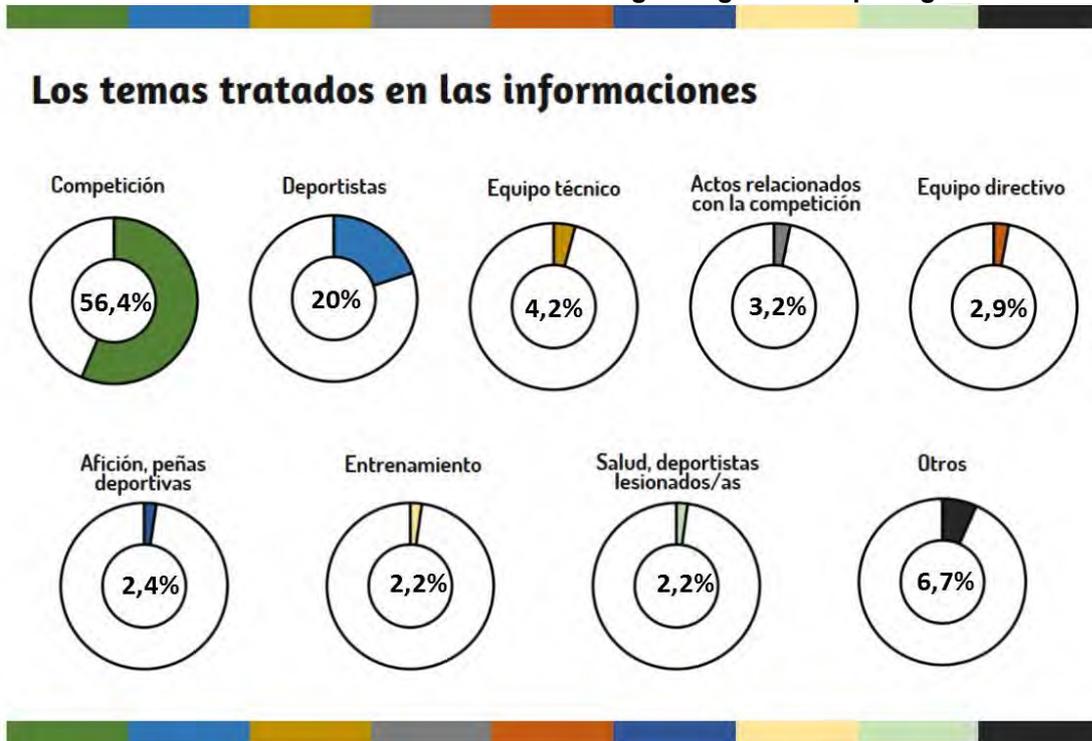
Gráfica 8. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas

Los deportes tratados en las informaciones según género de protagonistas



Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas

Gráfica 9. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas

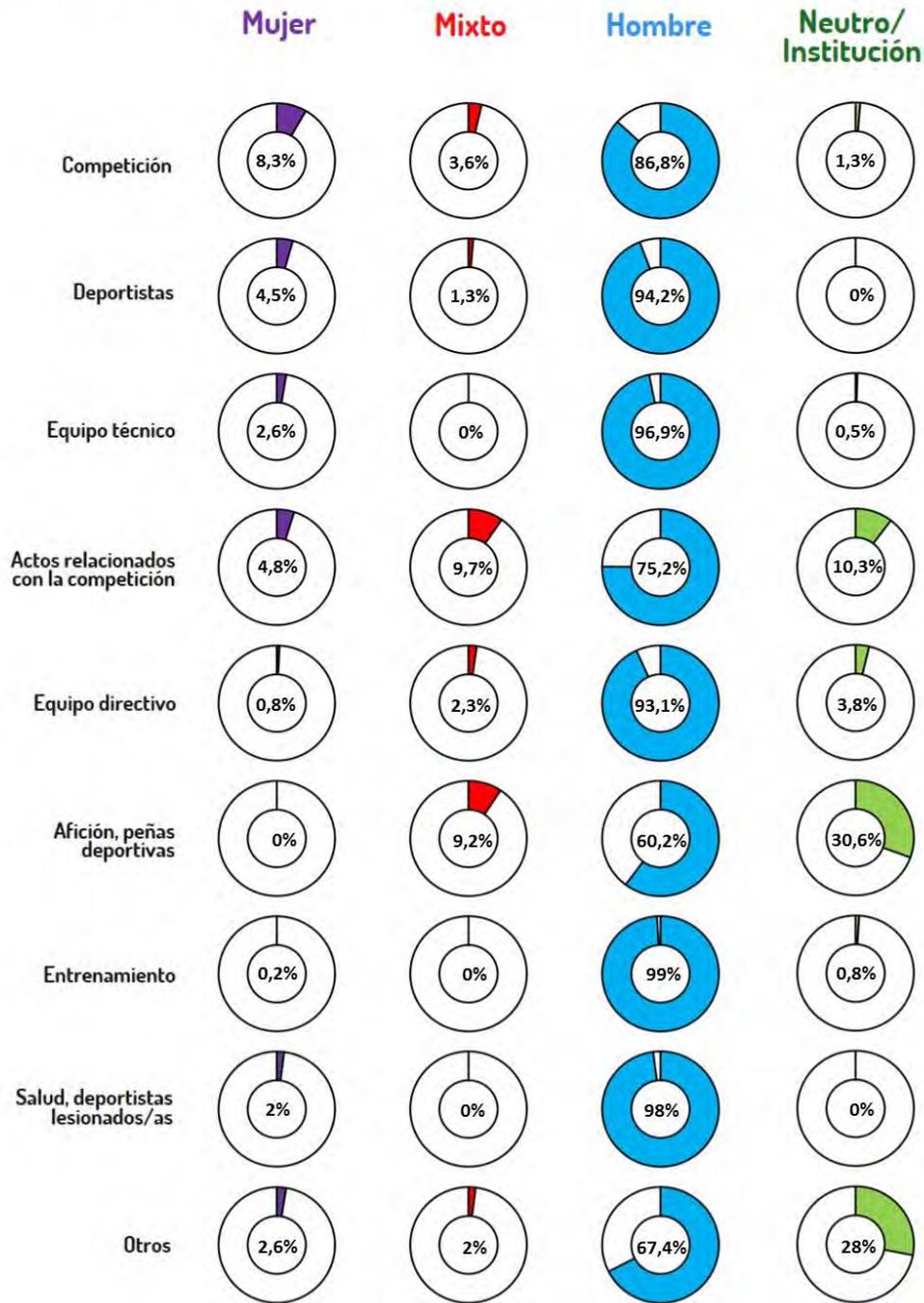


La clasificación de los temas puede ser diferente según el enfoque que queramos darle al estudio. Durante el análisis se desarrolló una lista de veinte temas posibles, agrupados en categorías amplias. Para facilitar el análisis descriptivo se ha decidido agrupar los temas tratados en la prensa deportiva que no suponen más de un 2% del cómputo global en la categoría "otros temas".

El tema central es la competición, tanto en hombres (56,15%) como en mujeres (77,06%) y donde ambos comparten protagonismo, las 'mixtas' (67,63%). Mientras a nivel general la competición y los deportistas son considerados como temas prioritarios, en el caso de las mujeres posee menor valor la figura de la deportista. Esto indica que existe un menor interés en personalizar la información y, como consecuencia, implica la práctica inexistencia de ídolos femeninos que contrasta con la abundancia de ídolos masculinos que se convierten en referentes sociales. No se ha analizado ninguna noticia que haga referencia al entrenamiento de las mujeres, algo que demuestra que no existe apenas seguimiento informativo de las deportistas si no es de la propia competición.

Gráfica 10. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas

Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas



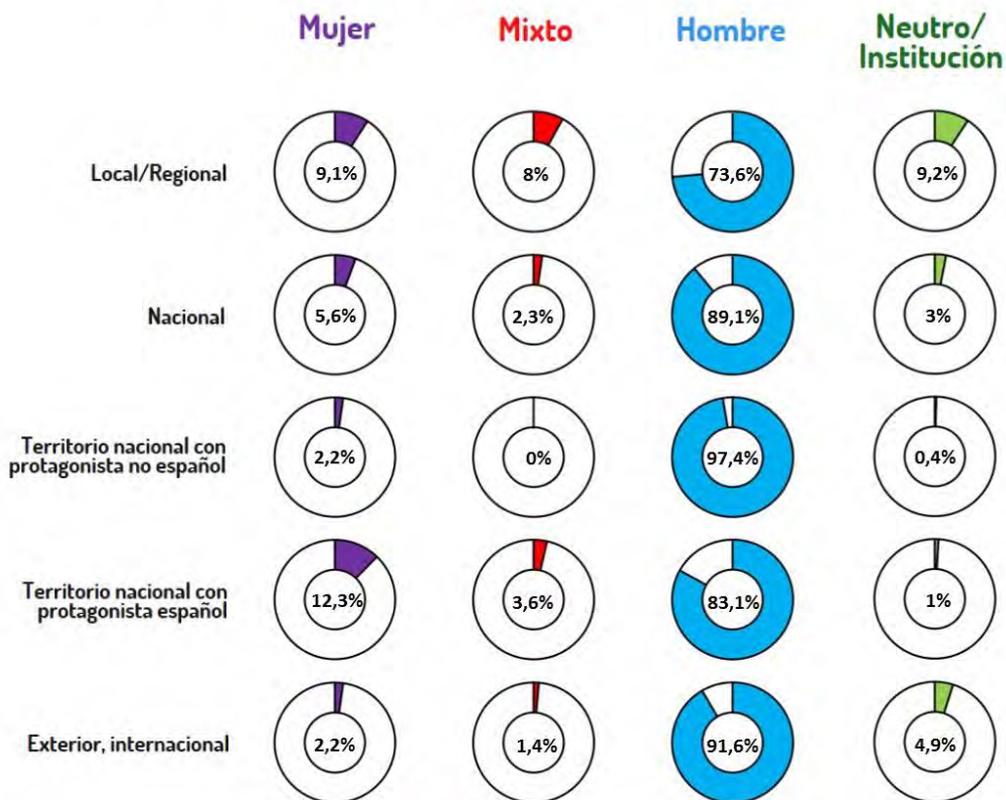
Ámbito geográfico

La proximidad geográfica, la cual tiene que ver con la cercanía o lejanía del hecho con respecto al público, siempre ha sido una característica esencial de la noticia. La proximidad geográfica con el público es un criterio de noticiabilidad relevante a la hora de cubrir o no una información.

En cuanto al ámbito geográfico de la información y el género de quién protagoniza dicha información, existen diferencias estadísticamente muy significativas ($p < 0.001$) en relación a dicha variable. Los hombres tienden a aparecer más como protagonistas de informaciones del territorio nacional con protagonista no español, y las mujeres tienden a protagonizar más informaciones de territorio extranjero con protagonista española. En el caso de ser un protagonista mixto o un neutro/institución, aparece con mayor probabilidad en el ámbito local y regional.

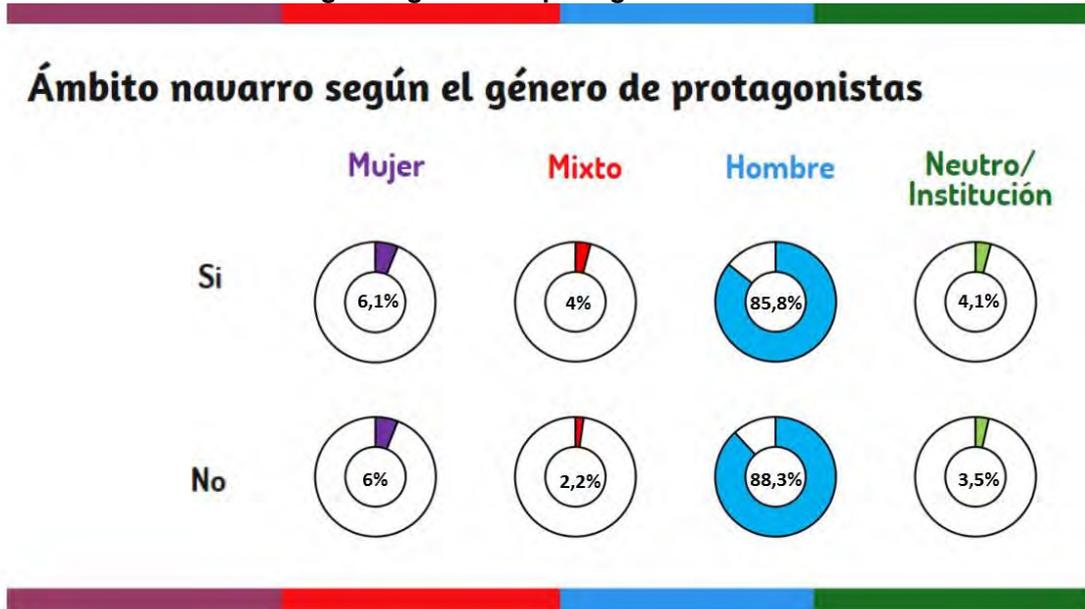
Gráfica 11. Ámbito geográfico según el género de protagonistas

Ámbito geográfico según el género de protagonistas



El análisis se ha centrado en las ediciones navarras de medios nacionales y en los propios medios locales, por lo que es normal que un 45,90% de las informaciones estén relacionadas con la Comunidad Foral. No se encuentran diferencias estadísticamente significativas.

