



# RETOS Y DESAFÍOS DEL PERIODISMO DE INMERSIÓN:

narrativas, formatos y  
prácticas profesionales

## Erotofobia y opresión: la representación del sexo en los cibermedios españoles

EROTOPHOBIA AND OPPRESSION: THE REPRESENTATION OF  
SEX IN SPANISH DIGITAL MEDIA

**Jose-Luis Argiñano**

UPV/EHU

[joseluis.arginano@ehu.eus](mailto:joseluis.arginano@ehu.eus)

 0000-0001-8191-6309

**Rubén Olveira-Araujo**

UPV/EHU

[ruben.olveira@ehu.eus](mailto:ruben.olveira@ehu.eus)

 0000-0003-4797-8746

### Resumen

El sexo está presente en los cibermedios españoles a través de una imagen negativa. Para profundizar en su representación mediática se ha realizado un análisis de contenido cuantitativo de los artículos publicados durante 2019 en *eldiario.es*, *elpais.com* y *abc.es*. Entre los resultados se destaca la hegemonía del sexo como opresión externa. Estos datos subrayan que la prensa digital contribuye a perpetuar el paradigma del Genus.

### Palabras clave

Sexo, erotofobia, opresión, representación mediática, ciberdiarios, criterios de noticiabilidad.

## Abstract

Sex is present in Spanish cybermedia through a negative image. To deepen its representation in the media, a quantitative content analysis of the articles published during 2019 in eldiario.es, elpais.com and abc.es has been carried out. The findings highlight the hegemony of sex as external oppression. These data underline that the digital media contributes to perpetuating the Genus paradigm.

## Keywords

Sex, erotophobia, oppression, media representations, cybermedia, newsworthiness criteria.

## Sumario / Summary

1. Introducción/*Introduction*.
  - 1.1. El sexo en los medios de comunicación/*Sex in the media*.
2. Método/*Method*.
  - 2.1. Muestra/*Sample*.
  - 2.2. Instrumentos/*Instruments*.
  - 2.3. Procedimiento/*Procedure*.
3. Resultados/*Results*.
  - 3.1. Opresión/*Oppression*.
  - 3.2. Hedonía/*Hedonia*.
  - 3.3. Sepsis/*Sepsis*.
4. Discusión/*Discussion*.
  - 4.1. Limitaciones, fortalezas y futuras líneas de investigación/*Limitations, strengths and future lines of research*.
5. Conclusiones/*Conclusions*.

## 1. Introducción

El sexo está presente en diversos productos socioculturales, entre los que se incluyen los mass media (Manning, 2021). Esta dimensión central de la biografía humana se refleja en estos espacios mediáticos a través de informaciones muy variopintas, desde aquellas que versan sobre la prostitución y la pornografía a otras relacionadas la discriminación o con las diferentes maneras de entender la sexualidad. Estos asuntos, así como otros muchos también relacionados con el sexo, forman parte de la agenda mediática. Numerosas investigaciones han corroborado que la exposición continuada a los medios termina por moldear las opiniones, los valores y las actitudes de la audiencia (Lippmann, 2003; McCombs, Shaw y Weaver, 2014; Melek y Ulucay, 2019). De esta manera, la jerarquización que llevan a cabo los medios (McCombs, 2006) sobre estos asuntos resulta en que, mientras unas cuestiones y enfoques adquieren importancia, otras vertientes del sexo quedan marginadas. Por lo tanto, se puede interpretar que los medios tienen la capacidad suficiente para persuadir sobre el carácter beneficioso o conflictivo del sexo, donde se incluyen desde los encuentros erótico a la propia experiencia de vivirse uno mismo como ser sexuado, entre otros.

Los criterios de noticiabilidad, un conjunto de valores profesionales y organizativos (Wolf, 2000), permiten a los periodistas decidir, de forma rutinaria, con rapidez y seguridad, los temas y los enfoques que van a publicar (Martini, 2000). Entre esas normas no escritas sobresalen el conflicto o la pugna entre las partes (Armentia y Caminos, 2009). Dicho de forma más general, la práctica diaria sirve para dejar constancia de que las noticias negativas concitan mayor atención (Shoemaker, 2006) debido al convencimiento entre los profesionales de la información de que lo malo genera mayor interés en la audiencia (Sarráis, 2020). Por lo tanto, y debido a su deseo de atrapar al público, los medios de comunicación sucumben ante las informaciones negativas y relegan las noticias positivas.

El reflejo más extremo de esta forma de hacer favorece la publicación de contenidos con la presencia de menores de edad (Olivar de Julián y Díaz-Campo, 2020), un reclamo para tratar de obtener más audiencia, que también se apoya en elementos dramáticos (Nisbet, Brossard y Kroepsch, 2003) y que aboca a la distribución de información como entretenimiento, con vínculos entre el sensacionalismo y el crimen (Almuiña-Fernández, Martín-de-la-Guardia y Pelaz-López, 2016).

La rapidez y facilidad en la elección de noticias que propician unas condiciones organizativas adecuadas (Ibarra e Idoyaga, 1998), con criterios de noticiabilidad bien afianzados, se acrecientan con el recurso a las fuentes de información institucionales (Mellado, Cabello y Torres, 2017; 65), empresariales o figuras del espectáculo (McQuail, 2000, p. 343), capaces de satisfacer las necesidades de noticias de los periodistas. De esta forma, los medios ganan en productividad

pero en detrimento de una mayor variedad de fuentes, lo que conduce hacia la «uniformidad informativa» (Wolf, 2000).

Esta asimilación, propia de los medios tradicionales, como la prensa de papel, se sigue reproduciendo en los ciberdiarios a pesar de que algunos estudios sugieren que el denominado periodismo ciudadano ha puesto a disposición de los medios información más diversa (Carpenter, 2010) que les ha permitido ampliar su campo de trabajo (Iglesias, 2012). Sin embargo, la participación de los usuarios en la cultura web 2.0 para la producción de noticias, lejos de mostrar una actitud proactiva, presenta unos niveles bajos de participación (Meraz, 2011; Hernández-Serrano *et al.*, 2017).

### 1.1. El sexo en los medios de comunicación

La mayor parte de la literatura sobre sexo y medios se ha centrado en el análisis de programas televisivos y productos audiovisuales de ficción, así como en su influencia (Coyne *et al.*, 2019). También se ha abordado la presencia del sexo en videoclips, letras de canciones y videojuegos (Ward, 2016). Los productos periodísticos se han analizado en menor medida. Sin embargo, antes de continuar cabe destacar que el sexo tiene un marcado carácter polisémico. Es decir, puede hacer referencia a realidades y constructos muy diferentes, lo cual conlleva a veces ciertos malentendidos (Sáez, 2017). Por ello, es importante distinguir entre los diferentes niveles de análisis desde donde se puede estudiar el sexo.

Una primera distinción podría hacerse a través de las tres dimensiones del sexo: el sexo como condición sexual o «sexo que se es», el sexo como conducta sexual o «sexo que se hace» y los atributos sexuales o «sexo que se tiene». Desde un enfoque sexológico, la condición del «sexo que se es» se jerarquiza sobre la conducta del «sexo que se hace» y los atributos del «sexo que se tiene», de tal manera que el sexo se define como aquella «condición multifactorial –presente al menos en los dominios biológico, psicológico y cultural– que especializa y diferencia intersexualmente y clasifica dimórficamente a los individuos de la mayoría de las especies vivas, propiciando una función que llamamos anhelo del encuentro y que, potencialmente, procura sinergia» (Landarroitajaregi, 2016).

