



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
ESTUDIOS AVANZADOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Trabajo Fin de Máster

## Viabilidad Femenina en Cuestión:

*Un análisis feminista de la cobertura mediática sobre los debates presidenciales de las primarias demócratas del 2020*

**Kristen Gardner**

Dirigida por Dra. Beatriz Ranea Triviño

Junio 2024



Estudios Avanzados en Comunicación Política  
Máster Oficial

## **VISTO BUENO DEL TUTOR PARA DEFENSA PÚBLICA DE TRABAJO FIN DE MÁSTER (TFM)**

Este documento se entregará firmado junto a los originales del TFM

El profesor del Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política

\_\_\_\_\_ Dra. Beatriz Ranea Triviño \_\_\_\_\_

Otorga su visto bueno para la presentación a Tribunal evaluador del Trabajo Fin de Máster del alumno

\_\_\_\_\_ Kristen Gardner \_\_\_\_\_

Con correo electrónico \_\_\_\_\_ kgardner@ucm.es \_\_\_\_\_

Cuyo título es:

**Viabilidad Femenina en Cuestión:**  
*Un análisis feminista de la cobertura mediática sobre los debates presidenciales de las primarias demócratas del 2020*

Fecha: \_\_ 03 \_\_ / \_\_ 06 \_\_ / \_\_ 2024 \_\_



Estudios Avanzados en Comunicación Política  
Máster Oficial

Fdo. Prof.:

## DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD Y AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN WEB

El/La abajo firmante **DECLARA** ser el/la autor/a del Trabajo de Fin de Master que presenta como culminación de sus estudios de Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política de la Universidad Complutense de Madrid, para ser evaluado por el Tribunal correspondiente y **desea hacer constancia de lo siguiente:**

1. **El trabajo es original e inédito** y es producto de su contribución intelectual, bajo la tutela de uno o varios profesores de esta Máster.
2. **Las figuras, tablas e ilustraciones** que acompañan al trabajo representan fielmente los hechos informados y **no han sido alteradas digitalmente.**
3. **Todos los datos y las referencias** a textos y materiales ya publicados están **debidamente identificados y referenciados en el texto y en las notas bibliográficas.**
4. **Autoriza** la publicación del trabajo en la web oficial del Master.

**Nombre del autor/a:** ..Kristen Gardner.....

**Título del TFM:** ..Viabilidad Femenina en Cuestión: Un análisis feminista de la cobertura mediática sobre los debates presidenciales de las primarias Demócratas del 2020.....

Para dejar constancia de lo anteriormente expuesto, se firma esta declaración en Madrid, a 31... de Mayo..... de 20...24..

Fdo.: 

*"En la primera hora, se les preguntó a los candidatos sobre sus opiniones respecto a Irán y la retirada de tropas de Oriente Medio, el comercio, las armas nucleares y si una mujer puede ser elegida presidenta."*

- Jeanne Zaino, Periodista de Fox

## ÍNDICE

<b>1. Resumen .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Introducción .....</b>	<b>4</b>
2.1. Objetivos	
2.2. Hipótesis	
<b>3. Marco teórico .....</b>	<b>8</b>
3.1. Debates y comunicación política	
3.2. Agenda Setting	
3.3. Teoría del framing y agenda setting	
3.4. Representación de candidatas por los medios de comunicación	
3.5. Viabilidad de candidatas femeninas	
<b>4. Metodología .....</b>	<b>13</b>
4.1. Análisis de contenidos	
4.2. Justificación de la muestra	
4.3. Métodos estadísticos	
<b>5. Análisis y resultados .....</b>	<b>18</b>
5.1. CNN: Estadísticos descriptivos por género	
5.2. CNN: Estadísticos descriptivos por político	
5.3. CNN: Análisis multivariante (análisis factorial)	
5.4. Fox: Estadísticos descriptivos por género	
5.5. Fox: Estadísticos descriptivos por político	
5.6. Fox: Análisis multivariante (análisis factorial)	
<b>6. Conclusiones .....</b>	<b>34</b>
<b>7. Bibliografía .....</b>	<b>38</b>
<b>8. Anexos .....</b>	<b>44</b>

## 1. RESUMEN

Esta investigación analiza la cobertura mediática de los debates presidenciales de las primarias del Partido Demócrata del año 2019-2020 de los EE.UU., con un enfoque principal en investigar el papel del género en la cobertura mediática. Las mujeres están infrarrepresentadas en la política estadounidense y la cobertura mediática estereotipada puede obstaculizar su alcance de puestos de poder. A través de un análisis de contenido, este trabajo evalúa la cobertura mediática de los sitios web de CNN y Fox News entre el quinto y el décimo debate demócrata. Este análisis examina el tratamiento de los candidatos masculinos y femeninos en relación a una serie de variables relacionadas con la cobertura de carrera de caballos y viabilidad que se ha demostrado en investigaciones previas que impactan la opinión pública e influyen de manera decisiva en el voto. Esta investigación demuestra que todavía existe una tendencia por parte de los medios a despolitizar a las mujeres, criticarlas con mayor frecuencia y cuestionar su viabilidad. Estos hallazgos son importantes para el campo de la comunicación política porque destacan la necesidad de incorporar una perspectiva de género en los estudios de *agenda setting* y el encuadre. Finalmente, esta investigación muestra la necesidad de transformar las prácticas tradicionales de comunicación política, como la cobertura de carrera de caballos, la construcción de viabilidad y otras técnicas que suelen favorecer a los candidatos masculinos.

*Palabras claves: “comunicación política electoral”, “análisis de género”, “primarias Demócratas”, “candidatas presidenciales”, “análisis mediático”, “carrera de caballos”, “debates electorales”*

## ABSTRACT

This research analyzes media coverage of the US Democratic primary debates from 2019 to 2020 with a primary focus of investigating the role of gender in media coverage. Women are underrepresented in American politics and stereotypical news coverage from mainstream media sources can limit the opportunity for women to reach positions of leadership. Using content analysis, this paper evaluates news coverage published on CNN and Fox News websites between the fifth and tenth Democratic debates. This analysis examines the treatment of male and female

candidates on a range of horse race coverage and viability metrics that have been shown in previous research to impact public opinion and influence vote choice. This research demonstrates that there is still a tendency by the media to depoliticize women, criticize them more frequently, and question their viability. These findings are important for the field of political communication because they underline the need to incorporate a gender lens in agenda setting and framing studies. Finally this research calls attention to the need to transform traditional political communication practices such as horse race coverage, the construction of viability, and other techniques that tend to favor male candidates.

*Keywords: “Electoral communication”, “gender analysis”, “democratic primary”, “presidential candidates”, “media analysis”, “horse race coverage”, “electoral debates”*

## 2. INTRODUCCIÓN

### Breve historia de candidatas presidenciales en los EE.UU

Tanto en los Estados Unidos como en muchos países del mundo, las mujeres candidatas están infrarrepresentadas en la política. Históricamente muy pocas mujeres se han presentado como candidatas a la presidencia de los EE.UU. En el siglo XIX hubo solo dos candidatas presidenciales: Victoria Claflin Woodhull (1872) y Belva Ann Bennett Lockwood (1884 y 1888) (Rutgers Center for American Women and Politics, s.f.). Luego, en el siglo XX, hubo siete candidatas: Margaret Chase Smith (1964), Shirley Anita Chisholm (1972) , Patsy Takemoto Mink (1972), Ellen McCormack (1976, 1980), Sonia Johnson (1984), Patricia S. Schroeder (1988), y Lenora Fulani (1988, 1992). Actualmente, en el siglo XXI, se presentaron quince candidatas. Entre ellas, seis se presentaron en la Primaria Presidencial Demócrata en 2020: Tulsi Gabbard, Elizabeth Warren, Amy Klobuchar, Marianne Williamson, Kirsten Glibrand y Kamala Harris, marcando la participación más alta de candidatas en toda la historia del país (Rutgers Center for American Women and Politics, s.f.). Pero aunque ha aumentado la presencia de candidatas presidenciales en las últimas décadas, una mujer nunca ha ganado el puesto.

## Debates de las Primarias Presidenciales de 2019 - 2020

En los EE.UU, los debates presidenciales tienen una larga historia como forma de influir a la opinión pública, y sobre todo, en el voto. Aunque había debates desde los inicios de la política estadounidense, el primer debate televisado fue en 1960 entre John F. Kennedy y Richard Nixon, marcando un gran cambio en las normas de la comunicación política en las campañas políticas (U.S. Senate, s.f.). Desde entonces, los debates se han convertido en una actividad imprescindible de las campañas políticas y de la comunicación política.