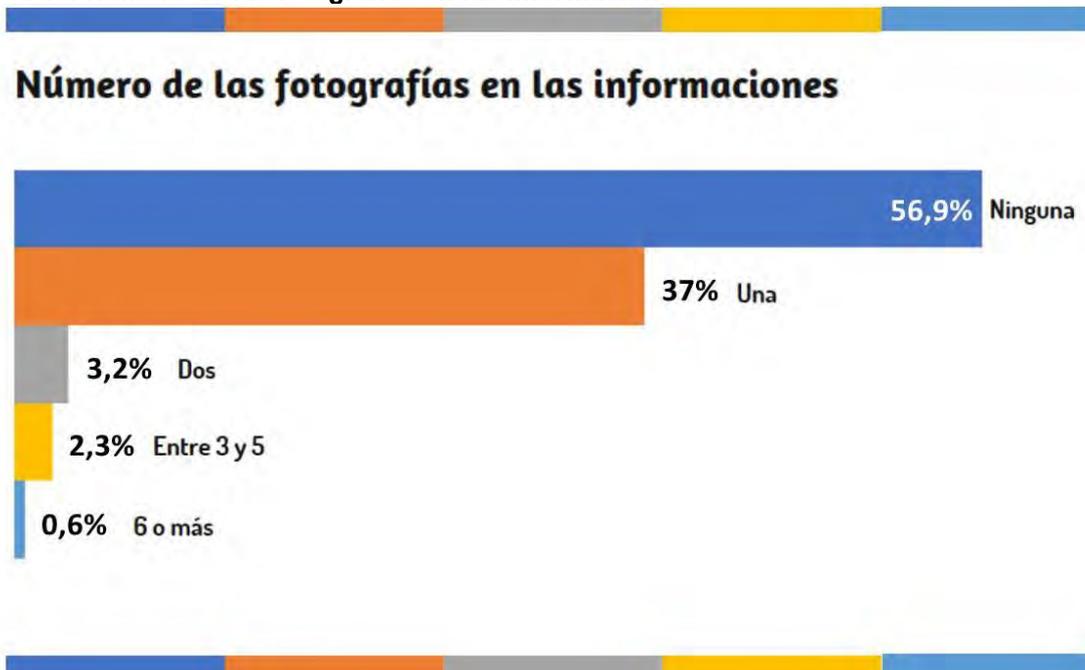
Gráfica 12. Ámbito navarro según el género de protagonistas



Fotografías

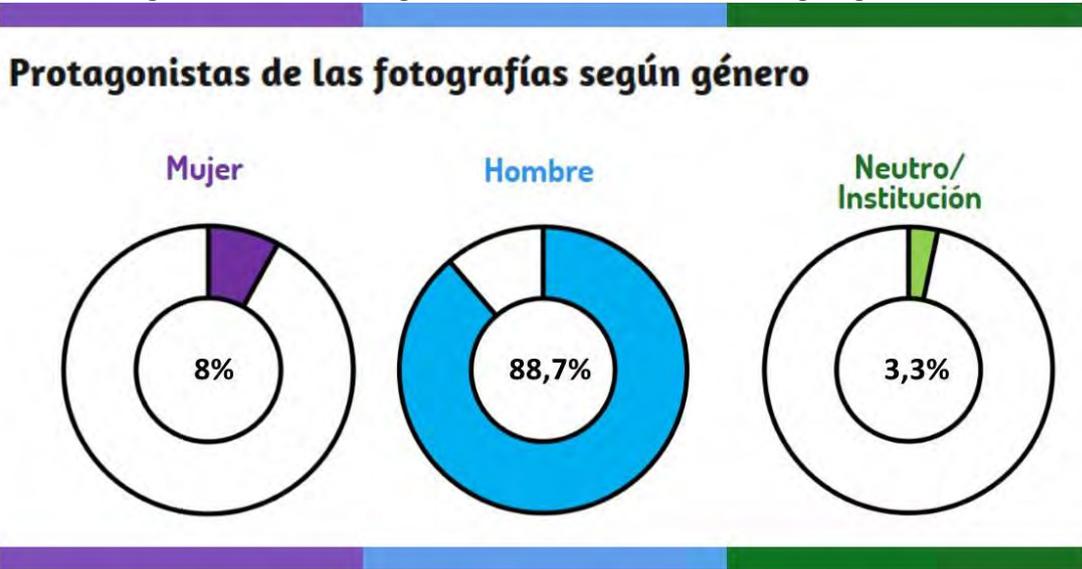
Dentro de los diarios impresos y digitales son fundamentales las fotografías para captar la atención del lector y visualizar a los y las deportistas, y el 43,09% de las informaciones las tienen. Como es habitual, son más los hombres que aparecen en las fotografías.

Gráfica 13. Número de las fotografías en las informaciones



En las informaciones analizadas hay 2.651 fotografías, en el 7,98% las protagonizan mujeres, en el 88,73% hombres y en el 3,29% un elemento `neutro`, fundamentalmente instalaciones. El porcentaje de mujeres en las fotografías ha aumentado con respecto a otros estudios y esto es significativo porque como se verá más adelante también ha mejorado el tratamiento que se hace de ellas.

Gráfica 14. Protagonistas de las fotografías en las informaciones según género



RESULTADOS DE LAS INFORMACIONES PROTAGONIZADAS POR MUJERES

La invisibilidad de las mujeres una constante en todos los medios

Una vez señalados y priorizados los resultados correspondientes a los rasgos generales de la prensa deportiva desde la perspectiva de género, se pasa a la exposición de los resultados concernientes a las informaciones protagonizadas por las deportistas, que representan el campo temático de interés de esta investigación.

Las informaciones donde las mujeres son protagonistas son 491 noticias, de las cuales en 279 las protagonizan en solitario y en 139 comparten el protagonismo con los hombres, las 'mixtas'. Es este caso al análisis cuantitativo, estadístico descriptivo, se une un análisis cualitativo que nos ayudará a profundizar en los temas concernientes al sexismo discursivo y/o lingüístico en el mundo del deporte (Guerrero, 2017).

Queda claro que son los medios impresos los que más visibilizan a la mujer. Aunque escasas, las informaciones han mejorado en el tratamiento del lenguaje, en la presentación y en las imágenes que acompañan las informaciones como se observa más adelante.

Gráfica 15. Las protagonistas de las informaciones. Distribución por medios



Los hombres protagonistas de las 'mixtas': la extensión de la información

Analizar la información de manera cualitativa visualiza aún más la invisibilidad de las mujeres. En las 139 informaciones donde comparten protagonismo hombres y mujeres, las 'mixtas', solo el 30,1% de la cobertura, del texto periodístico, es de mujeres. Esto implica una mayor visualización de los hombres (69,9%).

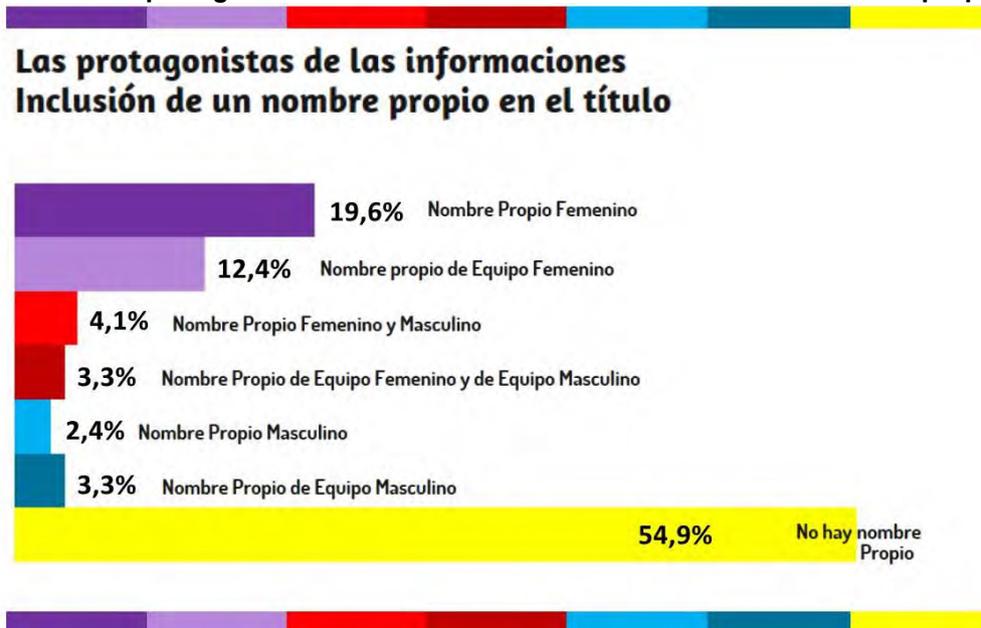


Imagen 1. Diario de Navarra: 3 de mayo de 2017

Abundan los nombres propios masculinos en informaciones de mujeres

En el 54,89% de los casos no aparecen los nombres propios en los titulares de las informaciones, pero cuando aparecen, en un 13% son nombres propios o de equipos masculinos. Esto refleja que en las informaciones de mujeres los hombres siguen restándoles protagonismo.

Gráfica 16. Las protagonistas de las informaciones. Inclusión de un nombre propio en el título



Si nos centramos en todo el texto, el hombre aumenta su protagonismo. Durante el análisis cualitativo de las informaciones donde son protagonistas mujeres (418) se han contabilizado dentro del texto más de 4.433 nombres propios.

Este dato es muy relevante y llamativo porque indica que en estas informaciones no se profundiza en deportistas o equipos concretos. Se puede afirmar que en un pequeño espacio se informa sobre los resultados de varios partidos, muchas veces de categorías femeninas y masculinas y complica la profundización en referentes concretos. Si a esto le añadimos que

los nombres masculinos suponen 1.558 (1.288 de persona y 270 de equipos) se hace más complicado localizar o destacar referentes femeninos. Una vez más existe un gran protagonismo masculino.

Podemos definir tres modelos de informaciones donde destaca la concentración de nombres y justifican la aparición de los propios masculinos:

- **Informaciones centradas en una competición donde los y las deportistas comparten información.** El espacio dedicado a ellos es mayor y como consecuencia el número nombres propios masculinos es muy frecuente. El tenis y el atletismo son dos disciplinas donde es frecuente este tipo de exposición.
- **Informaciones centradas en equipos femeninos y en las deportistas.** En estos casos los entrenadores, árbitros y directivos, básicamente, son hombres. Muchos de ellos son fuentes de la noticia, como veremos más adelante, por lo que aumenta la visibilidad de los hombres en informaciones donde claramente son las mujeres el tema central.
- **Informaciones que destacan relaciones familiares.** Las protagonizadas por hombres donde sus parejas les acompañan, novias, esposas, etc. Y las protagonizadas por mujeres donde se destaca la relación familiar pero visibilizando que es deportista por la influencia de un padre, tío o hermano, por la influencia masculina. El tratamiento de la información no es simétrico.

La nube de palabras muestra que la presencia de deportistas cuya disciplina es individual – tenis, golf, etc.- hace que sus nombres propios sean los más frecuentes. Es el caso de Garbiñe Muguruza o Rafael Nadal. Las informaciones sobre equipos femeninos no identifican apenas a las deportistas con nombre propio y son los entrenadores los más frecuentes.

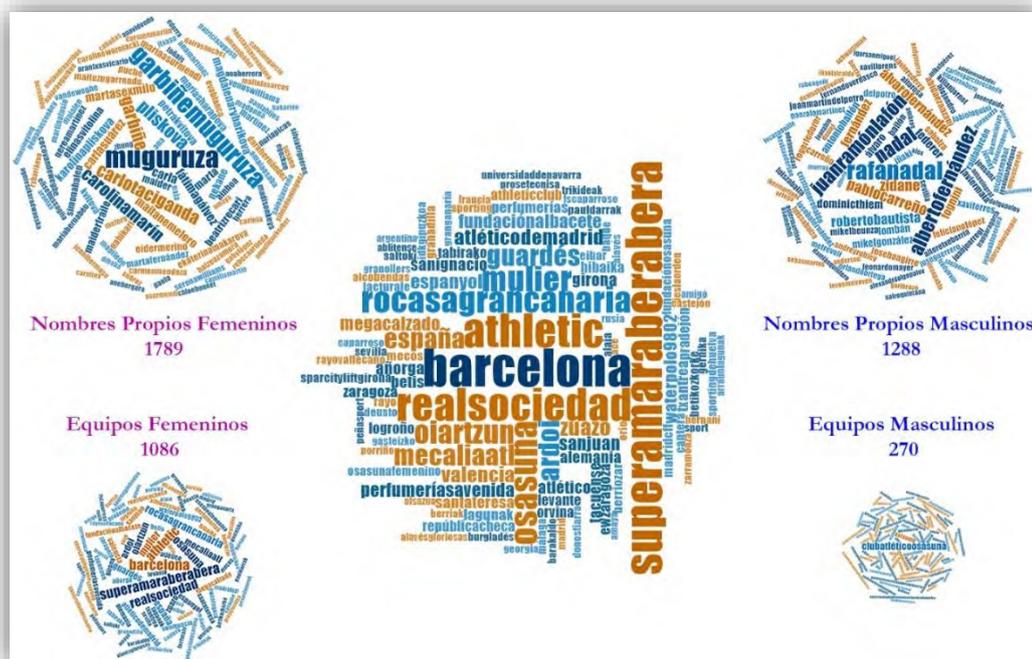


Imagen 2. Nube de palabras de los nombres en las informaciones. Elaboración propia