Sin embargo, la sociedad occidental comprende el sexo como algo que se hace con los genitales para generar –consciente o inconscientemente– una nueva generación, siendo por tanto degenerativo (fisiológica, psicológica y moralmente) todo aquello que no genera. De esta manera, la dimensión del «sexo que se hace», la cual es entendida además como fuente de peligro, se jerarquiza sobre las otras. Esta forma de entender el sexo, que se conoce como paradigma del Genus (Landarroitajaregi, 2012), es sexofóbica, dado que presenta un miedo

o animadversión hacia el hecho sexual, pero sobre todo erotofóbica, puesto que dicho temor y antipatía está focalizado especialmente en la dimensión conductual del mismo.

Según (Oliveira-Araujo y Argiñano (2021), la representación del sexo en los cibermedios españoles no se aleja de esta imagen hegemónica, mostrando por tanto el sexo como una conducta negativa o conflictiva especialmente ligada a lo femenino. Como la mayor parte de las investigaciones sobre el sexo en contenidos periodísticos lo abordan desde la perspectiva de género (Hernández, 2006), la literatura académica se ha focalizado en el estudio de estas representaciones, sobre todo centrándose en las agresiones adjetivadas sexuales (Baum, Cohen y Zhukov, 2018; Biressi, 2019; Christensen, 2018; Gjika, 2020; etc.) y en la cosificación de la mujer a través de tratamiento de la prostitución y la trata de mujeres en los medios (Sobel, 2016; Sobel, Friedman y Johnston, 2019; Suppiah, Kaur y Shanthi, 2019; etc.).

En menor medida, el sexo como condición sexual también está presente en los medios, principalmente a través de noticias que aluden a la discriminación implícita y de carácter estructural por razón de sexo (Oliveira-Araujo y Argiñano, 2021). También existe literatura sobre la representación mediática de esta dimensión, tanto en general (Braumüller, Emberger y Hartmann-Tews, 2020; Murphy y Rek, 2018; etc.) como específicamente relacionada con los diferentes hechos de diversidad sexual asociados, como aquellos integrados en las siglas LGTB (Åkerlund, 2018; Billard, 2016; etc.). A diferencia de los anteriores, que mantienen la perspectiva de género, estos últimos parten sobre todo de la teoría queer (Butler, 2004). La presencia mediática del sexo como atributo es de carácter marginal y probablemente por ello no hay literatura específica sobre su representación mediática.

Además de estas dimensiones generales, en Occidente el sexo se ha ido conformando epistemológicamente a través de distintas nociones. Concretamente, Landarroitajauregi (2016) distingue ocho: la procreación o sexo como agente procreador, la hedonía o sexo como placer, la erótica o sexo como deseo del otro, la diferencia sexo como agente diferenciador, la sepsis o sexo como mácula –ya sea como pecado, patógeno o delito–, la represión o sexo como represión interna –de corte freudiana–, la opresión o sexo como opresión externa –desde superestructuras como el heteropatriarcado–, la sinergia o el sexo como encuentro entre los sexos. Estas ocho nociones se pueden clasificar en dos grandes grupos: por un lado, las que tratan de responder a la pregunta qué es el sexo y, por otro, las que buscan responder a cómo debería ser el sexo –si bien por su condición reactiva se formulan en negativo: qué no debería ser el sexo–. En el primer grupo estarían el sexo como procreación, hedonía, erótica, diferencia y sinergia, mientras que en el segundo el sexo como sepsis, represión y opresión. Estas ocho nociones no solo coexisten a día de hoy en el imaginario posmoderno, sino que se entremezclan unas con otras.

El trabajo que más se acerca al estudio de las diferentes nociones del sexo –que se hace– en los productos periodísticos es el artículo de Bachechi y Hall (2015), quienes analizaron las revistas dirigidas a un público femenino utilizando como rejilla observacional los discursos tradicionales de pureza –o sepsis–, descontento asumido –ligado a la opresión– y piedad –relacionado con la represión–, llegando a la conclusión de que estos tres discursos están presentes en los productos periodísticos de entretenimiento o relacionados con el interés del público. El resto de la literatura se centran en nociones particulares, especialmente en la opresión mediante las ya mencionadas agresiones adjetivadas sexuales, la cosificación de la mujer o la discriminación por razón de sexo.

Dado que los medios representan el sexo principalmente como conducta, el objetivo de este estudio es profundizar en la cobertura mediática del «sexo que se hace» a través de los cibermedios españoles. Para ello, se ha optado por analizar desde un enfoque sexológico sustantivo (Amezúa, 2003; Landarroitajauregi, 2001) las nociones del sexo como conducta, el cual supone un nivel de análisis intermedio entre las dimensiones generales del sexo –analizadas en un trabajo previo– y los temas específicos en los que se enmarca. De esta manera, se profundiza en la comprensión de la cobertura mediática de este constructo tan complejo desde una visión integral del mismo. Concretamente, este trabajo pretende responder a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cómo se representa el «sexo que se hace» en los medios de comunicación online?
2. ¿Cuáles son las diferencias principales en función de las distintas nociones del sexo?

## 2. Método

Para responder a las anteriores preguntas de investigación se ha realizado un análisis de contenido cuantitativo (Krippendorff, 2004).

### 2.1. Muestra

La muestra de este análisis ( $n = 753$ ) está compuesta por artículos publicados durante 2019 en los cibermedios eldiario.es, elpais.com y el abc.es que contienen la raíz semántica sex y en los que este lexema hace referencia al sexo como conducta. Su obtención se realizó en cuatro fases:

1. Se seleccionaron las cabeceras a analizar. Para ello, se tuvo en cuenta que fueran de ámbito estatal, de temática generalista y su difusión en base a ComsCore (2019).
2. Se descartaron los artículos del periodo 2019 que incluyeran la raíz semántica sex al inicio de una palabra (sexo, sexual, etc.), purgándose otras declinaciones de sex ajenas al sexo (por ejemplo, sexto). Como resultado, se conformó el corpus de análisis ( $n = 16.378$ ).
3. Teniendo en cuenta que en base a estudios anteriores sobre este mismo corpus la proporción de las noticias sobre el «sexo que se hace» oscila entre 77% y 82% con un nivel de confianza del 95% (Oliveira-Araujo y Argiñano, 2021), se estimó el corpus específico sobre el sexo como conducta utilizando el límite inferior ( $n = 12.611$ ). Bajo este supuesto, se calculó el tamaño mínimo de la muestra del corpus para garantizar su representatividad con un nivel de confianza del 99% y un margen de error del 5% ( $n = 633$ ).
4. A través de un muestreo aleatorio proporcional al tamaño de cada uno de los conglomerados (cybermedios), se fueron extrayendo y codificando artículos en grupos de 200 en base las dimensiones del sexo (Oliveira-Araujo y Argiñano, 2021) hasta que se obtuvo una cantidad de artículos sobre el «sexo que se hace» que superase el tamaño mínimo de la muestra necesario para garantizar su representatividad ( $n = 753 > n = 633$ ).