Esta investigación analizará los debates presidenciales de la Primaria Democrática del ciclo 2020. Entre los años 2019-2020, se televisaron 11 debates y hubo un total de 23 candidatos y candidatas que presentaron. Este ciclo electoral fue significativo por diversas razones, especialmente por la alta cantidad de candidatas que postularon para la presidencia en el Partido Demócrata. De las 23 candidaturas que participaron en los debates, se presentaron 6 candidatas, marcando la participación más alta de mujeres en la historia estadounidense. Por esta y otras razones, hubo mucha cobertura mediática sobre los debates. En total, hubo 11 debates presidenciales entre Junio 2019 y Marzo 2020. Se puede observar el calendario en la Tabla 1.

Tabla 1: Calendario de los debates primarias del Partido Demócrata (2019-2020)

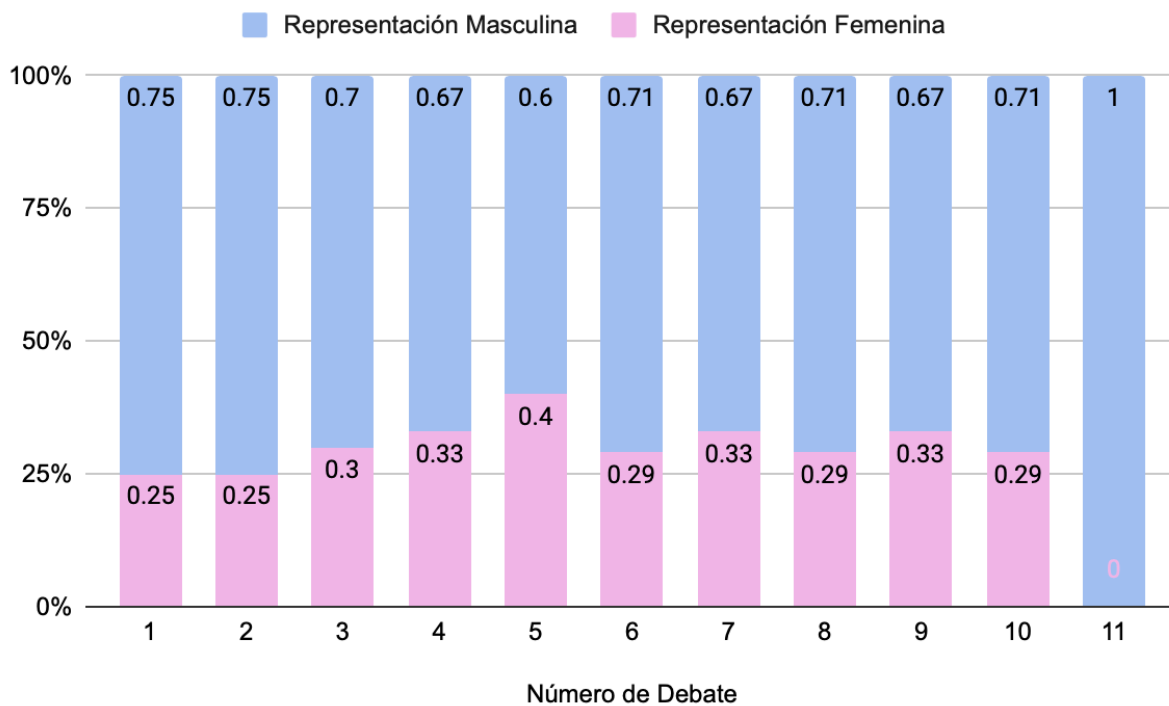
Debate	Fecha	Ubicación	Medios (Patrocinadores)	Número de participantes
Primer debate	Junio 26-27, 2019	Miami, Florida	NBC News, MSNBC y Telemundo	20
Segundo debate	Julio 30-31, 2019	Detroit, Michigan	CNN	20
Tercer debate	Septiembre 12, 2019	Houston, Texas	ABC News y Univision	10
Cuarto debate	Octubre 15, 2019	Westerville, Ohio	CNN y The New York Times	12
Quinto debate	Noviembre 20, 2019	Georgia	MSNBC y The Washington Post	10
Sexto debate	Diciembre 19, 2019	Los Angeles, California	PBS NewsHour y Politico	7
Séptimo debate	Enero 14, 2020	Des Moines, Iowa	CNN y The Des Moines Register	6
Octavo debate	Febrero 7, 2020	Manchester, New Hampshire	ABC, WMUR-TV, y Apple News	7

Noveno debate	Febrero 19, 2020	Las Vegas, Nevada	NBC News y MSNBC	6
Décimo debate	Febrero 25, 2020	Charleston, South Carolina	CBS News y Congressional Black Caucus Institute	7
Undécimo debate	Marzo 15, 2020	Washington, D.C.	CNN, Univision, y CHC Bold	2

Fuente: elaboración propia a partir de Democratic Presidential Primary Debates, 2020 - Ballotpedia

Como se puede observar en la Tabla 2, el debate con la mayor presencia de candidatas mujeres fue el quinto con 40% de participación. Después, hubo tres debates con 33% (el cuarto, séptimo y noveno).

Tabla 2: Participación en los Debates en Función del Género



Fuente: elaboración propia a partir de Ballotpedia, 2020

Otro debate que tuvo gran importancia fue el décimo, porque fue el último debate antes del famoso *Super Tuesday* (Supermartes). *Super Tuesday* es uno de los días más importantes en las elecciones primarias estadounidenses porque votan quince estados el mismo día, y por lo tanto,

suelen repartir alrededor de un tercio de todos los delegados en este solo día (Astor, 2024). Por lo tanto, después de *Super Tuesday*, suelen tener una predicción bastante precisa del ganador de la primaria.

Por la alta presencia de candidatas en el quinto debate (y su participación continua hasta el décimo debate), junto con la alta importancia del décimo debate en relación a *Super Tuesday*, este análisis se enfocará en el periodo de tiempo entre ellos: el 20 de noviembre 2019 hasta el 25 de febrero 2020 (la fecha del último debate antes de *Super Tuesday*). Por ello, se incluirá en el periodo de investigación seis debates en total (el quinto hasta el décimo).

## 2.1 OBJETIVOS

El objetivo principal de la investigación es analizar si la cobertura mediática de los debates electorales de la Primaria Demócrata del 2020 difiere en función del género. Para ello, la investigación examinará las diferencias entre la cobertura mediática de CNN y Fox, como medios de ideologías y audiencia bastante distintas. En concreto, el trabajo tiene los siguientes objetivos:

1. Analizar la percepción de comportamiento combativo en función del género.
2. Explorar cómo la cobertura mediática construye la viabilidad de las candidaturas y si difiere en función del género.
3. Examinar si la percepción de quien puede ganar frente a Trump depende del género.
4. Indagar si se considera a los candidatos como “ganadores” más frecuentemente que las candidatas.
5. Investigar si CNN o Fox son más críticos hacia las candidatas mujeres.

## 2.2 HIPÓTESIS

La hipótesis central del trabajo postula que la cobertura mediática difiere en función del género, tanto CNN como Fox. En particular, los medios:

- H1: Hacen mención de comportamiento combativo o ataques más con respecto a las candidatas que a los candidatos.
- H2: Cuestionan la viabilidad de las candidatas más que a los candidatos.
- H3: Indican que los candidatos tienen mayores oportunidades de ganar frente a Trump que las candidatas.
- H4: Caracterizan a los candidatos como los “ganadores” de los debates con más frecuencia que las candidatas.
- H5: Por razones de ideología, Fox será más crítico en cuanto a la cobertura de las candidatas que CNN.

### 3. MARCO TEÓRICO

Para enmarcar teóricamente este trabajo, esta sección presentará los autores y autoras y conceptos relevantes de la comunicación política. Entre ellos, se explica la importancia de los debates en relación a la comunicación política y se aborda la teoría de la *agenda setting*, *framing*, representación y tratamiento de las políticas por los medios de comunicación y la viabilidad de candidatas femeninas.

#### 3.1 Debates y comunicación política:

Denton y Woodward (1998) definen la comunicación política como el conjunto de las formas, intervenciones y mensajes destinados a influir en el entorno político. Esto incluye todo tipo de debate público, comunicaciones y conversaciones políticas, cobertura de los medios de comunicación e interacción con el público. En la sociedad contemporánea, una de los elementos más importantes de la comunicación política son los debates. Gauthier (1998) sostiene que los debates son “un ejercicio *casi* obligado de las campañas electorales” y que los debates televisados son de las actividades más importantes de la comunicación política durante el ciclo electoral (Gauthier, 1998, p.394). De hecho, los debates han adquirido tanta importancia que hoy en día, no solamente son habituales durante las elecciones generales (entre candidatos del Partido Demócrata y el Partido Republicano), sino también entre las candidaturas del mismo partido durante las elecciones primarias. Por lo tanto, los debates son un tema importante de investigación en los estudios contemporáneos de la comunicación política.