Entre los 1789 nombres propios femeninos destacan las tenistas Garbiñe Muguruza con 61 apariciones y Pliskova con 34, las dos han ocupado el número uno de la WTA durante el 2017. En el caso del tenis también destaca Carla Suárez 16 apariciones. Las golfistas profesionales Carlota Ciganda, con 35 apariciones, y Beatriz Recari, con 9, destacan con nombre propio,

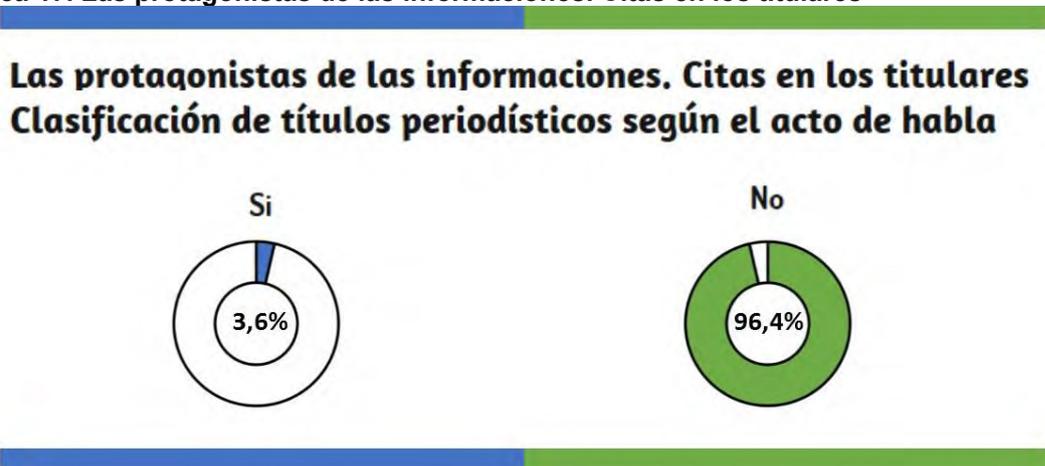
existe una continuidad informativa en sus campeonatos. Carolina Marín, protagonista indiscutible en el 2017 solo aparece en 13 ocasiones.

Entre los 1086 nombres de equipos destacan los de fútbol, dejando claro que en los últimos años la información sobre la liga femenina ha ganado terreno: el Barcelona con 50 apariciones, seguido del Athletic y la Real Sociedad con 42. Le sigue el Osasuna con 33 apariciones. En otros deportes como el balonmano se ha detectado un seguimiento claro de acontecimientos como la final de la Copa de la Reina entre el Super Amara Bera Bera, con 43 apariciones, y el Rocasa Gran Canaria, con 31.

Las citas: hombres como fuentes de las informaciones de mujeres

Apenas existen un 3,58% de citas en los titulares de las informaciones que hacen referencia al protagonismo que se les da a las deportistas como fuentes.

Gráfica 17. Las protagonistas de las informaciones. Citas en los titulares



Dentro de las informaciones se han analizado todas las citas, de modo que podemos visibilizar quienes son las fuentes en las informaciones. En este caso queda vigente que las voces de las noticias sobre mujeres son masculinas, puesto que 163 citas son de hombres y 131 de mujeres.

Las deportistas siguen en clamorosa desventaja respecto a ellos porque siguen sin tener la categoría suficiente para ser tanto personaje como fuente de la noticia. Muy significativo es el hecho de que no exista relación entre el género de las fuentes y el género de los personajes de las informaciones. Las fuentes no suelen ser mujeres aún en los casos en los que el tema les afecta directamente.



Imagen 3. TVE

PRINCIPALES SESGOS DISCURSIVOS

Asimetrías en el discurso

Los casos analizados en este apartado y los que le siguen son claros ejemplos de asimetrías en el discurso, donde se visibiliza un tratamiento desigual por parte de los medios a los y las deportistas.

Antes de comenzar a visualizar los diferentes sesgos discursivos del lenguaje que priman en la información deportiva, hemos querido destacar 31 casos donde las asimetrías son claras y constantes durante todo el discurso. En estos casos se visibiliza claramente la constante comparación que se hace sobre las deportistas con sus homólogos masculinos.

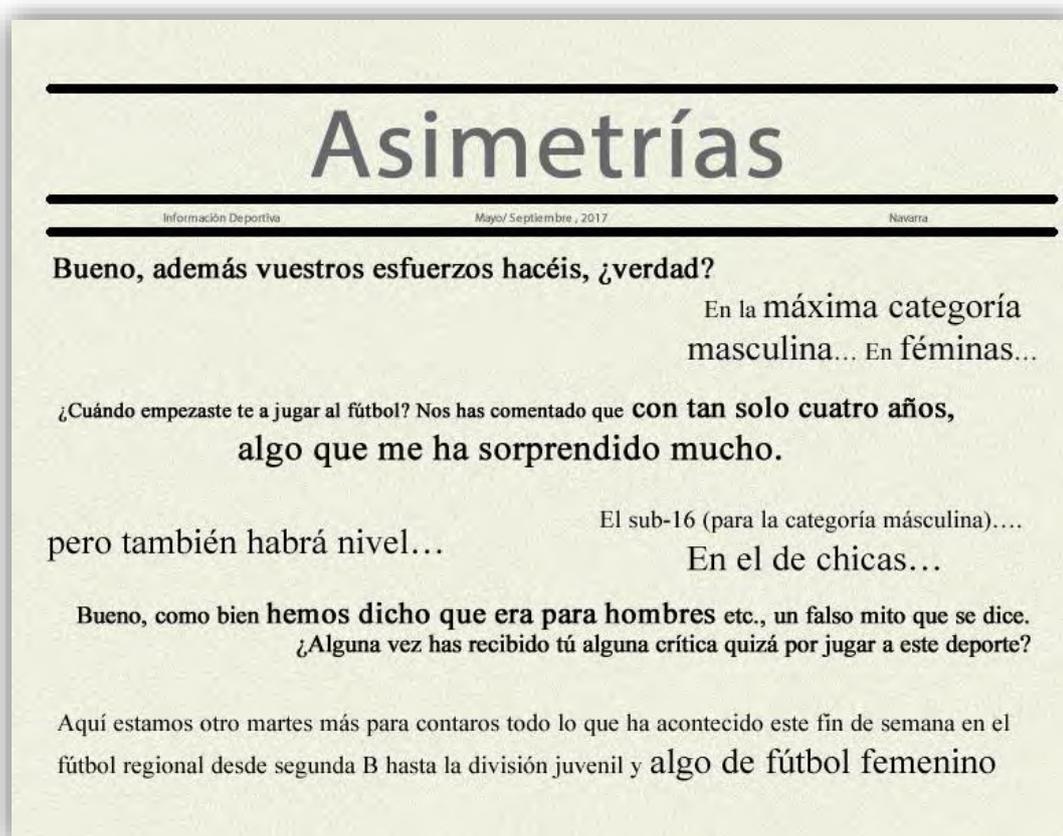


Imagen 4. Ejemplos de asimetrías. Elaboración propia

Ejemplos como hablar de “la máxima categoría masculina” y luego “de la femenina”, sin hacer referencia a que también es la máxima, relegamos a las mujeres a un segundo plano. O como ocurre en las pocas entrevistas y reportajes centrados en mujeres, donde siempre hay claras referencias en las preguntas y afirmaciones de los y las periodistas a este respecto. Además de ser el/la periodista los que comparan a las mujeres con los hombres, se les pide e insiste a las deportistas que se comparen con ellos, que nombren referentes masculinos. También existen ejemplos donde periodistas se sorprenden por la práctica deportiva desde pequeñas de las mujeres en deportes como fútbol, por el esfuerzo que hacen, se preguntan si habrá

nivel en la categoría femenina, etc., afirmaciones y preguntas impensables si el entrevistado fuera un hombre.

Utilización del masculino genérico

El género gramatical masculino se utiliza de dos maneras: como específico - para designar el sexo masculino – y como género no marcado – incluyendo a los dos sexos -. Durante el análisis se ha detectado 55 casos donde se utiliza el masculino genérico cuando el protagonismo es claramente femenino. Esta ambigüedad hace que aumente la invisibilidad de las mujeres. Así, se habla de los primeros clasificados cuando el triunfo y el número de mujeres es claramente superior al de los hombres. En este tipo de casos numerosas guías y manuales de uso no sexista del lenguaje recomiendan los desdoblamientos, pero apenas se han encontrado 5 casos en las informaciones analizadas.



Imagen 5. Nube de palabras masculino genérico. Elaboración propia

Mujeres sin nombre

En 28 de las informaciones analizadas se utilizan términos que homogeneizan a las mujeres, como colectivos indivisibles haciendo uso de sustantivos como chicas, mujeres, atletas, o jugadoras donde no podemos identificar referentes.

“Desde luego que sí, recordamos que con el ascenso de Osasuna a Segunda División, el descenso del Berriozar, ha habido mucho movimiento de chicas. Osasuna ha creado un equipo nuevo, el que compite en Segunda División, reforzado con lo mejorcito del fútbol femenino navarro, y ha creado uno nuevo que juega en esta competición regional y donde también va a tener mucho que decir y mucho que hablar. Eso sí, no podrá subir a no ser que Osasuna ascienda a Primera División”. Radio Marca 26 de septiembre de 2017

De los 28 casos quince nombraban a sus entrenadores y, esta vez sí, los hombres aparecen con nombres y apellidos.



Imagen 6. Marca: 4 de mayo de 2017 Imagen 7. Diario de Navarra: 5 de mayo de 2017

Las feminizaciones

La incorporación de las mujeres al ámbito deportivo en diferentes puestos es lenta pero progresiva. Las feminizaciones de los términos cada vez son más usadas. En este caso se ve una clara mejoría de las feminizaciones de los cargos, aunque todavía se comenten errores en el 35% de los casos. Los casos más frecuentes donde se producen designaciones incorrectas y todavía se utilizan términos masculinos para referirse a mujeres son los de entrenador, árbitro y técnico.

Es muy importante visibilizar a las mujeres que ocupan estos cargos, ya que son poco frecuentes y con la feminización de los términos se generan referentes para futuras mujeres que quieran dedicarse profesionalmente a ello. Aun así, hay un avance respecto a otros estudios.



Imagen 8. Nube de palabras feminizaciones: Correcta / Incorrecta. Elaboración propia

Identificación sexual

En la información deportiva los hombres se presentan por su categoría profesional y no como hombres, igual ocurre en las diferentes disciplinas donde apenas se hace alusión al término masculino. Sin embargo, en las informaciones sobre las deportistas, casi siempre se alude a

su condición sexuada como mujeres, o peor aún, chicas, y sus disciplinas van acompañadas del término femenino.

“Aquí estamos otro martes más para contaros todo lo que ha acontecido este fin de semana en el fútbol regional desde Segunda B hasta la División Juvenil y algo de fútbol femenino” (Radio)

Este ejemplo deja claro lo que se comentaba anteriormente sobre la homogenización, se informa sobre los hombres y sus diferentes categorías, pero las mujeres quedan relegadas a una categoría única, la femenina. Este hecho oculta las diferentes etapas de su desarrollo como deportistas tratando a las mujeres como un grupo homogéneo, lo que influye a la hora de crear referentes tan necesarios para las niñas y en el fomento de la práctica deportiva.



Imagen 9. Nube de palabras identificación sexual. Elaboración propia

Como se puede ver en los diferentes ejemplos, es algo muy frecuente e innecesario hacer referencia al sexo para identificar que la información trata mujeres o categoría femenina. En 96 informaciones analizadas se utilizan estos términos y de manera repetitiva, siendo los más frecuentes femenino, chicas, femenina y mujeres.



Imagen 10. Diario de Noticias: 4 de septiembre de 2017

Diminutivos / infantilización

Otra de las características del tratamiento de la información protagonizado por mujeres donde se establecen claras asimetrías es la infantilización, el estereotipo de la mujer como menor de edad “le tengo mucho cariño al fútbol femenino”. Además del término chicas, un término colegial utilizado en 46 informaciones cuando hablan de categorías superiores, lo más frecuente es llamarlas por el nombre de pila y con diminutivos, lo que también las infantiliza. Es necesario visibilizar a las mujeres como profesionales y no como simples aficionadas.



Imagen 11. Nube de palabras diminutivos / infantilización. Elaboración propia

Mujeres presentadas en actitud de dependencia

En el estudio queda claro que mostrar a las deportistas como dependientes de los varones es un rasgo muy común en las informaciones. Estas relaciones se ven en titulares y en los cuerpos de las informaciones, sobre todo en las informaciones que tratan de deportes individuales o de deportistas como centro de la información con fórmulas como “mujer de...” o “hija de...”. En las informaciones de equipo, el grado de dependencia se muestra utilizando fórmulas como “las chicas de...” o “las jugadoras de...” seguido del nombre del entrenador o entrenadora. Este recurso también es común cuando los deportistas son hombres – es en el único caso donde encontramos dependencia de los hombres –, pero como los entrenadores suelen ser hombres, se visualiza mejor la dependencia de las mujeres respecto a los hombres.

Hemos distinguido dos apartados donde se visualizan estos casos:

Relaciones familiares

Durante el análisis se han analizado 42 casos donde se hace referencia a las relaciones familiares de las mujeres, donde se destaca a la deportista por ser madre, esposa (en muchas ocasiones utilizando mujer como sinónimo), hermana, hija, etc. Parece que sus triunfos están relacionados a sus familiares, la sobrina/hija de tal jugador que también es jugadora; o mostrando que fue su hermano o su padre quien la introdujo en el deporte.