## 2.2. Instrumentos

Para la obtención del corpus se recurrió a la técnica de *web scraping* mediante el *framework* de código abierto Scrapy (Kouzis-Loukas, 2016). Para el muestreo aleatorio de los conglomerados se utilizó la librería Random del lenguaje de programación Python. La fase codificación fue asistida por el software de análisis cualitativo NVivo (QSR International Pty Ltd., 2020) y los resultados fueron analizados mediante el software estadístico SPSS (IBM Corp, 2016) (Tabla 1).

En cuanto al protocolo de codificación, en primer lugar, se tuvieron en cuenta parte de las variables utilizadas por (Oliveira-Araujo y Argiñano, 2021) para analizar la cobertura mediática del sexo en general: Cabecera, Mes, Preeminencia, Temática, Conocidos y Menores. Para el análisis específico de la cobertura mediática del «sexo que se hace», a estas variables se sumaron las nociones del sexo como conducta (Argiñano y Oliveira-Araujo, 2019): sexo como procreación, sexo como erótica o deseo del otro, sexo como hedonía o placer, sexo como producto mercantil, sexo como represión interna, sexo como opresión externa y sexo como sepsis. Estas siete nociones se pueden clasificar en cuatro grandes grupos (Tabla 1).

**Tabla 1.***Nociones sobre el «sexo que se hace»*

Nociones		Explicación	Marco conceptual
<b>Sexo como procreación</b>		Sexo como agente procreador	Embarazo
<b>Sexo como valor</b>	<b>Sexo como erótica</b>	Sexo como anhelo, deseo y afecto; se relaciona con los sentimientos (sentir)	Deseo del otro, amor, pareja, relación, etc.
	<b>Sexo como hedonía</b>	Sexo como voluptuosidad, sensorialidad y sensualidad; se relaciona con las sensaciones (sensar)	Placer, excitación, orgasmos, coito, satisfacción, etc.
<b>Sexo como producto</b>		Sexo como producto de consumo	Pornografía, prostitución, etc.
<b>Sexo como riesgo</b>	<b>Sexo como represión</b>	Sexo como pulsiones moralmente inaceptables que han de ser autoinhibidas; el individuo es quien se reprime a sí mismo	Miedo, inseguridades, dolor, sentimientos desagradables, etc.
	<b>Sexo como opresión</b>	Sexo como violencia, discriminación y tiranía; el individuo es oprimido por terceros	Abuso, acoso, agresión, discriminación, violación, prejuicio, accidentes, etc.
	<b>Sexo como sepsis</b>	Sexo como agente contaminador, tanto a nivel moral (pecado) como fisiológico (patógeno)	Enfermedades de Transmisión Sexual, anorgasmia, adicción, etc.

Dado que estas nociones no son excluyentes per se, de cara a la codificación se establecieron dos niveles: una noción principal, que sería aquella más preeminente, y nociones secundarias que, si las hubiere, modularían parte del significado de la noción principal. Este análisis se valoraron un máximo de dos nociones secundarias.

### 2.3. Procedimiento

Una vez obtenida la muestra, se procedió a la codificación. Este proceso fue llevado a cabo por dos codificadores, que inicialmente fueron entrenados con

un 20% de la muestra, empleando el protocolo anteriormente descrito y siendo como norma general el artículo la unidad de análisis. Con el fin de garantizar la fiabilidad de los resultados, se realizó una prueba de fiabilidad intercodificados con otro 10% de la muestra, obteniendo de media un 0,83 ( $SD = 0,11$ ) en el coeficiente de Kappa Cohen. A este proceso de codificación se añadió un análisis de los términos más utilizados para triangular los resultados de la variable *Noción Principal del Sexo* y explorar los atributos de los documentos.

De cara al análisis se utilizaron estadísticos descriptivos básicos aplicables a variables cualitativas y semicuantitativas, así como estadísticos de contraste como Chi-cuadrado o la V de Cramer.

### 3. Resultados

Entre los tres diarios *online* seleccionados para esta investigación, *eldiario.es* fue el que mayor volumen de informaciones publicó sobre *el sexo que se hace*. De entre la muestra para este estudio ( $n = 753$ ), correspondiente a 2019, acaparó prácticamente la mitad de las publicaciones (49.9%), seguido de *abc.es* (31.6%) y *elpais.com* (18.5%). En más de dos quintas partes de las informaciones el sexo como conducta se codificó como tema principal, en un tercio como una mera mención a lo largo del texto y en el cuarto restante como subtema (Tabla 2). Las secciones de información general fueron el espacio preferente para la publicación de estas noticias, relegando a las secciones de entretenimiento a un plano secundario. Esta predisposición se repitió de forma clara en las tres cabeceras, pero con mayor intensidad en *eldiario.es*. Con relación a los protagonistas de las noticias, la presencia de personas conocidas para el gran público se constató en la tercera parte de las noticias («Plácido Domingo cancela un día antes su primera actuación en EEUU tras el estallido del escándalo de acoso sexual», *eldiario.es*, septiembre de 2019). La presencia de menores, en cambio, fue más limitada: se redujo a una cuarta parte de la muestra, siendo en *abc.es* significativamente mayor («El feminismo en los dibujos de Pixar y la doble moral», *abc.es*, junio de 2019).

Las informaciones periodísticas sobre el sexo como conducta otorgaron un papel principal a la opresión (Tabla 3). Esta noción estuvo presente en cuatro quintas partes de la muestra analizada, siendo con gran diferencia la noción principal más habitual sobre *el sexo que se hace* en los productos periodísticos («Condenado a 17 años de cárcel por violar y vejar a su expareja en Albacete», *abc.es*, noviembre de 2019). De hecho, la presencia de la opresión en los textos mediáticos fue de tal calado que también ostentó el primer lugar de las nociones secundarias.

**Tabla 2.***Características de la cobertura del sexo que se hace según el cibermedio*

Cabeceras	abc.es		elpais.com		eldiario.es		Total		$\chi^2$	V
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Preeminencia										
Tema	112	47%	56	40%	149	40%	317	42%	5.846	-
Subtema	64	27%	34	25%	99	26%	197	26%		
Mención	62	27%	49	35%	128	34%	239	32%		
Temática										
Info. General	172	72%	97	70%	317	84%	586	78%	18.622***	0.157
Entretenimiento	66	28%	42	30%	59	16%	167	22%		
Conocidos										
Hay	83	35%	45	32%	130	35%	258	34%	.286	-
Menores										
Hay	86	36%	23	17%	69	18%	178	24%	30.284***	.201
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>	<b>753</b>	<b>100%</b>		

Nota:  $n = 753$ .  $\chi^2 =$  Prueba Chi-cuadrado;  $V =$  V de Cramer.

\*  $p < .05$ . \*\*  $p < .01$ . \*\*\*  $p < .001$ .

La siguiente noción más frecuente en las informaciones periodísticas fue la hedonía, presente en una quinta parte de la muestra («Después del sexo, ¿te duermes o te activas?», *abc.es*, abril de 2019). Fue la segunda noción principal más habitual, con una importante incidencia también como noción secundaria. Le siguen el *sexo que se hace* como producto («El debate feminista sobre la prostitución estalla en la Universidad», *elpais.com*, octubre de 2019) y como sepsis («Aunque me he curado, no soy inmune al VIH», *abc.es*, abril de 2019), ambas presentes en una décima parte de los textos analizados y con mayor fuerza como nociones secundarias que como nociones principales. Las nociones de erótica («Cuando Lorca llegó a Madrid y comenzó su triángulo de amor bizarro con Dalí y Buñuel», *eldiario.es*, mayo de 2019), procreación («Estoy pensando en quedarme embarazada en 2020», *elpais.com*, diciembre de 2019) y represión («El Papa expulsa del sacerdocio al cardenal McCarrick», *elpais.com*, febrero de 2019)

fueron prácticamente residuales y actuaron principalmente como nociones secundarias.