Por un lado, hay investigaciones que proponen que los debates influyen en el voto y en la opinión pública (Yawn et al., 1998). No obstante, otros estudios muestran que los debates generales tienen “efectos mínimos” en influir en el voto de los ciudadanos (Yawn et al., 1998). Según Yawn et al. (1998) esto se debe a que los votantes suelen tener actitudes preexistentes sobre los candidatos y los partidos que influyen a su interpretación de los debates. Pero sí hay consenso en un efecto muy importante de los debates: que los debates aumentan la prominencia de ciertos temas (Katz y Feldman, 1962). En otras palabras, los debates juegan un gran papel en el proceso de *agenda setting*.

### 3.2 Agenda setting:

*Agenda setting* es un concepto teórico que se refiere al proceso por el cual los medios de comunicación presentan temas al público, con cierta frecuencia y detalles a la opinión pública (McCombs y Shaw, 2017). Según McCombs y Shaw (2017), dos grandes autores conocidos por su trabajo en *agenda setting*, argumentan que “la mayor parte de lo que la gente sabe le llega de segunda o tercera mano a través de los medios de comunicación o de otras personas” (p.1). Por ello, los medios nos cuentan una “realidad” política porque para la mayoría del público, los medios son la única fuente de información sobre asuntos públicos. Por lo tanto, los medios tienen un gran poder en formar la opinión pública a través de la selección y jerarquización de temas.

Pero esta definición sólo cubre el dicho “primer nivel” de *agenda setting*. También existe un “segundo nivel” de *agenda setting*, también llamado “*Framing*”. Mientras que el primer nivel se centra en la cantidad de cobertura que recibe cierto tema, el dicho segundo nivel analiza *cómo* los medios cubren estos temas (Coleman et al, 2009). Es un análisis de las características o rasgos que implementan los medios, como el tono, vocabulario y otros detalles que utilizan para dar significado a los temas (Coleman et al, 2009). Los autores argumentan que todas las características conllevan un tono emocional (neutral, positivo o negativo), que se transmitan al público. Por lo tanto, representa una forma importante en la cual los medios logran influir a la opinión pública.

### 3.3 Framing:

Como se ha mencionado, el concepto de *framing* está muy conectado a la teoría de *agenda setting*. Entman (1993) suele describir el *framing* (o marcos) como el conjunto de varios

atributos que forman una perspectiva dominante de algún tema o sujeto. Los marcos son “esquemas de interpretación” que ayudan a las audiencias a “localizar, percibir, identificar y etiquetar” experiencias cotidianas (Goffman, 1974, p.21). Además, los marcos transmiten un significado o evaluación moral dependiendo de los atributos y rasgos que sean enfatizados. El *framing* es un tema principal en los estudios de periodismo y comunicación política porque uno de los grandes papeles (y poderes) de los medios de comunicación es desarrollar el *framing* de temas.

Los autores Benford y Snow (2000) sostienen que el framing también influye en la acción colectiva. Según ellos, el objetivo del framing no tiene que ver sólo con interpretar eventos, sino también con inspirar acción por parte de la ciudadanía. Por lo tanto, han creado una categoría nueva de framing que se llama *collective action frames*, o marcos de acción colectiva. Esta categoría refiere a encuadres que tienen el propósito de “movilizar a adherentes y electores potenciales, obtener el apoyo de los espectadores y desmovilizar a los antagonistas” (Benford y Snow, 2000, p.614). Esta categoría de marcos tiene una gran importancia para la comunicación política y las campañas electorales, porque pueden ser útiles para movilizar a la gente a votar.

### 3.4 Representación y tratamiento de políticas por los medios de comunicación:

Los estudios de agenda setting y framing tienen una alta importancia para políticas y candidatas femeninas porque los medios pueden influir en las percepciones públicas sobre las mujeres en la política y tener consecuencias concretas en las campañas electorales. Según el marco, los medios pueden representar a las mujeres como líderes capaces e inteligentes. O, al contrario, pueden formar una narrativa que les limita a la esfera privada y cuestiona su capacidad para liderar.

Según Collins (2011), las candidatas suelen ser representadas en los medios vinculadas a los roles y estereotipos de género, como la vida familiar, la personalidad, la apariencia física y la sexualidad. En concreto, Collins (2011) expone tres conclusiones sobre la representación de candidatas por los medios de comunicación. Primero, las candidatas están infrarrepresentadas en los medios, lo que quiere decir que simplemente no tienen la misma tendencia de aparecer en los medios que los candidatos. Segundo, la autora sostiene que cuando las candidatas aparecen en los medios, normalmente los medios presentan a las candidatas de una manera crítica o negativa (incluida la cosificación o sexualización). Finalmente, explica que los medios suelen presentar a

las candidatas en roles tradicionalmente femeninos (es decir, estereotipados) (Collins, 2011). Estas prácticas mediáticas “contribuyen a *despolitizar* a las candidatas”, una práctica que limita las candidatas a la esfera privada y “dificulta la participación o la integración con pleno derecho en la ciudadanía” (Bernardez, 2010, p.201). Por lo tanto, la reproducción de estereotipos de género por los medios de comunicación ha contribuido a la falta de representación política de las candidatas, y a su desvalorización social en concreto.

En particular, la cobertura de las candidatas presidenciales típicamente ha reflejado y reproducido la idea cultural de que el presidente debe ser un hombre (Norris y Shorenstein, 1997). Falk (2010) argumenta que los medios históricamente han trivializado las candidaturas de las candidatas a través de cobertura mediática estereotipada (citado por Lawrence, 2017). Su estudio examina cómo la cobertura mediática sexista durante la campaña presidencial de Estados Unidos de 2008 con la candidatura de Hillary Clinton y de la vicepresidenta nominada republicana Sarah Palin puede aumentar el escepticismo público sobre la capacidad de una mujer para servir como Presidenta o Vicepresidenta de los Estados Unidos. La autora sostiene que los medios retratan a las candidatas como “perdedoras y novedades” y no como “candidatas serias” y aporta que esta cobertura sesgada influye en que el público no vote por una candidata (Falk, 2010, citado por Lawrence, 2017). Por lo tanto, es importante reconocer que las agendas y *framing* de los medios pueden tener consecuencias reales en la política.

En un análisis de contenidos hecho por Kahn en 1994, examinó la cobertura mediática entre los candidatos y las candidatas de varias carreras senatoriales y gubernaturas estadounidenses. La autora encontró que sí hubo diferencias en la cobertura de la carrera de caballos<sup>1</sup> en función de género. Además, la autora midió la representación mediática de la “viabilidad” de los candidatos y candidatas a través de un esquema de 1 a 4 (1 = no competitiva, 4 = ganador probable). Su investigación plantea que las candidatas senatoriales eran representadas como “medianamente competitivas” (2.5), mientras los candidatos eran representados como “competitivos” (3.1). Finalmente, la autora encontró que las candidatas recibieron una cobertura más crítica que los candidatos, a través de un análisis del número de críticas que recibían y el tono de la cobertura.

---

<sup>1</sup> La cobertura de la carrera de caballos se refiere a mensajes que dan énfasis en quién está adelante o atrás, o quién está ganando o perdiendo terreno político durante una campaña. Este tipo de cobertura es el medio principal por el cual la ciudadanía forma sus percepciones sobre las candidaturas (Mutz, 1995).

Por lo tanto, el estudio plantea que si existen diferencias reales en la representación mediática entre las políticas y los políticos (Kahn, 1994).

Por otro lado, en un estudio hecho por Van der Pas y Aaldering (2020), investigaron la cobertura mediática de cualidades de la esfera privada o la “cobertura privada”. Los autores analizaron cuatro categorías relevantes en la cobertura privada: la apariencia física, la vida familiar, la personalidad, y la mención directa del género. Se encontraron que entre tres de las cuatro categorías hubo diferencias en la representación mediática entre los candidatos y las candidatas. Las políticas femeninas recibieron más cobertura mediática sobre su apariencia física que los políticos masculinos, las políticas recibieron más cobertura relacionada con su vida familiar que los políticos, y se mencionó directamente el género con más frecuencia para las políticas que para los políticos. En cuanto a la cobertura mediática de rasgos de personalidad, no encontraron una diferencia significativa entre los políticos y las políticas, y por lo tanto, no identificaron ningún sesgo de género en esta categoría (Van der Pas y Aaldering, 2020).

### 3.5 Viabilidad:

Estos estudios plantean que en muchos casos hay una diferencia en la cobertura mediática, en función del género. La reproducción de estereotipos de género aumenta el escepticismo público sobre la viabilidad de las candidatas y construye una gran desventaja a la hora de ganar elecciones. Según estudios de la opinión pública, la percepción de la viabilidad es uno de los factores más importantes en la decisión del voto (Holian y Prysby, 2014, citado por Peacock, et. al., 2020). La Real Academia Española define la viabilidad como “la cualidad de viable”, relacionado con posibilidad, factibilidad y facilidad. Por ello, la viabilidad (política) se refiere a la posibilidad y capacidad de ser elegido/a en una elección.