Estas relaciones de dependencia familiar las infantiliza y muestra una dependencia de su círculo más cercano mucho menos frecuentes en las informaciones protagonizadas por hombres. En el caso de los hombres, se habla de sus relaciones familiares, pero destacan las novias y esposas (en muchas ocasiones utilizando mujer como sinónimo) a modo de elementos que más bien adornan las informaciones.

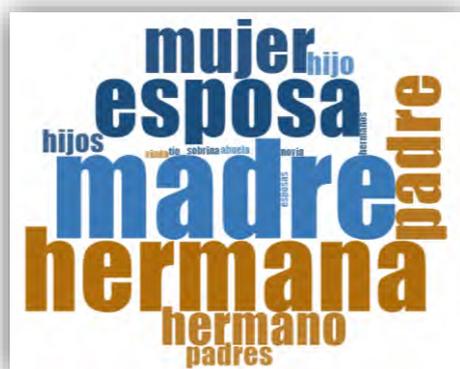


Imagen 12. Nube de palabras relaciones familiares. Elaboración propia

Propiedad

Se han registrado 30 casos donde se utilizan fórmulas que hacen destacar la propiedad de equipos o deportistas de un entrenador o familiar o incluso a la propia audiencia. La fórmula más utilizada son “las de...” seguida del nombre del entrenador.

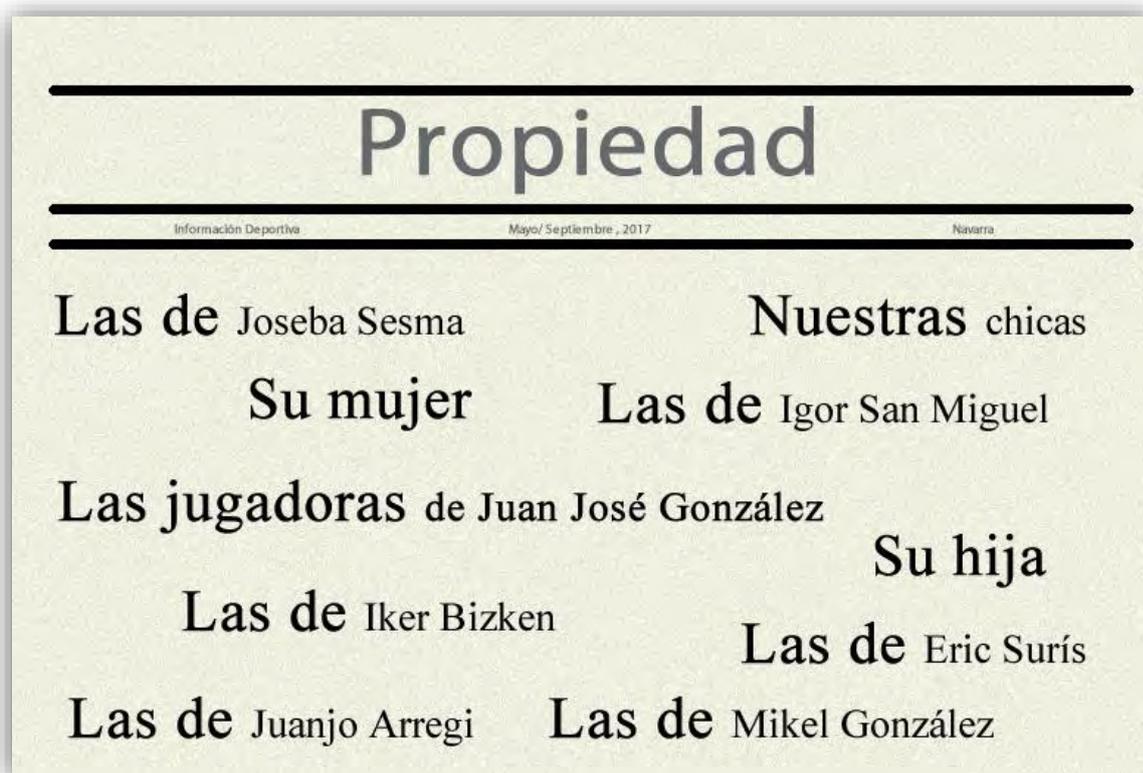


Imagen 13. Ejemplos propiedad. Elaboración propia

La excepción como criterio de noticiabilidad

Entre los casos analizados, 32 destaca la excepción como criterio de noticiabilidad. Todos los medios subrayaron el primer partido de fútbol femenino jugado en el Sadar, pero la gran mayoría no hizo referencia ni al partido, ni a los equipos que jugaron, algo muy llamativo. Las

frases “por primera vez”, “el único/la única” o “solo” marcan este criterio de excepción que fomenta el androcentrismo que marca la información deportiva, donde el hombre es el protagonista y la mujer algo excepcional.

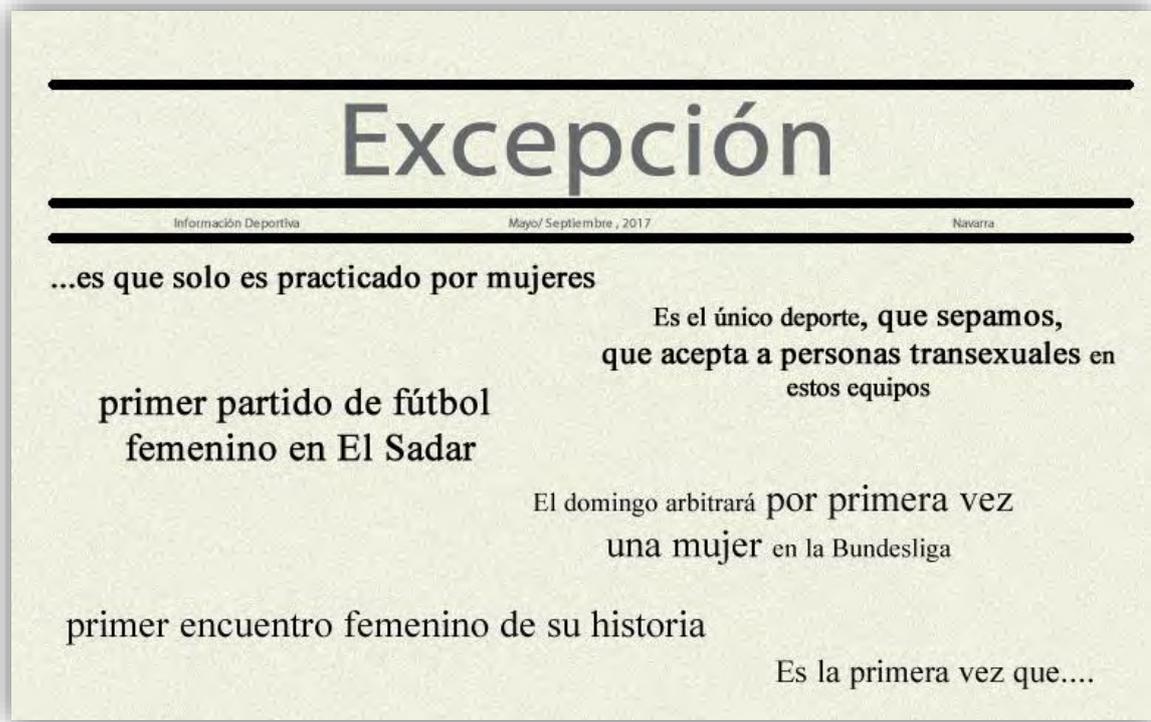


Imagen 14. Ejemplos de excepción. Elaboración propia



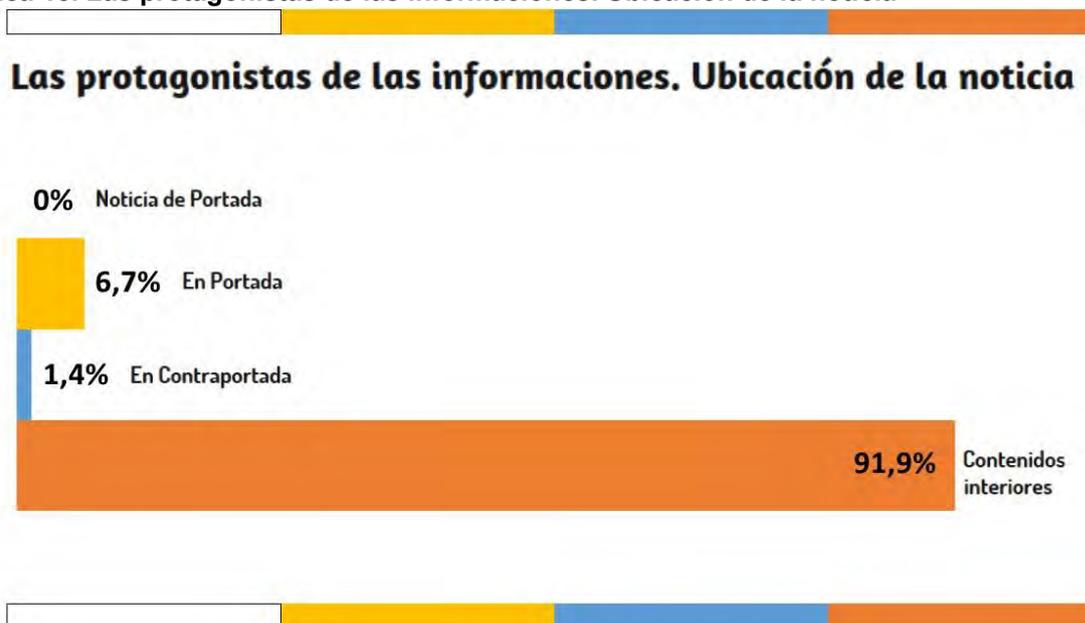
Imagen 15. Marca: 2 de septiembre de 2017

Las deportistas tienen poca visibilidad en los espacios principales

Ya se ha dicho que las mujeres, a pesar de sus triunfos, no han abierto informativos en televisión o radio, ni han merecido ser noticia de portada.

Si profundizamos en los casos donde las mujeres han aparecido en portadas o en sumarios, queda claro con son los medios impresos los que más las han destacado.

Gráfica 18. Las protagonistas de las informaciones. Ubicación de la noticia



En televisión solo hay un caso donde había una mujer en el sumario -en Navarra Televisión- y su aparición viene dada por su condición de política, no de deportista.

En el caso de la radio cadena Ser y Radio Marca abren sus informativos en una ocasión respectivamente anunciando una información sobre deportistas que apenas tuvieron desarrollo posterior, más allá de unos resultados.

Los diarios digitales que han servido de muestra, al publicar pocas informaciones al día, llevan todas a su portada digital, pero en solo dos casos podía verse a las deportistas en el primer “pantallazo” que mostraban los diarios, y precisabas hacer *scroll* para poder localizar las informaciones que hablaban de ellas.

Son los diarios impresos los que han dado un protagonismo más destacado a las mujeres, en concreto Marca y Gara, en el resto no se ha localizado ninguna mientras los deportistas sí aparecían. En la imagen 16 pueden verse los ejemplos de los diarios impresos analizados donde las deportistas aparecen en portada, pero siempre en segundo plano.

España gana el Mundial de hockey patines en categoría femenino, Garbiñe Muguruza es número 1 del tenis mundial, tercer Europeo de Carolina Marín en Badminton, María Bernabeu bronce en el Mundial de judo, y la final de la Copa de balonmano donde participa el Bera Bera, son las noticias más destacadas, pero si se comparan con las informaciones que aparecen sobre hombres, no han alcanzado la relevancia que merecen estos triunfos. Pero es de destacar que son los impresos los que han marcado la diferencia, porque estos triunfos no han visto su reflejo en televisión o radio.

Otros méritos deportivos como el bronce europeo de Cristina Soler en el Europeo de bochas (Petanca) solo merecieron un breve en marca.



Imagen 16. Ejemplos de portadas (Marca y Gara). Elaboración propia

Los hombres siguen apareciendo delante de las mujeres: orden de presentación

El orden que signamos a los datos informativos obedece al orden de importancia que queremos otorgar a los datos, lo que deseamos resaltar. En la información deportiva, por lo general, cuando se hace alusión a los dos sexos lo más probables es que sean los hombres

los que aparezcan en primer lugar. Esto ocurre en 57 casos analizados, en todos los medios.



Imagen 17. Ejemplos de orden de presentación. Elaboración propia

Esto consolida que son los hombres los que merecen tener un lugar privilegiado. Sin embargo, en este caso se ha visto un avance en este sentido, puesto que en 19 casos aparecen las mujeres antes que los hombres. Este ejercicio de concienciación de los y las periodistas, que el orden de aparición de los nombres dé prioridad a las mujeres, es muy relevante para pasar del androcentrismo que prima en la información deportiva a un concepto de igualdad ante una misma proeza deportiva.

En este caso destaca, una vez más, el diario Marca con 9 casos. Otros medios también recogen ejemplos: 5 casos en Diario de Noticias, 2 casos en Gara, y en Diario de Navarra, en el informativo de TVE y en el de Cope encontramos 1 caso respectivamente.