**Tabla 3.**

*Presencia de las Nociones Principales y Secundarias del sexo en los cybermedios*

Nociones	Noción Principal		Nociones Secundarias		Presencia Total	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Opresión	538	71%	61	8%	599	80%
Represión	4	1%	2	0%	6	1%
Producto	30	4%	55	7%	85	11%
Procreación	18	2%	26	3%	44	6%
Hedonia	113	15%	45	6%	158	21%
Erótica	13	2%	14	2%	27	4%
Sepsis	37	5%	35	5%	72	10%
<b>Total</b>	<b>753</b>	<b>100%</b>	<b>238</b>	<b>32%</b>		

*Nota:* Los porcentajes están calculados en base a su presencia en la muestra analizada. La Presencia Total es la presencia conjunta de aparición de cada noción, ya sea como principal o secundaria. *n* = 753.

A continuación, se profundizará en las nociones más frecuentes del sexo que se hace: opresión, hedonia y sepsis. Se seleccionaron estas tres porque estuvieron presentes como noción principal en al menos un 5% de las informaciones, abarcando entre las tres el 91% (*n* = 688) de la muestra analizada.

### 3.1. Opresión

Tal y como se ha adelantado, la opresión fue la noción del sexo que se hace más presente en la muestra analizada, tanto como noción principal como secundaria. En comparación con las otras dos principales nociones tenidas en cuenta para este análisis, cuando el sexo como conducta se encuadró desde la opresión alcanzó una mayor preeminencia, siendo ligeramente más frecuente que fuera el tema principal en detrimento de apariciones como mera mención (Tabla 4). Asimismo, las secciones de información general fueron la localización más habitual de los textos periodísticos en los que estuvo presente el sexo que se hace, pero esta tendencia se acentuó con la opresión. De igual manera,

también hubo una mayor presencia de menores cuando la opresión estuvo presente. De hecho, el 94% de las informaciones con presencia de menores tienen a la opresión como noción principal del *sexo que se hace* («Cerco al secretario de Trabajo de Trump que fue 'amable' con un escándalo de abusos a menores», *abc.es*, junio de 2019). Por el contrario, la proporción de personajes conocidos apenas varió. En cuanto a las cabeceras, en *eldiario.es* se acentuó la tendencia a publicar más informaciones del *sexo que se hace* desde la opresión, mientras que en *elpais.com* se atenúa a favor de la noción hedónica.

Cabe destacar que cuando el *sexo que se hace* se encuadró como noción principal desde la opresión, en la mayoría de los casos (85%) no se codificó ninguna noción secundaria. Cuando sí la hubo, la noción de producto fue la noción secundaria más presente (9%) en estas informaciones («Cuatro detenidos por extorsión sexual a sus víctimas, a las que pedían el pago de 15.000 euros», *abc.es*, julio de 2019). Otras nociones secundarias que acompañaron de forma residual a la opresión fueron la hedonía (3%) («Condenado a 70 años de prisión por violar a su hija, grabarlo y difundirlo en internet», *abc.es*, julio de 2019) y la procreación (2%) («Protestas en Marruecos contra la detención de la periodista presa por abortar», *elpais.com*, septiembre de 2019)(Tabla 4).

Por otro lado, cuando la opresión se codificó como noción secundaria, esta acompañó bien a la noción de producto («La prostitución es sexo entre dos personas, una que quiere y otra que no. Es así de simple», *elpais.com*, octubre de 2019) bien a la de procreación («Irlanda vive sus primeros días de aborto legal: grupos organizados frente al acoso a mujeres y médicos», *eldiario.es*, enero de 2019). En ambos casos la opresión supone el 75% de las nociones secundarias que las acompañan (Tabla 5).

Además de la frecuente alusión al «sexo que se hace» mediante la adjetivación (*sexual/es*), el análisis terminológico de las noticias con la noción principal de la opresión (Tabla 5.1) reveló una clara vinculación con el campo semántico de la violencia a través de términos como *violencia*, *víctima/s*, *abuso/s*, *agresión/es* o *violación* ( $n = 235$ ). Relacionados con esta violencia, se observaron otros dos campos semánticos. Por un lado, aquel relacionado con la justicia o enjuiciamiento de la violencia como hecho delictivo es: *policía* ( $n = 292$ ), *ley* ( $n = 272$ ), *prisión* ( $n = 268$ ), *delito/s* (entre singular y plural:  $n = 525$ ), *derechos* ( $n = 258$ ), *acusado* ( $n = 231$ ), *tribunal* ( $n = 227$ ), *justicia* ( $n = 223$ ), *sentencia* ( $n = 208$ ), *juicio* ( $n = 191$ ), *fiscalía* ( $n = 185$ ), *denuncia* ( $n = 181$ ) o *cárcel* ( $n = 165$ ). En menor medida, también estuvo presente la dimensión política o gestión institucional de dicha violencia mediante palabras como *gobierno*, *poder*, *política* ( $n = 189$ ), *presidente* ( $n = 171$ ), *partido* ( $n = 165$ ) o *Vox* ( $n = 156$ ). Cabe destacar que la referencia a *Vox* apareció más frecuentemente que otros partidos como el PSOE ( $n = 78$ ) o Podemos ( $n = 106$ ).

Asimismo, el análisis terminológico permitió apreciar la feminización de las informaciones sobre el sexo con opresión, siendo *mujer/es* mucho más habitual que *hombre/s* (entre singular y plural:  $n = 479$ ). De hecho, fue más frecuente el uso de *personas* que de *hombre/es*. Además, el uso del singular mediante términos como *mujer* o *víctima* alude a la cobertura de acontecimiento concretos. Esto, junto a la reiteración de la palabra *caso*, también en singular, podría remitir a las informaciones en las que se cita un hecho conocido para el público y al que se le ha dado un nombre común reconocible, como el caso de la Manada o el caso de Diana Querr. Por otro lado, el análisis terminológico confirmó la presencia de menores mediante términos como *menor/es* o *joven/es* (entre singular y plural:  $n = 454$ ).

**Tabla 4.**

*Diferencias en las variables analizadas por la Noción Principal del Sexo*

Noción del Sexo	Opresión		Hedonia		Sepsis		Total		$\chi^2$	V
	n	%	n	%	n	%	n	%		
<b>Preeminencia</b>										
Tema	242	45%	31	27%	15	41%	288	42%	18.954***	.117
Subtema	139	26%	28	25%	13	35%	180	26%		
Mención	157	29%	54	48%	9	24%	220	32%		
<b>Temática</b>										
Info. General	453	84%	50	44%	35	95%	538	78%	93.601***	.369
Entretenimiento	85	16%	63	56%	2	5%	150	22%		
<b>Conocidos</b>										
Hay	189	35%	40	35%	3	8%	232	34%	11.516**	.129
<b>Menores</b>										
Hay	152	28%	8	7%	2	5%	162	24%	30.404***	.210
<b>Cabeceras</b>										
abc.es	159	30%	38	34%	11	30%	208	30%	42.797***	.176
elpais.com	76	14%	41	36%	12	32%	129	19%		
eldiario.es	303	56%	34	30%	14	38%	351	51%		

<b>Total</b>	<b>538</b>	<b>100%</b>	<b>113</b>	<b>100%</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>	<b>688</b>	<b>100%</b>		
--------------	------------	-------------	------------	-------------	-----------	-------------	------------	-------------	--	--

*Nota:* En esta tabla solamente se han incluido aquellas nociones del sexo que, como noción principal, tuvieran una presencia mínima del 5% en la muestra analizada ( $n > 37$ ). Por tanto,  $n = 688$ ,  $\chi^2 =$  Prueba Chi-cuadrado;  $V = V$  de Cramer.