Durante la Primaria Demócrata del 2019/2020 el concepto de la viabilidad tuvo mucha importancia en los marcos mediáticos. Donald Trump creó un contexto político sin precedentes, en el cual el Partido Demócrata sentía una presión inmensa para tener una candidatura fuerte y viable para enfrentar a Trump en las elecciones generales (Peacock, et. al., 2020). Según una encuesta realizada por la Universidad de Monmouth en 2019, los Demócratas señalaron que querían elegir al candidato con mayores posibilidades de ganar frente a Trump, incluso si no

estaban de acuerdo con su ideología y posiciones (Monmouth University Polling Institute, 2019). En otras palabras, la viabilidad era una cuestión central en esta elección.

Durante la Primaria Demócrata del 2019/2020 los medios centraron el discurso sobre la idea de viabilidad. En particular, la cobertura mediática se enfocaba en establecer una relación entre viabilidad y posible victoria frente a Trump (Peacock, et. al., 2020). La pregunta que se repetía constantemente era: ¿Quién puede ganar frente a Trump? Según un estudio, “la viabilidad fue la palabra más importante, pero menos entendida de las elecciones del 2020” (Seitz-Wald, 2019, citado por Peacock, et. al., 2020). Todo el mundo tenía una idea distinta de quien era viable y porque podría ganar frente a Trump. Pero el discurso sobre viabilidad tuvo un consenso importante: su relación supuestamente inextricable con el género.

Los medios evaluaron la viabilidad en función del género: destacando que las candidatas tienen menor viabilidad que los candidatos (Peacock, et. al., 2020). Se puso en cuestión la viabilidad de las candidatas por el simple hecho de ser mujer (Peacock, et. al., 2020). Un ejemplo clave de esto salió en un artículo del New York Times el 8 de febrero, cuando el periodista comentaba sobre el éxito de Buttigieg en conseguir valoraciones positivas en cuanto a la viabilidad. Dijo: “El Sr. Buttigieg ha sido ayudado por el concepto de **viabilidad**, que ha sobrevolado la temporada de primarias y puede causar desventajas especialmente a las candidatas.” Se puede afirmar que debido a esta cobertura mediática, Klobuchar, Warren (y las otras candidatas) tuvieron que defenderse constantemente en contra la idea que no podría ser elegida meramente por el hecho de ser mujer. Estos ejemplos destacan como la viabilidad femenina fue un tema principal en el marco mediático del 2019/2020 y sirven como justificación de la importancia de entender exactamente cómo los medios han valorado a las y los candidatos en función del género.

## 4. METODOLOGÍA

### 4.1 Análisis de contenidos:

Según Lasswell, el análisis de contenidos examina “quién dice qué a través de qué canal a quién con qué efecto” (Lasswell, 1948, p. 117). Suele ser un análisis de materiales escritos (libros, cartas, revistas, artículos, etc) y su objetivo es encontrar pautas y tendencias entre ellos (Green

Saraisky, 2016). Según Hardy, Harley y Phillips (2004), el análisis de contenido consiste en identificar un esquema que se utiliza para codificar y categorizar las variables del análisis de una forma sistemática.

Existe una gran variedad de metodología para el análisis de contenidos, cada uno con un enfoque o énfasis distinto. No obstante, un primer paso suele ser una categorización simple que incluye información básica, como el tipo de artículo, la fuente, la fecha, si hay visuales, y la ideología de la fuente (Green Saraisky, 2016). Esta categorización es un paso importante porque proporciona la información contextual en la cual se situará el análisis de cada artículo. Esta investigación, utilizará las siguientes categorías de información básica: nombre de la fuente, el título del artículo, la fecha de publicación, la ideología de la fuente y otros datos básicos del artículo.

La metodología de este trabajo proviene de dos estudios fundamentalmente: uno realizado por Kim Fridkin Kahn en 1994 y otro de Van der Pas y Aaldering hecho en 2020. Ambos estudios analizaron la cobertura mediática para medir si existieran diferencias de tratamiento entre candidatos y candidatas por los medios de comunicación. En el estudio de Kahn (1994), se analizaron las características conocidas como significativas para el éxito electoral de un candidato y que además están relacionadas con estereotipos de género. En este caso, se centraron la investigación en *la viabilidad* de las candidaturas, porque es un concepto que tiene una gran influencia en las decisiones de voto, y que además es tradicionalmente pensado como un rasgo asociado con los candidatos masculinos. Para medirlo, Kahn examinó la cobertura de la “carrera de caballos” (quién lidera en las encuestas, quién tiene la organización más sólida, etc.), así como las evaluaciones de viabilidad del candidato por parte de la prensa (Kahn, 1994). En el estudio de Van der Pas y Aaldering (2020) también analizaron la cobertura de “temas masculinos” y “temas femeninos”, rasgos de liderazgo, cobertura de comportamiento “combativo”, y otras características relacionadas con estereotipos de género que se encontraron en la cobertura mediática.

Esta investigación se enfocará en la cobertura de 12 categorías distintas: mención por nombre, citas directas, viabilidad crítica, carrera de caballos, experiencia/acciones, mención de género, puede ganar frente a Trump, ganador, perdedor, ideología y adjetivos claves.

#### 4.2 Justificación de la muestra:

Hubo tres elementos esenciales a la hora de escoger las fuentes de estudio: 1) ideología, 2) tamaño de audiencia y 3) accesibilidad. En cuanto a la ideología, la fuente principal tiene que ser un medio que tiene una ideología y audiencia mayormente Demócrata, porque el enfoque del estudio son los debates Democráticos, y al final solo votaron los Demócratas en la elección primaria (los Republicanos no votan en la Primaria de los Demócratas).

Según un estudio del Centro de Investigaciones Pew (2020), los diez medios en los cuales los Demócratas confían más para noticias políticas son los siguientes: CNN, NBC, ABC, CBS, PBS, New York Times, BBC, MSNBC, Washington Post y NPR (Jurkowitz, et. al, 2020). CNN es la fuente con una tasa de confianza más alta con 67%. Por otro lado, es importante comparar la fuente principal con una fuente tradicionalmente Republicana para poder analizar la cobertura mediática de una manera más amplia y menos sesgada. En el caso de los Republicanos, Fox News es la fuente más confiable por el público, con una tasa de confianza de 65% (Jurkowitz, et. al, 2020).

Segundo, importa mucho el tamaño de la audiencia de cada medio. Dado que el enfoque principal de la investigación tiene que ver con el concepto de *agenda setting* y *framing*, es importante estudiar la fuente con mayor audiencia e influencia entre el público. La fuente con mayor audiencia en los EE.UU es The New York Times (Majid, 2023). En el mes de enero de 2024, New York Times recibió 482.7 millones de visitas, seguido por CNN (398.8 millones) y Fox News (270.2 millones) (Majid, 2023).

Por otro lado, en una encuesta realizada a finales de 2019 como parte del proyecto Election News Pathways del Centro de Investigaciones Pew, Fox News y CNN fueron nombradas por los segmentos más grandes de adultos estadounidenses como su principal fuente de noticias políticas, con fueron nombrados por al menos el 2% de los adultos un 16% y un 12%, respectivamente (Grieco, 2020). Seis otros medios de comunicación (NPR, NBC News, ABC News, MSNBC, CBS News y The New York Times) (Grieco, 2020). Por lo tanto, este estudio aporta que Fox News y CNN son las fuentes con mayor influencia y audiencia entre el público estadounidense.

Finalmente, hay que considerar la accesibilidad a la hora de leer los contenidos de cada fuente. New York Times tiene el modelo de suscripción para acceder a sus contenidos en línea, lo cual significa que de cierta forma sus contenidos son menos asequibles. Por otro lado, Fox News y CNN no tienen ninguna suscripción y, por lo tanto, se puede acceder a los contenidos sin pago. Esto quiere decir que tienen una mayor nivel de accesibilidad entre el público.

Ante estos criterios, la investigación se enfocará en CNN y Fox News. Por el hecho de que CNN tiene el nivel de confianza más alto entre los Demócratas como fuente principal, es la fuente principal para Demócratas a la hora de consumir noticias políticas, tiene la segunda audiencia más grande entre todas las fuentes, y finalmente, es asequible sin pago, este análisis se enfocará en los contenidos de CNN. Por otro lado, Fox es la fuente más confiable por el público Republicano, tiene la audiencia más alta de todas las fuentes estadounidenses, y finalmente, es asequible sin pago. Por lo tanto, se incluirá contenidos de Fox News también para poder ampliar el análisis y comparar la cobertura mediática entre los dos polos ideológicos. A través del muestreo propositivo, se investigará todos los contenidos que se han publicado en el sitio web de CNN y Fox News durante el periodo de investigación (30 de Noviembre del 2019 hasta 3 de Marzo del 2020).