Gran mejoría en las fotografías de mujeres

En apartados anteriores se ha hablado de un aumento de fotografías protagonizadas por mujeres, en concreto un 7,98% del todas las fotografías. En el análisis cualitativo es imprescindible destacar la gran mejora que los diarios digitales e impresos han hecho al visualizar a las deportistas en actitudes deportivas y no como simples elementos decorativos. Esto se ve claro en todos los casos, también en el de las mujeres que no pertenecen al ámbito

deportivo, tan recurrentes en otros diarios, el encuadre de los fotógrafos ya no se centra en observar como las mujeres “coronan al vencedor”.

Así, solo se han encontrado mujeres como elementos claramente decorativos en 3 casos, todos en el mundo del ciclismo, y únicamente en uno de ellos son el centro de la información:



Imagen 18. Gara: 1 de mayo de 2017



Imagen 19. Navarra Sport: 6 de mayo de 2017



Imagen 20. Diario de Navarra: 5 de mayo de 2017

Las diferentes denuncias sociales han producido un cambio en este sentido, un claro ejemplo fueron las denuncias de las azafatas en el torneo Godó.



Imagen 21. Diario de Noticias: 5 de mayo de 2017

Las fotografías reflejan a las mujeres como lo que son, triunfadoras, luchadoras, Deportistas.



Imagen 22. Marca: 3 de septiembre de 2017



Imagen 23. Diario de Navarra: 7 de mayo de 2017



Imagen 24. Gara: 2 de mayo de 2017



Imagen 25. Diario de Noticias: 1 de mayo de 2017



Imagen 26. Navarra Sport: 1 de septiembre de 2017



Imagen 27. Navarra Deportiva: 6 de mayo de 2017

CONCLUSIONES

A pesar de los progresos de las deportistas y de los esfuerzos que realizan las administraciones públicas, la equiparación con respecto a los deportistas es lenta en relación a la representación que los medios de comunicación hacen de los logros y avances de las deportistas. Existe un avance mínimo a nivel cuantitativo respecto a estudios anteriores

El 6,1% están protagonizadas por mujeres, frente al 87,10% protagonizadas por hombres. Un 3% de las informaciones son `mixtas`, donde hombres y mujeres comparten protagonismo y un 3,9% corresponden a un protagonista `neutro`.

Todavía son setenta y ocho puntos los que separan a la representación de las mujeres como sujeto noticioso de la información deportiva de los hombres. Estas diferencias, que marcan un claro protagonismo masculino, son más marcadas cuando analizamos la extensión de las informaciones. Las mayores diferencias se producen en la televisión y en la radio, y son los medios impresos los que más informan sobre las mujeres.

El deporte central de la información deportiva sigue siendo el fútbol (64,10%), pero en este caso, aunque con grandes diferencias respecto a las ligas masculinas, se ha avanzado informando sobre la Primera y Segunda División Femenina, y al menos ya son un clásico a la hora de informar sobre los resultados, aunque con escaso desarrollo posterior en las informaciones.

Las mujeres siguen consiguiendo triunfos deportivos sin precedentes, pero siguen siendo invisibles en la información deportiva. Las victorias de España en el mundial de hockey patines, de Marín en el europeo de Badminton, el bronce de Bernabeu en el Mundial de judo y el de Soler en el Europeo de bochas o el número 1 del tenis mundial de Muguruza apenas han sido reflejados en los medios. Cabría hablar de deportes con cobertura mediática y otros en los que, si les añadimos la figura de la mujer, son invisibles a los medios, aunque el número de federados y federadas sea alto.

En el "Estudio sobre la situación de las mujeres en los Juegos Deportivos de Navarra y en el deporte federado de Navarra" (2017) de la temporada 2015/2016, la Comunidad Foral de Navarra aglutinó 71.011 licencias de deportistas repartidas en 43 federaciones deportivas; 51.674 de hombres (73%) y 19.337 de mujeres (27%). En general, los hombres participan en más deportes que las mujeres, y en mayor proporción que estas. Solo en seis federaciones deportivas las licencias de las mujeres superan a las de los hombres: baloncesto, hípica, gimnasia, natación, patinaje y voleibol. Estos datos no se reflejan proporcionalmente en la cobertura mediática, por lo que todavía queda mucho que hacer para aumentar la visibilidad de las deportistas y generar referentes para las niñas a las que imitar.

Los datos referentes a los títulos y al cuerpo de las informaciones dejan claro que la invisibilidad de las mujeres aumenta y su voz se apaga. Han mejorado los datos respecto a otros estudios, pero todavía las mujeres no son fuentes de sus propias informaciones y su identificación, con nombres y apellidos, no es equiparable a la de los hombres.

El tema central es la competición, como no podría ser menos en las informaciones deportivas, pero en el caso de las mujeres aún más. Esto refleja que las figuras de las deportistas son un tema secundario, lo que implica la práctica inexistencia de referentes femeninos.

Existe un menor interés en focalizar el papel de las mujeres como entrenadoras o directivas de clubs y federaciones. En este caso, los datos del “Estudio sobre la situación de las mujeres en los Juegos Deportivos de Navarra y en el deporte federado de Navarra” (2017) de la temporada 2015/2016 la Comunidad Foral de Navarra, aglutinó 2.474 licencias de técnicos y técnicas, de las cuales 1.851 (75%) corresponden a hombres, y 623 a mujeres (25%). En general, los hombres participan en más deportes que las mujeres, y en mayor proporción que estas y, sobre todo, existen diferencias en el nivel de cualificación y profesionalización; remuneración; nivel o categoría en el que desempeñan el rol, etc. Lo mismo ocurre en el número de federaciones deportivas navarras presididas por mujeres. En el 2016, solo 3 eran mujeres (8%) y en el estamento arbitral, en 2015, además de en el número de licencias - 323 de mujeres (22%), y 1.227 de hombres (78%) – existen mayores diferencias en el nivel de cualificación y profesionalización. En este caso la realidad “real” y la realidad “mediática” coinciden e incluso se aumenta.

¿Refleja la información deportiva editada y emitida en Navarra la situación real de las deportistas? La respuesta es NO.

Que una mujer consiga ser laureada por una conquista deportiva no le garantiza visibilidad en un medio de comunicación por ese logro. Los éxitos deportivos no implican un seguimiento constante en las páginas de los diarios especializados. Fuera del fútbol, el resto de deportes se cubren de manera muy puntual, sin importar que sea categoría masculina o femenina, pero si añadimos la variable mujer la repercusión mediática es inferior.

Podemos afirmar que las deportistas quedan relegadas a un breve o a una simple tabla de resultados, por lo que no se está profundizando a la hora de cubrir la información que les atañe.

La presencia de los hombres se extiende a las informaciones de las deportistas, también como fuentes. Aparecen en los titulares con nombre propio, en las citas y llenan las informaciones cuyas protagonistas principales son las mujeres.

Aunque la mujer sigue en clamorosa desventaja respecto del hombre por el número de informaciones que protagoniza, hay una mejoría en su papel como fuente de la noticia. Aquí queda clara la presencia de entrenadores y directivos hombres, no mujeres, y son los cargos que actúan como voces de los medios.

El análisis cualitativo ha confirmado que se mantienen los viejos estereotipos, y los sesgos discursivos han quedado vigentes. Sin embargo, se observa un avance en este sentido, puesto que también encontramos ejemplos del buen uso del lenguaje.

Quizás sea en las fotografías, en este caso de los diarios impresos y digitales, donde más se ha avanzado, ya que la mujer presentada bien como arquetipo decorativo o como objeto de deseo, es prácticamente invisible. En los medios editados y emitidos en Navarra, las fotografías dedicadas en exclusiva a mujeres como objeto sexual han desaparecido.

En líneas generales, hay un claro déficit de información deportiva cuando las deportistas son protagonistas y, fundamentalmente a la hora de jerarquizar la información, necesitamos más deportistas de portada porque sus triunfos lo merecen. Respecto al tratamiento de la información por parte de periodistas, se percibe una mejoría. Todavía hay que avanzar en

este sentido, pero al menos tenemos ejemplos positivos del buen uso del lenguaje en todos los medios.

La creación de referentes, el mayor seguimiento y desarrollo de las informaciones de categorías femeninas, ya sean de disciplinas individuales o de equipo, es un reto que se debe cumplir en los próximos años para conseguir la equiparación con sus homólogos masculinos.

Equipo de investigación

Directora: Clara Sainz de Baranda Andújar. Universidad Carlos III de Madrid.

Diseño de la investigación: Clara Sainz de Baranda Andújar (Universidad Carlos III de Madrid). Enrique Ortega (Universidad de Murcia); Pilar Sainz de Baranda (Universidad de Murcia); M^a Jesús Bazaco (Universidad de Murcia).

Tareas de codificación: Clara Sainz de Baranda Andújar; Chantal Reyes Calabia; Daniel López García; David López Buforn.

Base de datos y resultados estadísticos: Clara Sainz de Baranda Andújar; Marian Blanco Ruíz.

Diseño de gráficas: Pilar Calvo. Asociación de Mujeres en el Deporte Profesional.

Bibliografía

AVENTO Consultoría (2017). Estudio sobre la situación de las mujeres en los Juegos Deportivos de Navarra y en el deporte federado de Navarra. Instituto Navarro de Deporte y Juventud (INDJ). Gobierno de Navarra.

Guerrero Salazar, S. (2017). La prensa Deportiva Española. Sexismo lingüístico y discursivo. UCO Press. Editorial Universidad de Córdoba.

Sainz de Baranda, 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, C. (2014b). Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles. Cuadernos de Psicología Del Deporte, 14(1), pp.91-102.

Sainz de Baranda, C. (2017). La imagen del baloncesto en la prensa deportiva (1979-2010). Revista de Psicología del Deporte. 2017, Vol 26, Suppl. 1, pp. 139-142.

Anexo

Informe "Presencia y tratamiento de las mujeres en el deporte en los medios generalistas de información deportiva navarros"

Resultados Globales

Tabla 2. Género de protagonista principal de la información. Todos los medios

Género	n	Columna N %
Mujer	279	6,1
Mixto	139	3
Hombre	3998	87,1
Neutro / Institución	174	3,8
Total	4590	100

Tabla 3. Género de protagonista principal de la información según el medio

Medio	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	
Diario Impreso	85,3	6,8	66,2	2,6	75,8	87	71,3	3,6	75,9
Diario Digital	3,9	3,6	5,8	2,6	6,8	90,1	6,3	3,6	6,6
Televisión	2,9	5,6	3,6	3,5	3,1	86,1	4	4,9	3,1
Radio	7,9	3,3	24,5	5,2	14,3	86,6	18,4	4,9	14,3
Total	100	6,08	100	3,03	100	87,1	100	3,79	100

Nota. Los datos indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables medio y género de los protagonistas ($\chi^2(9, N=4590) = 29,605, p=.001$).

Tabla 4. ANOVA de 2 factores: género de protagonista principal y medio

Estadísticos descriptivos				
Protagonista principal de la información (Género)		Media	Desviación estándar	N
Mujer	Diario Impreso	,115650	,1922715	238
	Diario Digital	,576718	,4161143	11
	Televisión	,902575	,5916016	8
	Radio	,247059	,5112058	22
	Total	,166754	,3021183	279
Hombre	Diario Impreso	,116765	,1712714	3031
	Diario Digital	,669929	,7593433	273
	Televisión	1,426350	,9201583	124
	Radio	,489893	1,0175570	570
	Total	,248352	,5581845	3998
Neutro / Institución	Diario Impreso	,064015	,0895221	124
	Diario Digital	,558773	,8596691	11
	Televisión	1,624829	1,1878117	7
	Radio	,125272	,1761042	32
	Total	,169349	,4545081	174
Mixto	Diario Impreso	,115482	,1553420	92
	Diario Digital	,577313	,3241460	8
	Televisión	,907520	,9271505	5
	Radio	,332826	,4303634	34
	Total	,223716	,3540919	139
Total	Diario Impreso	,114778	,1703954	3485
	Diario Digital	,660065	,7435457	303
	Televisión	1,388885	,9240798	144
	Radio	,455926	,9614707	658
	Total	,239651	,5376317	4590

Los resultados del ANOVA de 2 factores (género del protagonista principal y medio) resultaron estadísticamente significativos para el género del protagonista principal ($F=6,624$; $p<0.001$; $TE=.01$) con diferencias entre las comparaciones por pares (Prueba post hoc de Bonferroni) entre noticias de hombres comparadas con mujeres ($p<0.001$) y mixtas ($p=0.007$), con mayor porcentaje de extensión en el caso de los hombres en ambas comparaciones.

Asimismo, los resultados para la variable medio resultaron estadísticamente significativas ($F=78,076$; $p<0.001$; $TE=0.01$). Las comparaciones por pares mostraron diferencias entre todos los medios ($p<0.001$) siendo la televisión el que mayores valores presentaba y el medio impreso el que menos.

Por último, la interacción entre las variables género del protagonista y el medio resultó estadísticamente significativa ($F=3,792$; $p<0.01$; $TE=0.01$). Las diferencias significativas entre ambos factores se produjeron en el medio de televisión y radio, con mayor predominio de las noticias neutras y de hombres en televisión y de hombres en radio ($p<0.01$).