\*  $p < .05$ . \*\*  $p < .01$ . \*\*\*  $p < .001$ .

### Tabla 5.

#### Términos más frecuentes

	<b>Término</b>	<b>n</b>	<b>n/ artículos</b>		<b>Término</b>	<b>n</b>	<b>n/ artículos</b>		<b>Término</b>	<b>n</b>	<b>n/ artículos</b>
1	años	1264	2,35	9	victimas	449	0,83	17	abusos	332	0,62
2	sexual	969	1,80	10	victima	442	0,82	18	día	326	0,61
3	mujeres	894	1,66	11	parte	389	0,72	19	año	318	0,59
4	violencia	640	1,19	12	solo	384	0,71	20	agresión	310	0,58
5	personas	531	0,99	13	pasado	379	0,70	21	menores	302	0,56
6	sexuales	481	0,89	14	gobierno	353	0,66	22	género	301	0,56
7	mujer	452	0,84	15	poder	345	0,64	23	vida	294	0,55
8	caso	450	0,84	16	favor	339	0,63	24	país	293	0,54

	<b>Término</b>	<b>n</b>	<b>n/artícu- los</b>		<b>Término</b>	<b>n</b>	<b>n/artícu- los</b>		<b>Término</b>	<b>n</b>	<b>n/ artículos</b>
1	años	238	2,11	9	serie	86	0,76	17	momento	76	0,67
2	vida	153	1,35	10	sexuales	83	0,73	18	mujer	75	0,66
3	sexo	145	1,28	11	bien	83	0,73	19	nueva	73	0,65
4	mujeres	119	1,05	12	relaciones	79	0,70	20	género	71	0,63
5	sexual	113	1,00	13	favor	79	0,70	21	hombre	71	0,63
6	mundo	97	0,86	14	forma	79	0,70	22	tiempo	70	0,62
7	mejor	96	0,85	15	pareja	78	0,69	23	todas	70	0,62
8	historia	96	0,85	16	personas	76	0,67	24	amor	70	0,62

	<b>Término</b>	<b>n</b>	<b>n/artícu- los</b>		<b>Término</b>	<b>n</b>	<b>n/artícu- los</b>		<b>Término</b>	<b>n</b>	<b>n/ artículos</b>
1	años	109	2,95	9	casos	45	1,22	17	centro	37	1,00
2	mujeres	96	2,59	10	relaciones	44	1,19	18	sexuales	33	0,89

3	personas	91	2,46	11	solo	43	1,16	19	pareja	33	0,89
4	vih	85	2,30	12	tratamiento	41	1,11	20	hecho	33	0,89
5	vida	76	2,05	13	españa	38	1,03	21	países	33	0,89
6	sexual	71	1,92	14	sexo	37	1,00	22	momento	31	0,84
7	hombres	49	1,32	15	parte	37	1,00	23	grupo	31	0,84
8	salud	45	1,22	16	día	37	1,00	24	cáncer	31	0,84

### 3.2. Hedonia

La hedonia fue la segunda noción más frecuente. A diferencia de la opresión, su preeminencia en los textos periodísticos se redujo, hallándose prácticamente en la mitad de las informaciones codificadas como una mera mención. Otras distinciones que se observaron fueron la ubicación de estas informaciones, dado que aparecieron con mayor frecuencia en las secciones de entretenimiento que en las de información general («Lou Reed, de la mugre y la furia a la eternidad de rock and roll», *abc.es*, abril de 2019), y la presencia de menores, que se desplomó. El porcentaje de personas conocidas, en cambio, se mantuvo estable. Con relación a las cabeceras, especialmente *elpais.com* y, en menor medida, *abc.es* publicaron más textos sobre el sexo que se hace como agente extático; en *eldiario.es*, por el contrario, se observó un drástico descenso de publicaciones.

Aunque en menor medida que en el caso de la opresión, la hedonia también se codificó en la mayoría de los casos en solitario (67%), sin la presencia de nociones secundarias que modularan su significado. Cuando las hubo, dotaron de un carácter más negativo a estas noticias, a través tanto de la sepsis («Más de 940.000 españoles son adictos al cibersexo y muchos no lo saben», *abc.es*, julio de 2019) como de la opresión («Una pareja practica sexo en un vehículo de policía tras ser detenidos en EE.UU.», *eldiario.es*, septiembre de 2019), prácticamente a partes iguales (16%).

El análisis terminológico de las noticias con la noción principal de la hedonia (Tabla 5.2) reveló que, si bien fue habitual el recurso de la adjetivación para referirse al «sexo que se hace» (*sexual/es*), también se le hizo alusión mediante sustantivos como sexo o sexualidad ( $n = 42$ ). La representación hedónica del sexo como conducta se vinculó con las relaciones mediante términos como *relación/es* (entre singular y plural:  $n = 129$ ), *pareja* ( $n = 82$ ) o *amor* ( $n = 79$ ). Además, las palabras con connotaciones positivas (*mejor*, *bien*, *favor*, etc.) fueron más frecuentes que las negativas. Al igual que con las informaciones con la noción principal de la opresión, también se apreció una feminización del contenido, siendo *mujer/es* más abundante que *hombre/s*. En menor medida, se observó un campo semántico

relacionado con la cultura: libro ( $n = 69$ ), cultura ( $n = 64$ ), obra ( $n = 59$ ), película ( $n = 51$ ), festival ( $n = 49$ ).

### 3.3. Sepsis

La sepsis fue la tercera noción principal más frecuente. Cuando aparece lo hace como tema principal o como subtema, y es mucho menos frecuente como una mera mención. Fue publicada casi exclusivamente en secciones de información general, en informaciones en las que apenas hay personajes conocidos y menores. En cuanto a las cabeceras, su publicación se incrementó en *elpais.com* y bajó en *eldiario.es*, mientras se mantuvo estable en *abc.es*.

A diferencia tanto de la opresión como de la hedonia, más de la mitad de las informaciones en las que se codificó la sepsis como noción principal del *sexo que se hace* estuvieron acompañadas por nociones secundarias (57%). Más concretamente, apareció modulada por la hedonia («Insatisfacción amorosa, sexual e intelectual», *elpais.com*, marzo de 2019) y la opresión («La Comunidad de Madrid investigará los cursos para ‘curar’ la homosexualidad», *eldiario.es*, abril de 2019) en un 38% y un 11% de los textos, respectivamente.