#### 4.3 Variables del análisis:

El trabajo incluye 12 variables de análisis que se explican a continuación:

- **Mención por nombre:** el número de veces que se ha nombrado el político o política en el artículo.
- **Ganador:** si el político o política fue considerado el ganador del debate (suelen ser varios por artículo).
- **Perdedor:** si el político o política fue considerado el perdedor del debate (suelen ser varios por artículo).
- **Ideología:** número de veces que mencionan la ideología del político o política (en esta investigación fue común “progresista” o “moderada”).
- **Experiencia/Acciones:** número de veces que mencionan la experiencia personal/profesional o acciones concretas del político o política.
- **Combatividad/Ataques:** número de veces que destacan un comportamiento “combativo”, peleas, discusiones, etc. del político o política.

- **Mención de género:** número de veces que mencionan el género del político o política.
- **Citas directas:** número de veces que incluyen una cita directa del político o política.
- **Carrera de caballos:** número de veces que respaldan un candidato con datos de encuestas, de financiación de la campaña, de actos publicitarios, etc.
- **Viabilidad crítica:** es lo contrario de carrera de caballos - el número de veces que cuestionan la viabilidad de un candidato o candidata con datos de encuestas (negativas), falta de financiación de la campaña, malos actos publicitarios, etc.
- **Puede ganar frente a Trump:** número de veces que mencionan la capacidad o aptitud del candidato o candidata para ganar frente a Trump durante la elección general.
- **Adjetivos claves:** adjetivos interesantes utilizados para detallar a las candidaturas.

#### 4.4 Métodos estadísticos:

El análisis incluye dos métodos estadísticos principales: los estadísticos descriptivos y el análisis factorial. En primer lugar, el trabajo presenta las medias de CNN y Fox, con respecto a las 12 variables de análisis. Luego, se trata de agrupar los datos en función de género y por político para poder entender las diferencias y similitudes entre las distintas categorías. De esta manera, el trabajo puede responder a las hipótesis que propone diferencias en la cobertura mediática entre los dos medios, el género y los políticos individuales.

En segundo lugar, se incorpora el análisis de componentes principales (en adelante PCA). PCA es una técnica estadística que se utiliza para reducir la dimensionalidad de un conjunto de datos (Jolliffe y Cadima, 2016). Esto se logra transformando el conjunto original de variables en un nuevo conjunto de variables no correlacionadas, llamadas componentes principales. Por lo tanto, es una herramienta poderosa para simplificar y mejorar el análisis de datos complejos al reducir su dimensionalidad y eliminar redundancias (Jolliffe y Cadima, 2016). En este caso, se ha aplicado el PCA para poder entender cuáles variables son las más importantes y cómo están relacionadas con otras variables de la muestra. Además, se ha aplicado el PCA para poder comparar las componentes principales en función de género. De esta forma, habrá una forma de demostrar si hay diferencias en la cobertura mediática en función de género, y si los resultados son estadísticamente significativos o no.

## 5. ANÁLISIS Y RESULTADOS

La muestra incluye un total de 14 artículos de CNN con 93 menciones por político (filas de datos) y 12 artículos por Fox con 89 menciones por político. Entre las 12 categorías de análisis, la investigación cuenta con un total de 3.047 datos individuales. Esta sección consiste de varios niveles de análisis de los datos. Primero, se presenta los descriptivos agrupados por género, para poder comparar los resultados en función de género. Después, se presenta los descriptivos agrupados por político con la intención de comparar los resultados en función del contexto de cada perfil individual. Además, se ha aplicado una prueba de análisis de componentes principales (PCA) para poder entender la relación entre las variables del análisis y la estructura latente de los datos. Por último, se compara los resultados del PCA en función de género. La primera sección desarrolla los hallazgos con la muestra de CNN, y después en la siguiente sección se desarrolla los datos de Fox. Por último en la sección de conclusiones, se hace unas conclusiones globales del trabajo y de las diferencias vistas entre los medios.

### 5.1 Descriptivos por género (CNN):

Como se puede observar en la Tabla 3, entre los artículos de CNN los candidatos masculinos tenían un promedio de mención por nombre de 10,69 mientras que las candidatas solo tenían un promedio de 7,55. Además, las candidatas tenían un promedio de la mención directa del género de 0,61, mientras que los candidatos tenían un promedio de 0,00, lo cual quiere decir que en el caso de las candidatas, fue bastante común mencionar su género, pero en cuanto a los candidatos no fue un dato relevante. Con respecto a la cobertura de combatividad y ataques, las candidatas tenían un promedio mucho más alto que los candidatos: 2,13 comparado con 1,20. También hubo una brecha entre la cobertura de carrera de caballos: los candidatos tenían un promedio de 1,57 mientras que las candidatas tenían un promedio de sólo 0,35. Finalmente, en la viabilidad crítica, las candidatas tenían un promedio mucho más alto con 1,00 comparado con el promedio 0,54 de los candidatos.

Tabla 3: Comparación de Medias en Función de Género - CNN

	Femeninas (N=31)	Masculinos (N=61)	Todos (N=92)
<b>Mención por nombre</b>	7.55	10.69	9.63
<b>Ganador</b>	0.19	0.23	0.22
<b>Perdedor</b>	0.1	0.15	0.13
<b>Ideología</b>	0.52	0.61	0.58
<b>Experiencia y Acciones</b>	0.45	0.56	0.52
<b>Combatividad y Ataques</b>	2.13	1.2	1.51
<b>Mención de género</b>	0.61	0	0.21
<b>Citas Directas</b>	2.1	1.89	1.96
<b>Viabilidad Crítica</b>	1	0.54	0.7
<b>Carrera de Caballos</b>	0.35	1.57	1.16
<b>Puede Ganar Frente a Trump</b>	0.16	0.13	0.14

Fuente: elaboración propia

### 5.2 Descriptivos por político (CNN):

Entre los artículos de CNN, Bloomberg fue el político con el promedio más alto de menciones por nombre (18,00), después Sanders (15,42) y tercero, Buttigieg (12,07) - tres políticos masculinos. A pesar de que Warren y Klobuchar también eran candidatas competitivas, no aparecieron con la misma fuerza que los tres candidatos masculinos. Por ejemplo, en una encuesta de Reuters realizada en febrero de 2020, ambos Buttigieg y Warren tuvieron un promedio de 10% de intención de voto de 8%, pero aun así, Buttigieg recibió mucho más cobertura que Warren (Reuters, 2020). También es interesante señalar que a los políticos masculinos, nunca les hicieron una mención directa del género. Todos los candidatos tienen un promedio de mención de género de 0,00, mientras que Harris tuvo un promedio de 1,33, Klobuchar 0,64 y Warren 0,46. Es decir que fue bastante común mencionar el género de las candidatas, pero en cuanto a los candidatos, no fue un dato significativo.

Lamentablemente, la pregunta explícita sobre si una mujer podría ser presidenta surgió frecuentemente en los debates. La mención de género, entonces, también fue una estrategia comunicativa por parte de ambas Klobuchar y Warren para defenderse contra estas dudas. Este discurso alcanzó un clímax en enero del 2020. Justo antes del séptimo debate, salió una noticia que detalló una reunión privada entre Bernie Sanders y Elizabeth Warren en 2018. Durante la reunión, Sanders supuestamente dijo a Warren que iba postularse para la presidencia porque no creía que una mujer podría ganar las elecciones (referido a Warren) (CNN, 2020, enero 13). El escándalo provocó mucha cobertura mediática, en particular después de un momento bastante tenso en el séptimo debate en el cual Warren enfrentó a Sanders sobre el tema. Él negó el comentario, y luego la atacó durante el debate, diciendo “Me llamaste mentiroso” (CNN, 2020, enero 13). Warren aprovechó el momento para hacer su caso sobre su viabilidad, y de criticar la menor valoración de la viabilidad de las candidatas en general:

*"Es hora ya de enfrentar directamente esta pregunta sobre si una mujer puede ser presidenta ...mira a los candidatos en el escenario [Joe Biden, Pete Buttigieg, Sanders y Tom Steyer]. Colectivamente, han perdido 10 elecciones. Las únicas personas en este escenario que han ganado cada elección recientemente son las candidatas: [la senadora Amy Klobuchar] y yo", dijo Warren (CNN, 2020, enero 13).*

También hubo diferencias en la cobertura de la experiencia de los políticos: Biden (1,07), Klobuchar (0,86), Buttigieg (0,71), Bloomberg (0,50), Sanders (0,42), Warren (0,15) y Harris (0,00). Aunque Harris era Procuradora General del estado de California, luego Senadora de California y actualmente es la vicepresidenta del país, casi no se menciona su experiencia profesional. Al contrario, a Buttigieg, un joven con solo 38 años durante su campaña y quien tiene experiencia política solamente en ser alcalde de un pueblo con alrededor de 100.000 habitantes: tuvo un promedio de 0,71 menciones de su experiencia y vida profesional. De hecho, la mayoría de los artículos mencionaron su experiencia como veterano (fue un año a Afganistán) como una gran fuente de su experiencia profesional, mientras que personas como Warren, Klobuchar y Harris quienes todas tienen experiencia en el senado nacional y otros trabajos prestigiosos no les mencionaron su experiencia tanto como a Buttigieg.