Gráfica 19. ANOVA de 2 factores: género de protagonista principal y medio

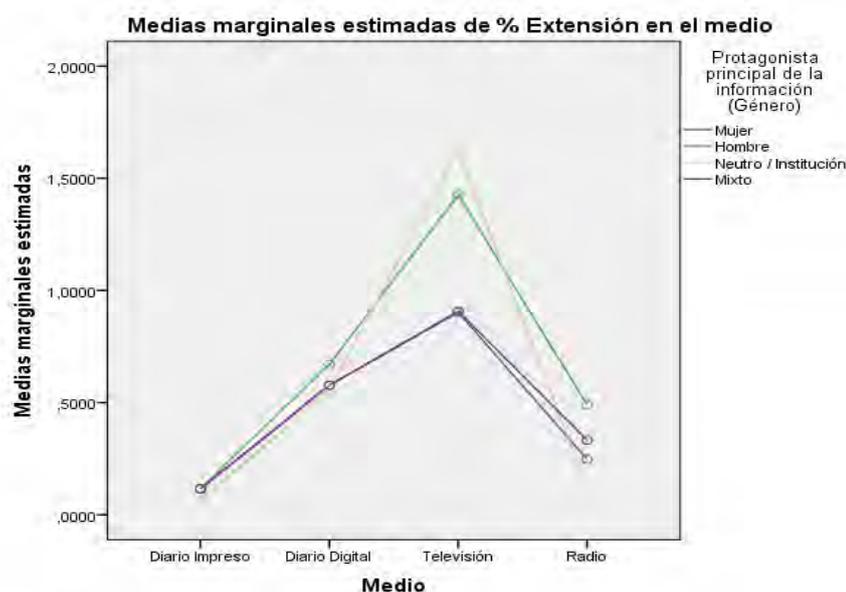


Tabla 5. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas

Ubicación	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Noticia de Portada	0	0	0	0	1,2	96	1,1	4	1,1
En Portada/sumario	7,2	3,8	5,8	1,5	12	91,1	10,9	3,6	11,5
En contraportada/cierre	1,8	9,4	0,7	1,9	1,1	83	1,7	5,7	1,2
Contenidos interiores	91	6,4	93,5	3,3	85,7	86,5	86,2	3,8	86,3
Total	100	6,08	100	3,03	100	87,1	100	3,79	100

Tabla 6. Las citas en los títulos según el género de protagonistas

Citas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	4,66	2,75	1,44	0,42	11,36	96,19	1,72	0,64	10,28
No	95,34	6,46	98,56	3,33	88,64	86,06	98,28	4,15	89,72
Total	100	6,08	100	3,03	100	87,1	100	3,79	100

Nota. Los datos indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables ubicación y género de los protagonistas ($\chi^2(3, N=4590) = 40,150, p=.000$).

Tabla 7. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas

Inclusión de un nombre propio en el título	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Femenino	28,7	87,9	1,4	2,2	0,2	9,9	0	0	2
Equipo femenino	18,3	85	0	0	0,2	11,7	1,1	3,3	1,3
Femenino y masculino	0	0	12,2	94,4	0	5,6	0	0	0,4
Equipo femenino y masculino	0,4	6,3	9,4	81,3	0	6,3	0,6	6,3	0,3
Masculino	0,7	0,1	5,8	0,6	35,6	99	2,9	0,3	31,3
Equipo masculino	1,8	0,5	6,5	0,9	24,3	96,7	10,9	1,9	21,9
No hay	50,2	7,1	64,7	4,6	39,6	80,8	84,5	7,5	42,7
Total	100	6,08	100	3,03	100	87,1	100	3,79	100

Tabla 8. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas

Deportes	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Fútbol	36,25	2,96	24,4	2,07	68,98	92,39	47,50	2,58	64,1
Baloncesto	12,92	9,90	3,6	2,88	6,78	85,3	3,75	1,92	6,82
Ciclismo	1,25	0,97	4,4	3,57	7,18	91,88	6,88	3,57	6,71
Pelota	0	0	1,2	1,83	4,01	96,34	1,88	1,83	3,57
Balonmano	11,67	21,71	2	3,88	2,44	74,42	0	0	2,81
Tenis	7,92	18,81	12	29,7	1,22	47,52	2,50	3,96	2,2
Automovilismo	0	0	0,4	1,19	2,06	96,43	1,25	2,38	1,83
Atletismo	2,08	6,10	13,6	41,46	0,81	39,02	6,88	13,41	1,79
Motociclismo	0	0	0,8	4,35	1,09	93,48	0,63	2,17	1
Golf	3,75	22,50	3,2	20	0,53	52,50	1,25	5	0,87
Montaña y Escalada	0,42	3,13	1,2	9,38	0,56	68,75	3,75	18,75	0,7
Remo	2,50	20	2	16,67	0,38	50	2,50	13,33	0,65
Pádel	1,25	10,71	7,6	67,86	0,15	21,43	0	0	0,61
Patinaje	0,42	4,35	1,2	13,04	0,43	73,91	1,25	8,7	0,5
Varios	0,83	9,09	2,8	31,82	0,25	45,45	1,88	13,64	0,48
Toros	0	0	0,4	4,76	0,25	47,62	6,25	47,62	0,46
Hockey	2,50	31,58	1,6	21,05	0,23	47,37	0	0	0,41
Natación	2,08	33,33	1,2	20	0,15	40	0,63	6,67	0,33
Rugby	0,83	15,38	0,8	15,38	0,20	61,54	0,63	7,69	0,28
Béisbol	0	0	0	0	0,33	100	0	0	0,28
Gimnasia	4,58	100	0	0	0	0	0	0	0,24
Ajedrez	0	0	1,6	40	0,13	50	0,63	10	0,22
Tiro Olímpico	0,42	10	2,8	70	0,05	20	0	0	0,22
Judo	1,67	40	0,4	10	0,13	50	0	0	0,22
Bádminton	2,92	70	0	0	0,08	30	0	0	0,22
Deporte Rural	0	0	0,8	22,22	0,18	77,78	0	0	0,2
Karate	0	0	1,2	33,33	0,08	33,33	1,88	33,33	0,2
Ninguno	0,42	12,5	0,8	25	0,03	12,5	2,5	50	0,17
Triatlón	0,42	12,5	0,8	25	0,10	50	0,63	12,5	0,17
Tenis de Mesa	0	0	0,8	25	0,13	62,5	0,63	12,5	0,17

Deportes	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Hípica	0	0	0,4	12,50	0,15	75	0,63	12,5	0,17
Boxeo	0	0	0	0	0,20	100	0	0	0,17
Decatlón	0	0	0,4	14,29	0,15	85,71	0	0	0,15
Surf	0,42	16,67	0	0	0,10	66,67	0,63	16,67	0,13
Vela	0,42	16,67	0,8	33,33	0,05	33,33	0,63	16,67	0,13
Tiro con Arco	0,42	25	0,8	50	0	0	0,63	25	0,09
Piragüismo	0,42	25	0,8	50	0,03	25	0	0	0,09
Parapente	0	0	0	0	0,08	100	0	0	0,07
Patinaje sobre Hielo	0	0	0	0	0,08	100	0	0	0,07
Esquí	0,42	33,33	0,4	33,33	0,03	33,33	0	0	0,07
Lucha	0,42	33,33	0,8	66,67	0	0	0	0	0,07
Esgrima	0	0	0,8	66,67	0,03	33,33	0	0	0,07
Actividades Subacuáticas	0	0	0,4	50	0,03	50	0	0	0,04
Voleibol	0	0	0	0	0,03	50	0,63	50	0,04
Olimpismo	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,02
Squash	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,02
Salvamento y Socorrismo	0	0	0,4	100	0	0	0	0	0,02
Polo	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,02
Petanca	0,42	100	0	0	0	0	0	0	0,02
Pesca	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,02
Kickboxing	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,02
Taekwondo	0	0	0	0	0	0	0,63	100	0,02
Softbol	0	0	0	0	0	0	0,63	100	0,02
Halterofilia	0	0	0,4	100	0	0	0	0	0,02
Total	100	6,08	100	3,03	100	87,1	100	3,79	100

Tabla 9. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas

Temas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Competición	77,06	8,31	67,63	3,63	56,15	86,78	18,97	1,28	56,36
Deportistas	14,70	4,47	8,63	1,31	21,61	94,22	0	0	19,98
Equipo Técnico	1,79	2,60	0	0	4,65	96,88	0,57	0,52	4,18
Actos relacionados con la competición	2,51	4,83	10,07	9,66	2,73	75,17	8,62	10,34	3,16
Equipo directivo	0,36	0,75	2,16	2,26	3,10	93,23	2,87	3,76	2,90
Afición, peñas deportivas	0	0	7,19	9,26	1,63	60,19	18,97	30,56	2,35
Entrenamiento	0	0	0	0	2,53	99,02	0,57	0,98	2,22
Salud, deportistas lesionados/as	0,72	2,02	0	0	2,43	97,98	0	0	2,16
Otros	2,87	2,61	4,32	1,95	5,18	67,43	49,43	28,01	6,69
Total	100	6,08	100	3,03	100	87,1	100	3,79	100

Tabla 10. Ámbito geográfico según el género de protagonistas

Ámbito territorial	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Local / Regional	21,5	9,1	38,1	8	12,2	73,6	35,1	9,2	14,4
Nacional	60,2	5,6	50,4	2,3	67,4	89,1	52,3	3	65,9
Territorio nacional con protagonista no español	1,8	2,2	0	0	5,6	97,4	0,6	0,4	5
Territorio extranjero con protagonista español	13,6	12,3	7,9	3,6	6,4	83,1	1,7	1	6,7
Exterior, internacional	2,9	2,2	3,6	1,4	8,5	91,6	10,3	4,9	8,1
Total	100	6,08	100	3,03	100	87,1	100	3,79	100

Nota. Los datos indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables ubicación y género de los protagonistas (χ^2 (12.N=4590) = 206,703, p=.000).

Tabla 11. Ámbito navarro según el género de protagonistas

Ámbito Navarro	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	46,24	6,13	61,15	4,04	45,15	85,75	49,43	4,09	45,86
No	53,76	6,04	38,85	2,17	54,85	88,25	50,57	3,54	54,14
Total	100	6,08	100	3,03	100	87,1	100	3,79	100

Nota. Los datos indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables ubicación y género de los protagonistas (χ^2 (3,N=4590) = 14,814, p=.002).

Tabla 12. El género periodístico según el género de protagonistas

Géneros periodísticos	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Breve	46,59	5,76	46,76	2,88	48,37	85,76	72,41	5,59	49,13
Información extensa	17,20	4,82	25,90	3,62	21,91	88,04	20,11	3,52	21,68
Crónica	8,60	5,78	5,76	1,93	9,55	92,05	0,57	0,24	9,04
Tablas de resultados	18,64	14,02	12,95	4,85	7,50	80,86	0,57	0,27	8,08
Entrevista	3,23	5,33	1,44	1,18	3,90	92,31	1,15	1,18	3,68
Otros	2,51	6,60	0	0	2,40	90,57	1,72	2,83	2,31
Opinión	0,36	0,98	1,44	1,96	2,40	94,12	1,72	2,94	2,22
Reportaje	1,79	5,75	2,88	4,60	1,93	88,51	0,57	1,15	1,90
Fotonoticia	1,08	8,33	2,88	11,11	0,70	77,78	0,57	2,78	0,78
Tertulia	0	0	0	0	0,63	100	0	0	0,54
Perfil	0	0	0	0	0,48	100	0	0	0,41
Editorial	0	0	0	0	0,15	100	0	0	0,13
Foto-reportaje	0	0	0	0	0,05	100	0	0	0,04
Concurso	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,02
Vídeo -reportaje	0	0	0	0	0	0	0,57	100	0,02
Total	100	6,08	100	3,03	100	87,1	100	3,79	100

Nota. Los datos indican relaciones estadísticamente significativas entre las variables ubicación y género de los protagonistas (χ^2 (12.N=4590) = 206,703, p=.000).