A través del análisis terminológico de esta noción (Tabla 5.3) se observaron dos campos semánticos intimamente relacionados: el séptico y el antiséptico. Dentro del primero se encontraron vocablos ligados a las enfermedades, como *VIH* o *cáncer*, así como *riesgo* ( $n = 19$ ), que también guarda relación con esta familia semántica. El segundo, en cambio, tiene que ver con cómo hacer frente desde el punto de vista de la salud a dichas lacras: *salud*, *tratamiento*, *caso/s*, *investigación* ( $n = 25$ ), *hospital* ( $n = 16$ ) o *médico* ( $n = 13$ ). Nuevamente, se apreció una feminización del contenido a partir de los términos *mujer/es*, especialmente en plural, frente a la menor presencia de *hombre/s*, también más abundante en plural. Al igual que en aquellas noticias sobre el «sexo que se hace» como hedonia, la noción de sepsis también se vinculó con las relaciones mediante términos como *relación/es* o *pareja*. Sin embargo, a diferencia de la hedonia, en estas noticias se recurrió con mayor asiduidad a la adjetivación para referirse al «sexo que se hace» (*sexual/es*), si bien en menor medida que en aquellas informaciones noción de opresión está presente.

## 4. Discusión

Los resultados hallados permiten sostener que los cybermedios españoles trasladan al público una imagen negativa y peligrosa del sexo como conducta. Según la teoría de la *agenda-setting*, los medios de comunicación son capaces de mol-

dear el imaginario colectivo a largo plazo otorgando preeminencia a unos temas y encuadres sobre otros (McCombs, 2006), reforzando y modificando aquellos valores ya existentes (Klapper, 1974). A través de esta representación mediática, que es coincidente con la hallada por la literatura previa (Oliveira-Araujo y Argiñano, 2021; Bachechi y Hall, 2015), la prensa digital contribuye a perpetuar la hegemonía del paradigma del Genus (Landarroitajaregi, 2012), desde donde se entiende el sexo como una conducta potencialmente negativa que se realiza sobre todo con los genitales. O dicho de otro modo: los cybermedios españoles mantienen y propagan actitudes erotofóbicas.

Entre las nociones que contribuyen a perpetuar este imaginario destaca el sexo como opresión externa, principalmente desde superestructuras como el heteropatriarcado. Presente en cuatro quintas partes de la muestra analizada, esta noción explica claramente el tono negativo que prima en los textos periodísticos no solo sobre el sexo como conducta, sino también sobre el sexo en general. Los principales campos semánticos identificados dejan constancia directa de la violencia con la que se asocia el sexo como conducta, así como de la judicialización y politización de la misma. De hecho, la literatura previa se ha esforzado en investigar su cobertura mediática (Baum, Cohen y Zhukov, 2018; Biressi, 2019; Christensen, 2018; Gjika, 2020; etc.).

El análisis semántico también constata la tendencia a referirse a casos concretos, especialmente a través de este mismo término en singular (*caso*). De esta manera, se dota a algunos sucesos de cierta continuidad mediante la identificación por un nombre propio: el caso de La Manada, por ejemplo. La nominación facilita la identificación del suceso y además actúa como un criterio de noticiabilidad (Armentia y Caminos, 2009; Wolf, 2000). La presencia del sexo como opresión se ajusta perfectamente a todos estos criterios, que tienen al conflicto como uno de los ejes principales y siguen la máxima periodística de «Bad news is good news» (Sarráis, 2020; Shoemaker, 2006). Asimismo, si bien las informaciones sobre sexo están feminizadas, esta se replica con más fuerza si cabe cuando el enfoque es la opresión, señalando que estas violencias explícitas adjetivadas sexuales se dirigen sobre todo contra las mujeres.

El auge de los feminismos probablemente también haya favorecido la visibilización mediática de las violencias explícitas adjetivadas sexuales mediante múltiples vías, como las fuentes oficiales relacionadas con las dimensiones judicial y política (Ibarra e Idoyaga, 1998; McQuail, 2000; Mellado, Cabello y Torres, 2017). La presencia abusiva de este tipo de fuentes oficiales conduce hacia una «uniformidad informativa» (Wolf, 2000) que reduce la visión, en este caso del sexo, que los diferentes cybermedios podrían trasladar a sus lectores, sin que se perciba la participación del público en la generación de noticias que pudiera contribuir a ampliar la variedad de los temas publicados (Hernández-Serrano et al., 2017).

Estas rutinas productivas probablemente expliquen por qué el sexo como conducta aparece más a menudo como tema principal que como subtema o como mención cuando se relaciona con nociones negativas como la opresión y la sepsis. De hecho, la literatura previa observó que a mayor protagonismo del sexo en las informaciones mayor es también el tono negativo del contenido (Oliveira-Araujo y Argiñano, 2021). Además, las secciones de información general, que son aquellas relacionadas con lo que los cibermedios entienden como asuntos de interés público, fueron el espacio preferente para la publicación de las noticias del sexo como opresión. En conjunto, esto hace pensar que las piezas periodísticas sobre el sexo como opresión son consideradas como información de primer orden por los ciberdiarios.

La opresión también acompaña en ocasiones a otras nociones, especialmente al sexo como producto y al sexo como procreación. Cuando coincide con la primera tiende a tratarse de aquellas informaciones relacionadas con la prostitución y la trata mujeres, asuntos que han sido estudiados por la literatura previa (Sobel, 2016; Sobel, Friedman y Johnston, 2019; Suppiah, Kaur y Shanthi, 2019; etc.), pero también de la pornografía. Cuando aparece junto a la segunda, en cambio, se relaciona con aquellas informaciones que abordan asuntos como el aborto.

La presencia de personas conocidas en la tercera parte de las noticias conecta con los estudios que han comprobado el interés de la prensa por estos personajes (Nownes, 2019). Las figuras reconocidas se centran en protagonistas víctimas –por ejemplo, de La Manada– y victimarios –Plácido Domingo–, que se satanizan o se defienden, y que contribuyen a dotar a la información de mayor interés periodístico. La concurrencia de menores de edad en una cuarta parte de las informaciones revela también el interés de la prensa por destacar su carácter de indefensión, convertidos en la mayoría de las ocasiones en víctimas. En ambos casos se puede observar que la dramatización concita una mayor atención en los medios de comunicación (Nisbet, Brossard y Kroepsch, 2003).

En el polo opuesto a la opresión, la hedonía es la segunda noción del sexo como conducta más presente en los cibermedios españoles. Aparece en una quinta parte de la muestra, engarza con el imaginario del sexo como placer, físico y mental, y remite a informaciones de tono positivo. Precisamente debido a su tono positivo, el sexo como hedonía tiende a aparecer en solitario. Cuando es acompañada por otras nociones, estas son de carácter negativo, destacando así los peligros que pueden conllevar estas expresiones lúdicas.

Además de su menor presencia, el sexo como placer se disimula en el cuerpo de la noticia de las piezas periodísticas en forma de mención. Estas menciones suelen publicarse en secciones de entretenimiento, relacionadas con el interés del público, donde el peso del tono negativo como criterio de noticiabilidad es menor. El análisis terminológico sugiere que estas menciones asocian el sexo

como placer con las relaciones de pareja, el amor y también con la mujer, aunque en menor medida que la opresión. En conjunto, esto sugiere una cierta banalización del sexo como conducta placentera, al que se recurre con el ánimo de atraer la atención primaria del público y entretenerlo (Almuiña-Fernández, Martín-de-la-Guardia y Pelaz-López, 2016).