Durante el quinto debate, la senadora Amy Klobuchar comentó que una candidata femenina con tan poca experiencia como la de Buttigieg nunca habría podido llegar al escenario del debate (CNN, Noviembre 20 2019) .

*Klobuchar dijo que "A las candidatas se les exige un estándar más alto...Tenemos que trabajar más duro y eso es un hecho." Luego, en un momento destacado, Klobuchar comentó: "Gobierno tanto con la cabeza como con el corazón, y si crees que una mujer no puede vencer a Donald Trump, Nancy Pelosi lo hace todos los días" (CNN, Noviembre 20 2019).*

Además, Buttigieg le dirigió muchos ataques a la experiencia de Klobuchar. En un momento bastante tenso durante el debate en Las Vegas, Buttigieg le criticó a Klobuchar por no haber podido recordar el nombre del presidente mexicano durante una entrevista televisada con Telemundo. Buttigieg le dijo que era evidencia de que su experiencia en "Washington" estaba "sobrevalorada" y que él es el candidato con la experiencia necesaria para ser presidente (CNN, 19 febrero de 2020). Ella le replicó que era simplemente un lapsus de memoria y que no debería reflejar su capacidad como política. Pero momentos así le perjudicaron demasiado a Klobuchar y ella fue criticada fuertemente por los medios. A pesar de que candidatas como Klobuchar y Harris tienen un currículum impresionante de experiencia política vemos que en la cobertura mediática y las encuestas aparecen infravaloradas.

Sobre la cobertura de la combatividad también vemos que a las tres candidatas se consideraron la más combatitivas: Warren 2,62, Harris 2,0 y Klobuchar 1,79. Booker (masculino) también tuvo un promedio bastante alto con 2,00, pero los otros candidatos masculinos tenían un promedio mucho más bajo que lo de las candidatas: Biden 1,50, Buttigieg 1,50, Sanders 1,33, Steyer 0,71, Bloomberg 0,67 y Yang 0,33. Gabbard (femenina) tenía un promedio de 1,00 pero la muestra es extremadamente pequeña (N=1) porque solamente apareció en un debate.

En cuanto a la cobertura de la carrera de caballos hubo una brecha destacable en función de género: Sanders 3,17, Bloomberg 2,17, Buttigieg 1,71, Biden 1,21, Warren 0,46, Steyer 0,43, Klobuchar 0,36, Yang 0,17, Booker 0,00, Gabbard 0,00 y Harris 0,00. Todos los candidatos tenían un promedio más que 1, mientras que todas las candidatas femeninas tenían un promedio menor que 1 (Ex: Warren 0,46 y Klobuchar 0,36,). En una encuesta hecha por Reuters en febrero de 2020, por ejemplo, Warren y Buttigieg tuvieron un promedio de 10% de intención de voto (Reuters, 2020). Es decir, aunque tenían la misma probabilidad de voto en varias encuestas nacionales, Buttigieg salió con mucho mayor cobertura de la carrera de caballos.

En cuanto a la variable puede ganar frente a Trump, no hay un patrón obvio en función del género: Biden 0,00. Bloomberg 0,33, Booker 0,50, Buttigieg 0,14, Gabbard 0,00, Harris 0,33,

Klobuchar 0,14, Sanders 0,25, Steyer 0,00, Warren 0,15 y Yang 0,00. Pero, resulta interesante que los únicos candidatos racializados (Booker y Harris) tuvieran las cifras más altas. En varios casos, ambos candidatos mencionaron su raza como una fuerza para poder unir el país y ganar frente a Trump.

*“Sutilmente atacando a sus rivales, el senador de Nueva Jersey Cory Booker y la senadora de California Kamala Harris dijeron que los Demócratas no pueden ganar [Trump] sin reconstruir la diversa coalición de seguidores del expresidente Barack Obama.” (CNN, Merica, D., & Reston, M, 2019, November 21)*

Acerca de la viabilidad crítica, quienes eran más criticados por los medios eran Sanders (1,33) y Warren (1,15), mientras que los demás tenían un promedio menor que 1. Es probable que los dos recibieron más críticas porque son los dos candidatos más progresistas y por lo tanto, los medios los nombraron como candidatos “polémicos” y menos viables para ganar.

Con respecto a la ideología, no hubo un patrón tan obvio - Bloomberg tenía el promedio más alto con 1,33, mientras que Biden tuvo el promedio más bajo con 0,21 (salvo los que tenían un promedio de 0, los cuales incluyen Harris, Yang, Booker, Gabbard y Steyer). Ambos son candidatos masculinos y los dos son moderados. Los candidatos y candidatas restantes se quedaban por el medio: Buttigieg 0,93, Klobuchar 0,64, Sanders 1,08 y Warren 0,54.

Referente a las medias de ganador/perdedor, los candidatos y candidatas que tenían las mejores datos eran Harris 0,33 (ganador) / 0 (perdedor), Buttigieg 0,36 (ganador) / 0,07 (perdedor), Klobuchar 0,29 (ganador) / 0,07 (perdedor) y Sanders 0,25 (ganador) / 0,08 (perdedor), porque tenían los promedios más altos de ganador del debate, y además los promedios más pequeños de perdedor de debate. Por otro lado, los candidatos y candidatas que tenían los peores cifras eran Biden 0,21 (ganador) / 0,14 (perdedor), Bloomberg 0,17 (ganador) / 0,33 (perdedor), Steyer 0 (ganador) / 0,29 (perdedor), Warren 0,8 (ganador) / 0,15 (perdedor), y Yang 0,33 (ganador) / 0,17 (perdedor). Con respecto a las medias de ganador/perdedor no hay ningún patrón muy obvio de género entre los resultados. Por último, en cuanto a las cifras directas, Harris tenía el promedio más alto con 3,00, después Buttigieg 2,79 y Warren con 2,15, pero no había ningún patrón obvio con respecto al género.

### 5.3 Análisis factorial - Análisis de componentes principales

Se ha aplicado un test de análisis factorial (de componentes principales) con los datos de los artículos de CNN, incluyendo las siguientes variables: mención por nombre, citas directas, viabilidad crítica, carrera de caballos, experiencia/acciones, mención de género, puede ganar frente a Trump, ganador, perdedor e ideología. Primero, para asegurar que los datos son adecuados para un análisis PCA, primero se ha aplicado un test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO en adelante), lo cual resulta en un valor de 0,526 y en la prueba de Bartlett un p-valor de <0,001. Con un valor KMO de más de 0,5 y un valor de Bartlett <0,001, los datos están adecuados para hacer el análisis factorial. Excluyendo las variables con una carga menos que 0,3, el análisis de componentes principales resulta en cinco factores con *eigenvalues* (autovalores) mayores que 1, cuáles se puede observar en la Tabla 4.

Tabla 4: Resultados del análisis PCA - CNN

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component				
	1	2	3	4	5
Combatividadataques	.839				
Citasdirectas	.751				
ViabilidadCrítica	.619				
Carreradecaballos		.918			
Menciónpornombre	.394	.838			
ExperienciaAcciones	.363	.498			-.358
Menciondegénero			.898		
PuedeganarfrenteTrump		.339	.848		
Perdedor				-.763	
Ganador	-.414			.685	
Ideologia					.906

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Fuente: Elaboración propia

Estos cinco factores explican el 74% de la varianza de la muestra. Los factores pueden ser agrupados en los siguientes categorías:

- 1) **Cobertura crítica:** incluye las variables de combatividad/ataques, citas directas y viabilidad crítica.
- 2) **Cobertura positiva:** incluye carrera de caballos, mención por nombres y experiencia y acciones.

- 3) **Viabilidad:** incluye mención de género y puede ganar frente a Trump
- 4) **Performance en los debates:** incluye perdedor/ganador
- 5) **Ideología:** Ideología.