Resultados Diarios Impresos

Tabla 13. Género de protagonista principal de la información. Diarios Impresos

Diario impreso	Género	Columna N %	n
Marca	Mujer	5,37	87
	Mixto	2,16	35
	Hombre	88,58	1435
	Neutro / Institución	3,89	63
	Total	100	1620
Diario de Navarra	Mujer	8,96	71
	Mixto	2,90	23
	Hombre	85,61	678
	Neutro / Institución	2,53	20
	Total	100	792
Diario de Noticias	Mujer	4,66	31
	Mixto	2,71	18
	Hombre	88,42	588
	Neutro / Institución	4,21	28
	Total	100	665
Gara	Mujer	12,01	49
	Mixto	3,92	16
	Hombre	80,88	330
	Neutro / Institución	3,19	13
	Total	100	408
Total diarios impresos	Mujer	6,83	238
	Mixto	2,64	92
	Hombre	86,97	3031
	Neutro / Institución	3,56	124
	Total	100	3485

Tabla 14. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas. Diarios impresos

Ubicación	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Noticia de Portada	0	0	0	0	0,59	94,7	0,81	5,3	0,50
En Portada/ sumario	2,94	6,5	0	0	3,20	90,7	2,42	2,8	3,10
En contraportada /cierre	1,68	9,8	1,09	2,4	1,09	80,5	2,42	7,3	1,20
Contenidos interiores	95,38	6,8	98,91	2,7	95,12	86,9	94,35	3,5	95,20
Total	100	6,83	100	2,64	100	86,97	100	3,56	100

Tabla 15. Las citas en los títulos según el género de protagonistas. Diarios impresos

Citas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	4,62	3,12	0	0	11,18	96,03	2,42	0,85	10,13
No	95,38	7,25	100	2,94	88,82	85,95	97,58	3,86	89,87
Total	100	6,83	100	2,64	100	86,97	100	3,56	100

Tabla 16. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas. Diarios impresos

Inclusión de un nombre propio en el título	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Femenino	28,99	89,61	2,17	2,6	0,2	7,79	0	0	2,21
Equipo femenino	19,33	86,79	0	0	0,2	11,32	0,81	1,89	1,52
Femenino y masculino	0	0	14,13	92,86	0,03	7,14	0	0	0,4
Equipo femenino y masculino	0,42	7,14	11,96	78,57	0,03	7,14	0,81	7,14	0,4
Masculino	0,42	0,09	5,43	0,45	36,19	99,1	3,23	0,36	31,76
Equipo masculino	1,68	0,65	4,35	0,65	19,56	96,11	12,9	2,59	17,7
No hay	49,16	7,3	61,96	3,56	43,78	82,78	82,26	6,36	46
Total	100	6,83	100	2,64	100	86,97	100	3,56	100

Tabla 17. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Diarios impresos

Deportes	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Fútbol	31,09	3,42	11,96	0,51	66,64	93,43	45,97	2,64	62,04
Baloncesto	13,03	11,65	2,17	0,75	7,52	85,71	4,03	1,88	7,63
Ciclismo	2,10	1,92	5,43	1,92	7,89	91,92	8,87	4,23	7,46
Pelota	0	0	2,17	1,55	4,09	96,12	2,42	2,33	3,70
Balonmano	13,03	33,33	2,17	2,15	1,98	64,52	0	0	2,67
Tenis	8,40	21,51	15,22	15,05	1,81	59,14	3,23	4,30	2,67
Automovilismo	0	0	1,09	1,28	2,47	96,15	1,61	2,56	2,24
Atletismo	3,78	15	19,57	30	0,82	41,67	6,45	13,33	1,72
Motociclismo	0	0	1,09	2,44	1,32	97,56	0	0	1,18
Montaña y Escalada	0,42	3,23	2,17	6,45	0,76	74,19	4,03	16,13	0,89
Golf	3,36	27,59	0	0	0,69	72,41	0	0	0,83
Remo	2,52	20,69	4,35	13,79	0,53	55,17	2,42	10,34	0,83
Toros	0	0	1,09	5	0,30	45	8,06	50	0,57
Hockey	2,52	31,58	4,35	21,05	0,30	47,37	0	0	0,55
Varios	1,26	21,43	5,43	35,71	0,10	21,43	2,42	21,43	0,40
Patinaje	0,42	7,69	2,17	15,38	0,26	61,54	1,61	15,38	0,37
Natación	2,10	41,67	2,17	16,67	0,13	33,33	0,81	8,33	0,34
Gimnasia	4,62	100	0	0	0	0	0	0	0,32
Judo	1,68	40	1,09	10	0,16	50	0	0	0,29
Tiro Olímpico	0,42	11,11	4,35	44,44	0,13	44,44	0	0	0,26

Deportes	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Deporte Rural	0	0	1,09	11,11	0,26	88,89	0	0	0,26
Rugby	0,42	12,50	0	0	0,20	75	0,81	12,50	0,23
Bádminton	2,94	87,50	0	0	0,03	12,50	0	0	0,23
Ninguno	0,84	25	0	0	0,07	25	3,23	50	0,23
Boxeo	0	0	0	0	0,26	100	0	0	0,23
Ajedrez	0	0	2,17	28,57	0,13	57,14	0,81	14,29	0,20
Decatlón	0	0	0	0	0,23	100	0	0	0,20
Karate	0	0	3,26	50	0,10	50	0	0	0,17
Surf	0,42	16,67	0	0	0,13	66,67	0,81	16,67	0,17
Vela	1,26	50	0	0	0,07	33,33	0,81	16,67	0,17
Triatlón	0,42	20	1,09	20	0,07	40	0,81	20	0,14
Hípica	0	0	0	0	0,13	100	0	0	0,11
Piragüismo	0,84	66,67	1,09	33,33	0	0	0	0	0,09
Patinaje sobre Hielo	0	0	0	0	0,10	100	0	0	0,09
Esquí	0,42	33,33	0	0	0,07	66,67	0	0	0,09
Lucha	0,84	66,67	0	0	0,03	33,33	0	0	0,09
Tenis de Mesa	0	0	0	0	0,07	100	0	0	0,06
Tiro con Arco	0,42	50	1,09	50	0	0	0	0	0,06
Pádel	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,03
Esgrima	0	0	1,09	100	0	0	0	0	0,03
Voleibol	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,03
Olimpismo	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,03
Salvamento y Socorrismo	0	0	1,09	100	0	0	0	0	0,03
Polo	0	0	0	0	0,03	100	0	0	0,03
Petanca	0,42	100	0	0	0	0	0	0	0,03
Softbol	0	0	0	0	0	0	0,81	100	0,03
Total	100	6,83	100	2,64	100	86,97	100	3,56	100

Tabla 18. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Diarios impresos

Temas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Competición	78,57	9,32	75	3,44	56,88	85,90	21,77	1,35	57,59
Deportistas	13,87	4,42	7,61	0,94	23,33	94,65	0	0	21,43
Equipo Técnico	3,36	3,23	5,43	2,02	5,51	67,34	54,84	27,42	7,12
Actos relacionados con la competición	0,84	1,36	0	0	4,75	97,96	0,81	0,68	4,22
Equipo directivo	2,10	6,94	3,26	4,17	1,88	79,17	5,65	9,72	2,07
Afición, peñas deportivas	0,42	1,35	1,09	1,35	2,24	91,89	3,23	5,41	2,12
Entrenamiento	0	0	7,61	9,46	1,65	67,57	13,71	22,97	2,12
Salud, deportistas lesionados/as	0	0	0	0	1,55	100	0	0	1,35
Otros	0,84	2,90	0	0	2,21	97,10	0	0	1,98
Total	100	6,83	100	2,64	100	86,97	100	3,56	100

Tabla 19. Ámbito geográfico según el género de protagonistas. Diarios impresos

Ámbito territorial	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Local / Regional	22,27	10,35	34,78	6,25	13,23	78,32	20,97	5,08	14,69
Nacional	57,56	6,31	51,09	2,16	63,08	88,03	61,29	3,50	62,32
Territorio nacional con protagonista no español	2,10	2,54	0	0	6,30	96,95	0,81	0,51	5,65
Territorio extranjero con protagonista español	14,71	14,52	8,70	3,32	6,43	80,91	2,42	1,24	6,92
Exterior, internacional	3,36	2,20	5,43	1,38	10,95	91,46	14,52	4,96	10,42
Total	100	6,83	100	2,64	100	86,97	100	3,56	100

Tabla 20. Ámbito navarro según el género de protagonistas. Diarios impresos

Ámbito Navarro	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	37,39	8,41	41,3	3,59	29,53	84,59	29,03	3,40	30,36
No	62,61	6,14	58,7	2,22	70,47	88,01	70,97	3,63	69,64
Total	100	6,83	100	2,64	100	86,97	100	3,56	100

Tabla 21. El género periodístico según el género de protagonistas. Diarios impresos

Géneros periodísticos	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Breve	43,70	6,10	48,91	2,64	48,37	86,03	71,77	5,22	48,90
Información extensa	16,39	5,54	18,48	2,41	20,46	88,07	22,58	3,98	20,20
Crónica	7,98	6,55	4,35	1,38	8,81	92,07	0	0	8,32
Tablas de resultados	21,85	14,09	19,57	4,88	9,83	80,76	0,81	0,27	10,59
Entrevista	3,36	7,14	0	0	3,43	92,86	0	0	3,21
Otros	2,94	6,67	0	0	3,13	90,48	2,42	2,86	3,01
Opinión	0,42	1,10	1,09	1,10	2,84	94,51	2,42	3,30	2,61
Reportaje	2,10	7,35	3,26	4,41	1,98	88,24	0	0	1,95
Fotonoticia	1,26	13,64	4,35	18,18	0,49	68,18	0	0	0,63
Perfil	0	0	0	0	0,59	100	0	0	0,52
Foto-reportaje	0	0	0	0	0,07	100	0	0	0,06
Total	100	6,83	100	2,64	100	86,97	100	3,56	100

Resultados Diarios Digitales

Tabla 22. Género de protagonista principal de la información. Diarios digitales

Diario digitales	Género	Columna N %	n
Navarra Sport	Mujer	3,13	7
	Mixto	2,23	5
	Hombre	91,52	205
	Neutro / Institución	3,13	7
Total		100	224
Navarra deportiva	Mujer	5,06	4
	Mixto	3,8	3
	Hombre	86,08	68
	Neutro / Institución	5,06	4
Total		100	79
Total diarios digitales	Mujer	3,63	11
	Mixto	2,64	8
	Hombre	90,1	273
	Neutro / Institución	3,63	11
Total		100	303

Tabla 23. Las citas en los títulos según el género de protagonistas. Diarios digitales

Citas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	0	0	0	0	15,02	100	0	0	13,53
No	100	4,2	100	3,05	84,98	88,55	100	4,2	86,47
Total	100	3,63	100	2,64	100	90,1	100	3,63	100

Tabla 24. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas. Diarios digitales

Inclusión de un nombre propio en el título	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Femenino	45,45	100	0	0	0	0	0	0	1,65
Equipo femenino	18,18	66,67	0	0	0	0	9,09	33,33	0,99
Femenino y masculino	0	0	25	100	0	0	0	0	0,66
Equipo femenino y masculino	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Masculino	0	0	0	0	44,32	100	0	0	39,93
Equipo masculino	0	0	25	1,90	37	96,19	18,18	1,90	34,65
No hay	36,36	5,97	50	5,97	18,68	76,12	72,73	11,94	22,11
Total	100	3,63	100	2,64	100	90,10	100	3,63	100

Tabla 25. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Diarios digitales

Deportes	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Fútbol	72,73	3,79	25	0,95	71,06	91,94	63,64	3,32	69,64
Ciclismo	0	0	0	0	11,72	96,97	9,09	3,03	10,89
Baloncesto	9,09	6,25	0	0	5,13	87,50	9,09	6,25	5,28
Balonmano	0	0	0	0	5,13	100	0	0	4,62
Tenis	9,09	16,67	25	33,33	1,10	50	0	0	1,98
Automovilismo	0	0	0	0	1,83	100	0	0	1,65
Pelota	0	0	0	0	1,10	100	0	0	0,99
Motociclismo	0	0	0	0	1,10	100	0	0	0,99
Tenis de Mesa	0	0	12,50	33,33	0,73	66,67	0	0	0,99
Atletismo	0	0	0	0	0,73	100	0	0	0,66
Pádel	9,09	50	12,50	50	0	0	0	0	0,66
Ajedrez	0	0	25	100	0	0	0	0	0,66
Varios	0	0	0	0	0,37	100	0	0	0,33
Karate	0	0	0	0	0	0	9,09	100	0,33
Triatlón	0	0	0	0	0	0	9,09	100	0,33
Total	100	3,63	100	2,64	100	90,10	100	3,63	100

Tabla 26. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Diarios digitales

Temas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Competición	63,64	5	50	2,86	47,25	92,14	0	0	46,20
Deportistas	36,36	6,15	0	0	22,34	93,85	0	0	21,45
Equipo Técnico	0	0	0	0	8,42	100	0	0	7,59
Actos relacionados con la competición	0	0	25	9,09	6,59	81,82	18,18	9,09	7,26
Salud, deportistas lesionados/as	0	0	0	0	4,03	100	0	0	3,63
Afición, peñas deportivas	0	0	25	22,22	1,47	44,44	27,27	33,33	2,97
Entrenamiento	0	0	0	0	3,30	100	0	0	2,97
Equipo directivo	0	0	0	0	1,83	83,33	9,09	16,67	1,98
Otros	0	0	0	0	4,76	72,22	45,45	27,78	5,94
Total	100	3,63	100	2,64	100	90,10	100	3,63	100

Tabla 27. Ámbito geográfico según el género de protagonistas. Diarios digitales

Ámbito territorial	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Local / Regional	18,18	4,65	75	13,95	9,89	62,79	72,73	18,60	14,19
Nacional	63,64	3,76	25	1,08	63,74	93,55	27,27	1,61	61,39
Territorio nacional con protagonista no español	0	0	0	0	9,89	100	0	0	8,91
Territorio extranjero con protagonista español	18,18	5	0	0	13,92	95	0	0	13,20
Exterior, internacional	0	0	0	0	2,56	100	0	0	2,31
Total	100	3,63	100	2,64	100	90,10	100	3,63	100

Tabla 28. Ámbito navarro según el género de protagonistas. Diarios digitales

Ámbito Navarro	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	90,91	4,03	100	3,23	80,22	88,31	100	4,44	81,85
No	9,09	1,82	0	0	19,78	98,18	0	0	18,15
Total	100	3,63	100	2,64	100	90,10	100	3,63	100

Tabla 29. El género periodístico según el género de protagonistas. Diarios digitales

Géneros periodísticos	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Breve	63,64	3,95	25	1,13	58,61	90,40	72,73	4,52	58,42
Información extensa	9,09	1,92	62,50	9,62	16,48	86,54	9,09	1,92	17,16
Crónica	27,27	7,89	12,50	2,63	12,45	89,47	0	0	12,54
Fotonoticia	0	0	0	0	4,76	92,86	9,09	7,14	4,62
Entrevista	0	0	0	0	4,40	100	0	0	3,96
Opinión	0	0	0	0	1,10	100	0	0	0,99
Reportaje	0	0	0	0	1,10	100	0	0	0,99
Tablas de resultados	0	0	0	0	0,73	100	0	0	0,66
Otros	0	0	0	0	0,37	100	0	0	0,33
Video –reportaje	0	0	0	0	0	0	9,09	100	0,33
Total	100	3,63	100	2,64	100	90,10	100	3,63	100