La sepsis es la tercera noción más frecuente en los cybermedios españoles. El análisis terminológico sugiere que, dentro de las diferentes formas de mácula, en los cybermedios está particularmente presente aquella relacionada con la salud, más que con el pecado. También que estas cuestiones sanitarias relacionadas con el sexo suceden dentro de la pareja. Una de las características propias de su cobertura mediática es que aparece frecuentemente como noción secundaria, acompañando tanto a la hedonía como a la opresión. No obstante, cuando los medios enfocan el sexo desde la sepsis lo hacen con rotundidad, de tal forma que esta noción es el tema principal o, en su defecto, un subtema. Además, comparte con la opresión su ubicación en las secciones de información general, en consonancia con el tono negativo que impregna a ambas nociones del sexo. Todo ello hace pensar que, a pesar de su escasa presencia, la noción de sepsis es importante en la representación mediática del sexo que se hace. Asimismo, se observa una leve feminización y una ausencia general de menores y personajes conocidos en estas piezas periodísticas.

La frecuencia del resto de nociones analizadas ha sido sumamente escasa. En el caso del sexo como deseo del otro y del sexo como represión interna su baja presencia probablemente se deba a que los cybermedios son un espacio público donde apenas tienen cabida nociones que hagan referencia a una forma más privada e introspectiva de entender el sexo. Además, al favorecer el análisis de las nociones más explícitas del sexo mediante el uso de la raíz semántica *sex* se ha desestimado el de aquellas más implícitas o que recurren a otros campos semánticos, como pueden ser aquellas sobre procreación: anticoncepción, reproducción asistida, procreación, embarazos no deseados, gestación subrogada, etc. Esta desvinculación de la raíz semántica *sex* en los discursos públicos sobre la procreación mediante fórmulas maltusianas basadas en el concepto «planificación familiar» es posible que se deba a un intento explícito de separar la familia, que se trata de una institución que ha gozado de prestigio, de la carga negativa que tiende a acompañar al sexo como conducta. Debido a estas características, de cara a futuros análisis sobre las nociones explícitas del sexo como conducta en la prensa se recomienda limitar las categorías de noción principal a las tres principales (opresión, hedonía y sepsis), añadiendo como nociones secundarias, también procreación y producto.

Los resultados también permiten sostener que en las nociones con tono negativo, como opresión y sepsis, la alusión al sexo se realiza sobre todo mediante la adjetivación, frente a aquellas nociones con tono positivo, como la hedonía.

Estos datos dotan de mayor fuerza empírica a la idea de que los periodistas no utilizan el sexo solamente como descriptor, sino también como un reforzador del criterio de noticiabilidad de conflicto (Oliveira-Araujo y Argiñano, 2021).

También se observa que los medios más progresistas, como *eldiario.es*, se recrean en la denuncia social, principalmente desde la perspectiva de género (Oliveira-Araujo y Argiñano, 2021), mediante la publicación abundante de noticias en las que se da cuenta de las agresiones adjetivadas de sexuales. Cuanto más conservadores, en cambio, los cibermedios parecen ofrecer más piezas periodísticas del sexo como placer; aunque eso sí: en el marco de una relación de pareja heterosexual y de corte monógamo.

#### 4.1. Limitaciones, fortalezas y futuras líneas de investigación

El presente trabajo presenta ciertas limitaciones. Las principales están relacionadas con el propio corpus de análisis; especialmente, con la obtención del mismo mediante la técnica del *web scraping*, debido a que se depende de la adecuada estructuración de los cibermedios, y del uso de la raíz semántica sex como criterio de selección, que limita este análisis a los textos periodísticos que tratan –o dicen tratar– explícitamente sobre el sexo como conducta, tal y como ya se ha mencionado anteriormente. Sin embargo, también cabe poner en valor que la presente investigación abarca la representación mediática del sexo como conducta de una forma holística, distinguiendo entre las diferentes formas de entender el sexo *que se hace* desde un enfoque sexológico. Además, el método empleado permite la generalización de los resultados a la esfera mediática española, donde no se prevén grandes diferencias más allá de las señaladas en base a la línea editorial.

Teniendo en cuenta que la literatura previa se ha focalizado especialmente en la cobertura mediática del sexo como opresión, el futuro esfuerzo investigador podría dirigirse al análisis de las informaciones en las que tiene cabida el sexo como placer.

### 5. Conclusiones

Los ciberdiarios contribuyen a transmitir una imagen negativa y peligrosa del sexo como conducta con su práctica habitual y rutinaria de potenciar las informaciones que recogen las actitudes opresivas con relación a la práctica del sexo. De esta manera, perpetúan los estereotipos instaurados en la sociedad desde donde el sexo se entiende como una conducta potencialmente negativa que se

realiza sobre todo con los genitales. Esta forma erotofóbica de comprender el sexo se fortalece con la limitación que se impone dentro del espacio informativo a la visión placentera del mismo. Tal es así que la escasa representación del sexo como conducta positiva y extática aparece banalizada. Además, cuando aparece, lo hace de forma sesgada, contribuyendo a fortalecer la imagen de la monogamia y de la heterosexualidad como únicas formas de entender las prácticas hedónicas. Por tanto, las posibilidades que ofrece la prensa *online* para trascender las limitaciones de la prensa tradicional, permitiendo una mayor participación de la audiencia en la construcción de los temas y sus enfoques y ensanchando así la agenda temática, quedan subsumidas por las rutinas diarias que terminan por contribuir a mantener el estatus quo, que va en detrimento de una imagen positiva y propositiva del sexo que subraye su beneficio social y personal.

## 6. Referencias

- Åkerlund, Mathilda (2018). Representations of trans people in Swedish newspapers. *Journalism studies*, 2(9), 1319-1338. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1513816>
- Almuña-Fernández, Celso, Martín-de-la-Guardia, Ricardo y Pelaz-López, José-Vidal (2016). *Sensacionalismo y amarillismo en la Historia de la Comunicación*. Madrid: Fragua.
- Amezúa, Efigenio (2003). El sexo: historia de una idea. *Revista española de sexología*, (115), 1-237.
- Argiñano, José-Luis y Olveira-Araujo, Rubén (2019). Propuesta metodológica para el estudio de la presencia del sexo en los cibermedios. En: Herrero, Francisco-Javier y Trenta, Milena, *Las nuevas narrativas, en el entorno social* (140-154). Cuadernos Artesanos de Comunicación. ISBN: 978 84 17314 11 8
- Armentia, José Ignacio y Caminos, José María (2009). *Redacción informativa*. Ariel. ISBN: 978 8 43441 3 122
- Bachechi, Kimberly N. y Hall, Matthew (2015). Purity, presumed displeasure and piety in the 'big three': a critical analysis of magazine discourse on young women's sexuality. *Journal of Gender Studies*, 24(5), 549-560. <https://doi.org/10.1080/09589236.2013.861344>
- Baum, Matthew A., Cohen, Dara K. y Zhukov, Yuri M. (2018). Does rape culture predict rape? Evidence from U.S. newspapers, 2000-2013. *Quarterly journal of political science*, 13(3), 263-289. <https://doi.org/10.1561/100.00016124>
- Billard, Thomas. J. (2016). Writing in the margins: mainstream news media representations of transgenderism. *International journal of communication*, 10, pp. 4193-4218. <https://doi.org/10.31235/osf.io/4q8f3>
- Biressi, Anita (2019). Following the money: news, sexual assault and the economic logic of the gendered public sphere. *European journal of cultural studies*, 22(5-6), 595-612. <https://doi.org/10.1177/1367549418810089>