#### 5.4 Análisis factorial en función de género:

Se ha guardado los componentes del análisis PCA como variables propias para poder sacar los estadísticos descriptivos en función del género. En la Tabla 5, se puede observar la distribución de los estadísticos descriptivos de los cinco componentes principales en función del género. Las candidatas femeninas tenían un promedio de **Cobertura negativa** (el primer componente) de 0,364, mientras que los candidatos masculinos tenían una correlación negativa con -0,185. Estos resultados significan que las candidatas tienden a recibir más cobertura negativa que los candidatos. En cuanto a **Cobertura positiva** (el segundo componente), vemos justo el contrario. Las candidatas tenían un promedio de -0,516 comparado con los candidatos con 0,262. En este caso, los candidatos tienden a recibir más cobertura positiva que las candidatas. Estos datos apoyan la hipótesis inicial de que los periodistas tienden a cuestionar la viabilidad positiva de las candidatas más que a los candidatos.

Tabla 5: Estadísticos descriptivos de los cinco componentes principales - CNN

		Descriptive Statistics					
Génerodelcandidato		N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
F	PC1_Negativa	31	-1.15446	2.86698	11.29900	.3644838	1.05318185
	PC2_Positiva	31	-1.03650	.24465	-16.00104	-.5161627	.32142474
	PC3_Viabilidad	31	-.61226	5.74776	11.90992	.3841911	1.55219878
	PC4_Performance	31	-2.05544	1.88505	3.39350	.1094677	.94927969
	PC5_Ideologia	31	-1.50342	2.83254	.25516	.0082311	.78151688
	Valid N (listwise)	31					
M	PC1_Negativa	61	-1.77830	2.97012	-11.29900	-.1852295	.92658000
	PC2_Positiva	61	-1.15794	5.36422	16.00104	.2623122	1.12133978
	PC3_Viabilidad	61	-.84884	1.73980	-11.90992	-.1952446	.44383432
	PC4_Performance	61	-2.20615	1.59638	-3.39350	-.0556311	1.02798978
	PC5_Ideologia	61	-2.09668	6.31128	-.25516	-.0041830	1.10055875
	Valid N (listwise)	61					

Fuente: Elaboración propia

En el caso de **Viabilidad** (el tercer componente), los resultados son de interés. La hipótesis inicial fue que a las candidatas se les iba a criticar su posibilidad de ganar frente a Trump, pero

los datos muestran que de hecho fue justo el contrario: las candidatas tienen una relación positiva (0,384) mientras que los candidatos tienen una relación negativa (-0,195).

Para entender estos resultados, hay que entender el contexto de la variable “puede ganar frente a Trump”. Los artículos de CNN cubrieron varios momentos en los cuales los moderadores se cuestionaban la posibilidad de que una mujer pudiera ganar frente a Trump. Por lo tanto, les obligaban a las candidatas a defenderse constantemente contra esta creencia. El género de las candidatas fue inextricablemente vinculado con su viabilidad como candidata, y como defensa, ambas Klobuchar y Warren, articulaban su género como una virtud en cuanto a su posibilidad de ganar frente a Trump. Al contrario, entre los candidatos el promedio de mención directa de género fue 0,00 y el género nunca fue mencionado en el caso de candidatos relacionado con su capacidad de ganar frente a Trump. Por lo tanto, las candidatas tienen una relación positiva y más alta con la variable “puede ganar frente a Trump”, comparado con los candidatos.

En cuanto a **Performance** (el cuarto componente), las candidatas tienen una relación positiva con 0,109, mientras que los candidatos tienen una relación negativa con -0,056. Estos resultados reflejan que es más común que las candidatas sean categorizadas como ganadoras que los candidatos, y que sean consideradas menos frecuentemente como perdedores que a los candidatos. Paradójicamente a pesar de ser criticadas más y de ser mencionadas menos frecuentemente, es bastante curioso que las candidatas son consideradas ganadoras de los debates más que los candidatos.

Finalmente, en cuanto a la **Ideología** (el quinto componente), las candidatas tienen una relación positiva con 0,008 y los candidatos una relación negativa con -0,004. Estos resultados significan que se mencionaron la ideología más en cuanto a las candidatas que los candidatos. La extremidad ideológica puede afectar la viabilidad de un candidato en las elecciones generales. Es decir, los y las candidatas percibidas como demasiado a la izquierda o a la derecha pueden tener dificultades para atraer a los votantes indecisos y a los independientes a la hora de las elecciones generales. Por lo tanto, es interesante que se ha mencionado la ideología más en relación a las candidatas que los candidatos. Aun así, los resultados no son muy concluyentes en este caso porque las mujeres tenían una mezcla de ideologías: Warren como más radical, mientras que a Klobuchar se consideraba moderada. Es posible que se mencionaron más en el caso de las

mujeres porque solo había dos candidatas “serias” y un factor distintivo entre ellas fue la ideología, mientras que hubo mucho más candidatos, todos moderados menos Sanders.

### 5.5 Descriptivos por género (Fox):

Como se puede observar en la Tabla 6, entre los artículos de Fox los políticos masculinos tenían un promedio de mención por nombre de 11,66 mientras que las candidatas tenían un promedio mucho más bajo de 9,00. Además, como vimos también en los datos de CNN, las candidatas tenían un promedio de la mención directa del género de 0,59, mientras los candidatos 0,2.

Tabla 6: Comparación de medias en función de género - Fox

	<b>Femeninas (N=27)</b>	<b>Masculinos (N=61)</b>	<b>Todos (N=88)</b>
<b>Mención por nombre</b>	9	11.38	10.65
<b>Ganador</b>	0.33	0.15	0.2
<b>Perdedor</b>	0.22	0.38	0.33
<b>Ideología</b>	0.37	0.34	0.35
<b>Experiencia y Acciones</b>	0.22	0.26	0.25
<b>Combatividad y Ataques</b>	2.15	1.07	1.4
<b>Mención de género</b>	0.59	0.02	0.19
<b>Citas Directas</b>	1.56	1.34	1.41
<b>Viabilidad Crítica</b>	0.96	0.84	0.88
<b>Carrera de Caballos</b>	0.63	1.67	1.35
<b>Puede Ganar Frente a Trump</b>	0.22	0.05	0.1

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados destacan la prevalencia del androcentrismo en la cobertura mediática, como señala la teoría feminista el masculino se considera como neutro, y al contrario, la femineidad siempre tiene que ser destacado (Bem, 1993). Además, fue interesante que igual a los datos de CNN, las candidatas tenían un promedio más alto de puede ganar frente a Trump: 0,22

comparado con 0.05 - casi 5 veces mayor. En la cobertura de los debates la mención de género aparecía mucho en el contexto de si fuera posible que ganara una mujer en la elección presidencial:

*"En la primera hora, a los candidatos se les preguntó de todo, desde sus opiniones sobre Irán y la retirada de militares del Medio Oriente, hasta comercio, armas nucleares y si una mujer puede ser elegida como presidenta." Zaino, J. (Fox News, 2020, January 15).*

Por lo tanto, en el caso de Fox, también había mucha cobertura de estos momentos tensos, en los cuales las candidatas tenían que defenderse como mujeres candidatas viables para ganar frente a Trump. En cuanto a la cobertura de combatividad y ataques, las candidatas tenían un promedio de casi el doble de los candidatos: 2,15 comparado con 1,10. Estos datos destacan la tendencia de percibir el liderazgo femenino como "agresión" (Tohidian, 2021). En el caso de la viabilidad crítica, las candidatas también tenían un promedio más alto que los candidatos: 0,96 comparado con 0,80. Otra diferencia notable fue la cobertura de carrera de caballos entre los candidatos, quienes tenían un promedio casi tres veces mayor que las candidatas: 1.73 comparado con 0,63.

Los resultados respecto a las categorías ganador y perdedor en el debate son destacables. Las candidatas tenían un promedio de ganador casi el doble de los candidatos: 0,33 comparado con 0,15. Las candidatas también tenían un promedio más bajo de perdedor: 0,22 comparado con 0,36. Es interesante que los periodistas nombraron a las candidatas ganadores más que los candidatos, a pesar de que por lo general las candidatas recibieron una cobertura más negativa. También por esta línea, las candidatas tenían un promedio más alto de citas directas, comparado con los candidatos: 1,56 y 1,39.

Acerca de la ideología, los promedios salieron casi iguales con respecto al género: 0,36 entre los candidatos y 0,37 entre las candidatas. En cuanto a la experiencia, las candidatas tenían un promedio un poco más bajo 0,22 comparado con los candidatos 0,27, pero la diferencia es pequeña. Por último, en cuanto a las citas directas, las candidatas tenían un promedio un poco más alto (1,56) comparado con los hombres (1,39).

### 5.6 Descriptivos por político (Fox)

Los políticos con el promedio más alto de mención por nombre eran Sanders (17,75), Bloomberg (17,38) y Warren (12,67). Se ha de subrayar que Biden no aparece en los primeros

tres, pero si es el cuarto político con más menciones por nombre (11,92). La cobertura de Fox se enfocaba bastante en los dos políticos más progresistas: Sanders y Warren, probablemente porque presentaron el “riesgo” más grande a las ideas del Partido Republicano y por lo tanto eran los targets principales de la crítica. Además, Fox se enfocó mucho en la candidatura de Bloomberg, quien también era un target fácil para la crítica, ya que su candidatura poco tradicional y su performance débil en los debates hizo que fuera una persona muy fácil de criticar.