Resultados Informativos en Televisión

Tabla 30. Género de protagonista principal de la información. Informativos locales de televisión

Informativos TV	Género	Columna N %	n
Navarra televisión	Mujer	4,84	3
	Mixto	1,61	1
	Hombre	85,48	53
	Neutro / Institución	8,06	5
Total		100	62
Tele Navarra RTVE	Mujer	6,10	5
	Mixto	4,88	4
	Hombre	86,59	71
	Neutro / Institución	2,44	2
Total		100	82
Total televisión	Mujer	5,56	8
	Mixto	3,47	5
	Hombre	86,11	124
	Neutro / Institución	4,86	7
Total		100	144

Tabla 31. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión

Ubicación	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Noticia del día	0	0	0	0	0	0	0	0	0
En sumario	0	0	0	0	20,97	92,86	28,57	7,14	19,44
Interior	100	6,90	100	4,31	79,03	84,48	71,43	4,31	80,56
Cierre	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	100	5,56	100	3,47	100	86,11	100	4,86	100

Tabla 32. Los totales en los títulos según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión

Totales/citas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	0	0	0	0	5,65	100	0	0	4,86
No	100	5,84	100	3,65	94,35	85,40	100	5,11	95,14
Total	100	5,56	100	3,47	100	86,11	100	4,86	100

Tabla 33. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión

Inclusión de un nombre propio en el título	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Femenino	12,50	33,33	0	0	1,61	66,67	0	0	2,08
Equipo femenino	25	100	0	0	0	0	0	0	1,39
Femenino y masculino	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Equipo femenino y masculino	0	0	40	100	0	0	0	0	1,39
Masculino	0	0	0	0	25	100	0	0	21,53
Equipo masculino	0	0	20	1,41	55,65	97,18	14,29	1,41	49,31
No hay	62,50	14,29	40	5,71	17,74	62,86	85,71	17,14	24,31
Total	100	5,56	100	3,47	100	86,11	100	4,86	100

Tabla 34. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión

Deportes	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Fútbol	75	5,83	20	0,97	71,77	86,41	100	6,80	71,53
Ciclismo	0	0	0	0	7,26	100	0	0	6,25
Pelota	0	0	0	0	5,65	100	0	0	4,86
Atletismo	0	0	40	40	2,42	60	0	0	3,47
Balonmano	0	0	0	0	3,23	100	0	0	2,78
Baloncesto	12,50	25	0	0	2,42	75	0	0	2,78
Patinaje	0	0	0	0	2,42	100	0	0	2,08
Béisbol	0	0	0	0	1,61	100	0	0	1,39
Varios	0	0	0	0	0,81	100	0	0	0,69
Triatlón	0	0	0	0	0,81	100	0	0	0,69
Tenis de Mesa	0	0	20	100	0	0	0	0	0,69
Natación	0	0	20	100	0	0	0	0	0,69
Hípica	0	0	0	0	0,81	100	0	0	0,69
Golf	12,50	100	0	0	0	0	0	0	0,69
Bádminton	0	0	0	0	0,81	100	0	0	0,69
Total	100	5,56	100	3,47	100	86,11	100	4,86	100

Tabla 35. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión

Temas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Competición	37,50	4,17	40	2,78	54,03	93,06	0	0	50
Deportistas	12,50	4,76	0	0	16,13	95,24	0	0	14,58
Actos relacionados con la competición	25	15,38	40	15,38	5,65	53,85	28,57	15,38	9,03
Entrenamiento	0	0	0	0	7,26	100	0	0	6,25
Equipo directivo	0	0	0	0	6,45	100	0	0	5,56
Equipo Técnico	25	33,33	0	0	3,23	66,67	0	0	4,17
Salud, deportistas lesionados/as	0	0	0	0	2,42	100	0	0	2,08
Afición, peñas deportivas	0	0	20	50	0,81	50	0	0	1,39
Otros	0	0	0	0	4,03	50	71,43	50	6,94
Total	100	5,56	100	3,47	100	86,11	100	4,86	100

Tabla 36. Ámbito geográfico según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión

Ámbito territorial	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Local / Regional	12,50	16,67	40	33,33	0,81	16,67	28,57	33,33	4,17
Nacional	87,50	5,19	60	2,22	96,77	88,89	71,43	3,70	93,75
Territorio nacional con protagonista no español	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Territorio extranjero con protagonista español	0	0	0	0	2,42	100	0	0	2,08
Exterior, internacional	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	100	5,56	100	3,47	100	86,11	100	4,86	100

Tabla 37. Ámbito navarro según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión

Ámbito Navarro	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	100	5,56	100	3,47	100	86,11	100	4,86	100
No	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	100	5,56	100	3,47	100	86,11	100	4,86	100

Tabla 38. El género periodístico según el género de protagonistas. Informativos locales de televisión

Géneros periodísticos	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Breve	62,50	7,35	60	4,41	45,97	83,82	42,86	4,41	47,22
Información extensa	25	4,65	0	0	31,45	90,70	28,57	4,65	29,86
Crónica	12,50	4,76	20	4,76	14,52	85,71	14,29	4,76	14,58
Reportaje	0	0	20	9,09	7,26	81,82	14,29	9,09	7,64
Entrevista	0	0	0	0	0,81	100	0	0	0,69
Total	100	5,56	100	3,47	100	86,11	100	4,86	100

Resultados Programas Deportivos en Radio

Tabla 39. Género de protagonista principal de la información. Programas deportivos en radio

Radio	Género	Columna N %	n
Radio Marca Navarra	Mujer	4,32	16
	Mixto	4,05	15
	Hombre	89,19	330
	Neutro / Institución	2,43	9
	Total	100,00	370
Cope Navarra	Mujer	2,27	3
	Mixto	13,64	18
	Hombre	75,00	99
	Neutro / Institución	9,09	12
	Total	100,00	132
Cadena Ser Navarra	Mujer	1,92	3
	Mixto	0,64	1
	Hombre	90,38	141
	Neutro / Institución	7,05	11
	Total	100,00	156
Total radio	Mujer	3,34	22
	Mixto	5,17	34
	Hombre	86,63	570
Radio Marca Navarra	Mujer	4,32	16
	Mixto	4,05	15

Tabla 40. La ubicación de la noticia según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio

Ubicación	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Noticia del día	0	0	0	0	5,26	96,77	3,13	3,23	4,71
En sumario	9,09	2,22	0	0	14,91	94,44	9,38	3,33	13,68
Interior	86,36	3,62	100	6,48	77,89	84,57	87,50	5,33	79,79
Cierre	4,55	8,33	0	0	1,93	91,67	0	0	1,82
Total	100	3,34	100	5,17	100	86,63	100	4,86	100

Tabla 41. Los totales en los títulos según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio

Totales/citas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	9,09	2,82	5,88	2,82	11,75	94,37	0	0	10,79
No	90,91	3,41	94,12	5,45	88,25	85,69	100	5,45	89,21
Total	100	3,34	100	5,17	100	86,63	100	4,86	100

Tabla 42. Nombres propios en los títulos según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio

Inclusión de un nombre propio en el título	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Femenino	22,73	83,33	0	0	0,18	16,67	0	0	0,91
Equipo femenino	4,55	50	0	0	0,18	50	0	0	0,30
Femenino y masculino	0	0	5,88	100	0	0	0	0	0,30
Equipo femenino y masculino	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Masculino	4,55	0,56	8,82	1,68	30,53	97,21	3,13	0,56	27,20
Equipo masculino	4,55	0,47	5,88	0,94	36,84	98,59	0	0	32,37
No hay	63,64	5,47	79,41	10,55	32,28	71,88	96,88	12,11	38,91
Total	100	3,34	100	5,17	100	86,63	100	4,86	100

Tabla 43. Los deportes tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio

Deportes	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Fútbol	54,55	2,58	8,82	0,64	76,67	93,78	43,75	3	70,82
Baloncesto	4,55	3,70	5,88	7,41	4,21	88,89	0	0	4,10
Pelota	0	0	0	0	4,39	100	0	0	3,80
Pádel	27,27	24	38,24	52	1,05	24	0	0	3,80
Balonmano	0	0	0	0	3,16	100	0	0	2,74
Atletismo	0	0	8,82	20	1,58	60	9,38	20	2,28
Béisbol	0	0	0	0	1,93	100	0	0	1,67
Golf	4,55	10	14,71	50	0,35	20	6,25	20	1,52
Patinaje	0	0	0	0	1,05	85,71	3,13	14,29	1,06
Varios	0	0	0	0	0,88	83,33	3,13	16,67	0,91
Ciclismo	0	0	0	0	1,05	100	0	0	0,91
Rugby	9,09	40	2,94	20	0,35	40	0	0	0,76
Parapente	0	0	0	0	0,53	100	0	0	0,46
Hípica	0	0	2,94	33,33	0	0	6,25	66,67	0,46
Tiro con Arco	0	0	2,94	50	0	0	3,13	50	0,30
Tenis de Mesa	0	0	0	0	0,18	50	3,13	50	0,30
Tenis	0	0	5,88	100	0	0	0	0	0,30
Natación	0	0	0	0	0,35	100	0	0	0,30
Motociclismo	0	0	0	0	0,18	50	3,13	50	0,30
Karate	0	0	0	0	0	0	6,25	100	0,30
Esgrima	0	0	2,94	50	0,18	50	0	0	0,30
Actividades Subacuáticas	0	0	2,94	50	0,18	50	0	0	0,30
Voleibol	0	0	0	0	0	0	3,13	100	0,15
Triatlón	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Toros	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Tiro Olímpico	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Taekwondo	0	0	0	0	0	0	3,13	100	0,15

Deportes	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna	de la fila	del N de la columna
Squash	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Remo	0	0	0	0	0	0	3,13	100	0,15
Piragüismo	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Pesca	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Montaña y Escalada	0	0	0	0	0	0	3,13	100	0,15
Kickboxing	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Halterofilia	0	0	2,94	100	0	0	0	0	0,15
Bádminton	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Automovilismo	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Ajedrez	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Total	100	3,34	100	5,17	100	86,63	100	4,86	100

Tabla 44. Los temas tratados en las informaciones según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio

Temas	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Competición	81,82	4,89	55,88	5,16	57,02	88,32	18,75	1,63	55,93
Deportistas	13,64	3,57	14,71	5,95	13,33	90,48	0	0	12,77
Equipo directivo	0	0	5,88	4,44	7,54	95,56	0	0	6,84
Actos relacionados con la competición	0	0	20,59	18,42	4,74	71,05	12,50	10,53	5,78
Entrenamiento	0	0	0	0	6,32	97,30	3,13	2,70	5,62
Afición, peñas deportivas	0	0	0	0	1,75	43,48	40,63	56,52	3,50
Equipo Técnico	4,55	6,25	0	0	2,63	93,75	0	0	2,43
Salud, deportistas lesionados/as	0	0	0	0	2,81	100	0	0	2,43
Otros	0	0	2,94	3,23	3,86	70,97	25	25,81	4,71
Total	100	3,34	100	5,17	100	86,63	100	4,86	100

Tabla 45. Ámbito geográfico según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio

Ámbito territorial	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Local / Regional	18,18	4,04	38,24	13,13	10	57,58	78,13	25,25	15,05
Nacional	77,27	3,21	52,94	3,40	85,61	92,08	21,88	1,32	80,55
Territorio nacional con protagonista no español	0	0	0	0	0,88	100	0	0	0,76
Territorio extranjero con protagonista español	4,55	4,17	8,82	12,50	3,51	83,33	0	0	3,65
Exterior, internacional	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	100	3,34	100	5,17	100	86,63	100	4,86	100

Tabla 46. Ámbito navarro según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio

Ámbito Navarro	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Sí	100	3,36	100	5,19	99,47	86,56	100	4,89	99,54
No	0	0	0	0	0,53	100	0	0	0,46
Total	100	3,34	100	5,17	100	86,63	100	4,86	100

Tabla 47. El género periodístico según el género de protagonistas. Programas deportivos en radio

Géneros periodísticos	Mujer		'Mixto'		Hombre		'Neutro'		Total
	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna
Breve	63,64	4,58	44,12	4,90	44,04	82,03	81,25	8,50	46,50
Información extensa	27,27	3,06	41,18	7,14	30,18	87,76	12,50	2,04	29,79
Crónica	4,55	1,52	5,88	3,03	11,05	95,45	0	0	10,03
Entrevista	4,55	2,27	5,88	4,55	6,84	88,64	6,25	4,55	6,69
Tertulia	0	0	0	0	4,39	100	0	0	3,80
Opinión	0	0	2,94	12,50	1,23	87,50	0	0	1,22
Editorial	0	0	0	0	1,05	100	0	0	0,91
Reportaje	0	0	0	0	0,88	100	0	0	0,76
Perfil	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Concurso	0	0	0	0	0,18	100	0	0	0,15
Total	100	3,34	100	5,17	100	86,63	100	4,86	100



Nafarroako Gobernua
Gobierno de Navarra



Nafarroako Kirolaren eta Gazteriaren Institutua
Instituto Navarro de Deporte y Juventud