- Braumüller, Birgit, Emberger, Diana y Hartmann-Tews, Ilse (2020). Gendered coverage of the Olympic Games in German print media: a longitudinal content analysis in the context of participation, success and disciplines. *European journal for sport and society*, 17(4), 319-338. <https://doi.org/10.1080/16138171.2020.1792086>
- Butler, Judith (2004). *Undoing gender*. Abington, Oxfordshire: Routledge.
- Carpenter, Serena (2010). A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles. *New Media & Society* 12(7), 1064-1084. <https://doi.org/10.1177/1461444809348772>
- Christensen, Larissa S. (2018). The new portrayal of female child sexual offenders in the print media: a qualitative content analysis. *Sexuality & culture*, 22, 176-189. <https://doi.org/10.1007/s12119-017-9459-1>
- Comscore (2019). Multi-platform. News/Information Spain. October 2019. <https://www.comscore.com>
- Coyne, Sarah M., Ward, L. Monique, Kroff, Savannah L., Davis, Emilie J., Holmgren, Hailey G., Jensen, Alexander C., Erickson, Sarah E. y Essig, Lee W. (2019). Contributions of mainstream sexual media exposure to sexual attitudes, perceived peer norms, and sexual behavior: a meta-analysis. *Journal of adolescent health*, 64(4), 430-436. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2018.11.016>
- Gjika, Anna (2020). New media, old paradigms: News representations of technology in adolescent sexual assault. *Crime, Media, Culture*, 16(3), 415-430. <https://doi.org/10.1177/1741659019873758>
- Hernández-Serrano, María-José, Renés-Arellano, Paula, Graham, Gary y Greenhill, Anita (2017). From prosumer to prodesigner: Participatory news consumption. *Comunicar*, 50, 77-88. <https://doi.org/10.3916/C50-2017-07>
- Hernández, Yuliuva (2006). Acerca del género como categoría analítica. *Nómadas: critical journal of social and juridical sciences*, 13(1), 111-120. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18153296009.pdf>
- Ibarra, Pedro y Idoyaga, Petxo. (1998). Racionalidad democrática, transmisión ideológica y medios de comunicación. *ZER-Revista de Estudios de Comunicación*, 5, 157-181. Recuperado de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17368>
- IBM Corp. (2016). IBM SPSS Statistics (Versión 24). Windows. Armonk, NY: IBM Corp
- Iglesias, Mar (2012) «Rutinas productivas de un cibermedio nativo digital». *Cuadernos de información*, v. 30, pp. 9-20. <https://doi.org/10.7764/cdi.30.424>
- Klapper, Joseph T. (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas: poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*. Madrid: Aguilar.
- Krippendorff, Klaus (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Kouzis-Loukas, Dimitrios (2016). *Learning scrapy*. Birmingham: Packt Publishing.
- Landarroitajaregi, José Ramón (2016). *Reflexiones cítricas para sexólogos avezados: para una epistemología sexológica*. Valladolid: Iseus.
- Landarroitajaregi, José Ramón (2012). *Nociones de sexosofía antigua*. Valladolid: Iseus.
- Landarroitajaregi, José Ramón (2001). 25 años del Instituto de Sexología: una conversación teórica con Amezuá. *Anuario de sexología*, 7, 7-38. Recuperado de <https://aeps.es/associate/anuarios-aeps/>

- Lippmann, Walter (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- Manning, Jimmie (2021). Communication studies about sex: implications for relationships, health, culture, and identity. A review. *Profesional de la información*, 30(1), e300114. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.14>
- Martini, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Norma.
- McCombs, Maxwell E. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- McCombs, Maxwell E., Shaw, Donald L. y Weaver, David H. (2014). New directions in agenda-setting theory and research. *Mass communication and society*, 17(6), 781-802. <https://doi.org/10.1080/15205436.2014.964871>
- McQuail, Denis (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Melek, Gizem y Ulucay, Dilek M. (2019). Atributos de los medios de comunicación y cambio de actitud: experimentos sobre el impacto del establecimiento de la agenda de segundo nivel sobre las actitudes hacia los refugiados sirios. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 25(1), 381-393. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63735>
- Mellado, Claudia, Cabello Patricio y Torres, Rodrigo (2017). Modelos periodísticos y el uso de actores y fuentes en la cobertura de asuntos sociales en la postdictadura chilena (1990-2010). *Comunicación y Sociedad*, (28), 59-86.
- Meraz, Sharon (2011). Using time series analysis to measure intermedia agenda setting influence in traditional media and political blog networks. *Journalism and mass communication quarterly*, 88(1), 176-194. <https://doi.org/10.1177/107769901108800110>
- Murphy, Justin y Rek, Beata (2019). Candidate gender and the media attention in the 2015 UK general election. *Parliamentary affairs*, 72(2), 290-311. <https://doi.org/10.1093/pa/gsy019>
- Nisbet, Matthew C., Brossard, Dominique y Kroepsch, Adrienne (2003). Framing science: the stem cell controversy in an age of press/politics. *Harvard international journal of press/politics*, 8(2), 36-70. <https://doi.org/10.1177/1081180X02251047>
- Nownes, Anthony J. (2019). Can celebrities set the agenda? *Political Research Quarterly*, 74(1), 117-130. <https://doi.org/10.1177/1065912919869530>
- Olivar-de-Julián, Francisco Javier y Díaz-Campo, Jesús (2020). Jóvenes y sucesos: tratamiento informativo en la prensa digital española. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26(4), 1521-1532. <https://doi.org/10.5209/esmp.68003>
- Olveira-Araujo, Rubén y Argiñano, Jose-Luis (2021). The portrayal of sex in online media as conflictive, feminized behavior far from hedonic pleasure. *Profesional de la información*, 30(5), e300507. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.07>
- QSR International (2020). NVivo (Versión 11). Windows. Melbourne: QSR International
- Sáez, Silberio (2017). *Sexo básico: de los genitales al cerebro, de la fecundación a la vejez*. Madrid: Fundamentos.
- Sarráis, Fernando (2020). *30 consejos para una vida feliz*. Madrid: Palabra.
- Shoemaker, Pamela J. (2006). News and newsworthiness: a commentary. *Communications*, 31(1), 105 - 111. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.007>

- Sobel, Meghan. (2016). Sex trafficking in Thai media: a content analysis of issue framing. *International journal of communication*, 10, 6126-6147. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5271/1881>
- Sobel, Meghan, Friedman, Barbara y Johnston, Anne (2019). Sex trafficking as a news story: evolving structure and reporting strategies. *Journal of human trafficking*, 5(1), 43-59. <https://doi.org/10.1080/23322705.2017.1401426>
- Suppiah, Puspallata. C., Kaur, Surinderpal, Arumugam, Nalini y Shanthy, Alice (2019). News coverage of foreign sex workers in Malaysia: a critical analysis. *GEMA online journal of language studies*, 19(1), 136-152. <http://doi.org/10.17576/gema-2019-1901-08>
- Ward, L. Monique, Erickson, Sarah E., Lippman, Julia R. y Giaccardi, Soraya (2016). «Sexual media content and effects». En: Nussbaum, Jon F. *Oxford research encyclopedia of communication*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.2>
- Wolf, Mauro (2000). *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós Ibérica.