En cuanto a menciones directas del género, de nuevo los datos muestran que a los candidatos casi no mencionan al género, pero en cuanto a las candidatas, fue bastante común. Entre las políticas, Klobuchar 0,42 y Warren 0,92 tenían los promedios más altos. Es bastante interesante que Buttigieg fue el único candidato que tenía un promedio más que 0 en mención de género (0,08). Buttigieg es el único candidato que es abiertamente homosexual, y las referencias a su género suelen ser vinculadas con este hecho. Vinculado con la mención de género, en cuanto a las referencias de quién puede ganar frente a Trump, las candidatas tenían las cifras más altas. Entre ellas estaban Warren y Klobuchar, las dos con un promedio de 0,25.

Es destacable que uno de los elementos más criticados de Warren era su ideología - que era demasiada “progresista” y por lo tanto era una candidata polémica que no iba poder unir a los Demócratas frente a Trump. Por lo tanto su candidatura se consideraba como “arriesgada”. Al contrario, en el caso de Sanders, el otro candidato “progresista”, él tenía un promedio de puede ganar frente a Trump de 0. Es decir, que en su caso no tenía la necesidad de defenderse constantemente contra la idea de que no pudiera unir las Demócratas, pero en cuanto a Warren, si fue un factor central al cuestionamiento de su viabilidad. Este patrón se refleja también en la mención de ideología: Sanders tenía un promedio mucho más alto de ideología comparado con Warren: 1,17 comparado con 0,25. Aunque la ideología de Sanders fue un punto central de la cobertura mediática, no le perjudicaba tanto como a Warren.

*“Sanders sigue siendo el líder del ala progresista del Partido Demócrata: un formidable recaudador de fondos con un gran número de seguidores que probablemente le será de gran utilidad en Iowa y más allá.” (Fox, January 15, 2020)*

En cuanto a la cobertura de viabilidad crítica, Bloomberg tenía el promedio más alto con 1,63, y después Warren y Buttigieg en un empate con 1,08. Bloomberg era un target principal para Fox

porque su candidatura fue poco tradicional y solía tener malas performances en los debates. Nunca fue nombrado un ganador en los debates y como perdedor tenía un promedio de 0,38. En el caso de Warren como hemos visto, la gran crítica frente a ella era el cuestionamiento si una mujer podría ganar frente a Trump, y luego, si su ideología progresista le iba perjudicar a la hora de unir el partido. Finalmente, Buttigieg recibió mucha crítica sobre su falta de experiencia, porque era muy joven y no tenía mucha experiencia en la política. De hecho, él tenía el promedio más alto de perdedor en los artículos de Fox (0,58).

En cuanto a la experiencia, Biden tenía el promedio más alto (0,75), después Klobuchar con 0,42 y finalmente Bloomberg y Buttigieg con 0,25. Booker, Gabbard, Harris y Yang todos tenían un promedio de 0. En el caso de Fox, no vemos tanto sesgo sexista en cuanto a la cobertura de la experiencia. Sin embargo, es interesante que Warren y Sanders tenían un promedio muy bajo: 0,08 en ambos casos. De nuevo, vemos que los artículos de Fox menosprecian las contribuciones (y cualificaciones) de los dos candidatos más progresistas.

En cuanto a la cobertura de combatividad/ataques, las candidatas tenían un promedio mucho más alto que a los candidatos. Los más altos eran Warren 3,33, Gabbard 3,00, y Harris 2,00. El político con el promedio más alto era Buttigieg con 1,75 - un promedio casi tres veces menor que a las políticas. Por otro lado, en la cobertura de la carrera de caballos, los candidatos tenían un promedio mucho más alto que las candidatas. Entre los más altos estaban Sanders con un promedio de 3,17, después Buttigieg con 1,83 y por último Biden con 1,58. Ninguna de las candidatas tenían un promedio más que 1. La más alta era Warren con 0,83 y después Klobuchar con 0,58, mientras Gabbard y Harris se mantenían en 0. Bastante parecido a lo que vimos en CNN, aunque Warren y Klobuchar salían igual o a veces mejor que Buttigieg, los periodistas las mencionaron mucho menos.

Con respecto a la ideología, el dato más destacable es que Sanders tuvo el promedio más alto con 1,17, mientras todos los otros candidatos y candidatas tenían un promedio menos que uno (salvo Gabbard que tuvo un promedio de 1, pero la muestra era muy pequeña: N=1). Es probable que Sanders tuvo el promedio más alto porque se considera el candidato más a las izquierdas, y por lo tanto, se presenta como el riesgo más alto al Partido Republicano. Aunque Warren también se considera progresista, no tuvo el mismo éxito en las encuestas y en las primeras votaciones como Sanders y por lo tanto no se veía como un riesgo tan grande.

## 5.7 Análisis factorial - Análisis de componentes principales (Fox)

Se ha aplicado un test de análisis factorial (de componentes principales) con los datos de los artículos de Fox, incluyendo las siguientes variables: mención por nombre, citas directas, viabilidad crítica, carrera de caballos, experiencia/acciones, mención de género, puede ganar frente a Trump, ganador, perdedor e ideología. Primero, para asegurar que los datos están adecuados para un análisis PCA, se ha aplicado un test de Kaiser-Meyer-Olkin, lo cual resulta en un valor de 0,476 y en la prueba de Bartlett un p-valor de <0,001.

En este caso, el valor KMO sale menos que 0,5 y por lo tanto, se considera bajo. Es probable que el valor KMO salió bajo porque algunas variables están codificadas como 0/1 mientras otras están de escala (valores numéricos que representan el número de veces que ocurre en el texto). Por lo tanto, la falta de homogeneidad de los datos ha afectado la prueba de KMO. Sin embargo, la prueba de esfericidad de Bartlett es significativa (<0,001) y por lo tanto indica que el análisis factorial es aplicable. Excluyendo las variables con una carga menos que 0,3, el análisis de componentes principales resulta en cuatro factores con *eigenvalues* (autovalores) mayores que 1, los cuales se puede observar en la Tabla 7.

Tabla 7: Resultados del análisis PCA - Fox

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component			
	1	2	3	4
Citasdirectas	.920			
Combatividadataques	.776			
Menciónpornombre	.758	.493		
ExperienciaAcciones	.531			
Carreradecaballos		.850		
Ideologia		.683		
PuedeganaenfrenteTrump			.808	
Menciondegénero			.711	
Ganador		.413	.462	-.371
ViabilidadCrítica				.809
Perdedor	-.426			.610

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 6 iterations.

Fuente: Elaboración propia

Estos cuatro factores explican el 65% de la varianza de la muestra. Los factores pueden ser agrupados en los siguientes categorías:

- 1) **Performance en el Debate:** lo cual incluye citas directas, combatividad/ataques, mención por nombre y experiencia/acciones.
- 2) **Cobertura de Carrera de Caballos:** lo cual incluye carrera de caballos e ideología.
- 3) **Viabilidad:** lo cual incluye las variables puede ganar frente a Trump, mención de género y ganador.
- 4) **Valoración crítica:** lo cual incluye ganador, viabilidad crítica y perdedor. Ojo: La variable “ganador” que está incluido en este factor tiene una relación negativa, lo cual significa que tiene una relación inversa con viabilidad crítica y perdedor.

### 5.8 Análisis Factorial en Función de Género (Fox)

Por último, se ha guardado los resultados del análisis factorial como variables propias para poder analizar los resultados del análisis en función del género. Se ha calculado los estadísticos descriptivos para los cuatro componentes, los cuales puedes observar en la Tabla 8.

Tabla 8: Estadísticos descriptivos de los cinco componentes principales - Fox

		<b>Descriptive Statistics</b>				
Génerodelcandidato		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
F	PCA_1_Performance	27	-.98768	2.18671	.0700170	.88717627
	PCA_2_Caballos	27	-1.10603	1.17998	-.2448157	.65254875
	PCA_3_Viabilidad	27	-1.10048	3.99138	.6404194	1.34588990
	PCA_4_Critica	27	-1.51745	2.32293	.0382029	.90953392
	Valid N (listwise)	27				
M	PCA_1_Performance	61	-1.10318	3.85872	-.0309911	1.05154587
	PCA_2_Caballos	61	-1.02408	3.68875	.1083611	1.10750603
	PCA_3_Viabilidad	61	-.90250	2.30926	-.2834643	.63150501
	PCA_4_Critica	61	-1.64792	3.51038	-.0169095	1.04430680
	Valid N (listwise)	61				

Fuente: Elaboración propia

Las candidatas femeninas tenían una relación positiva con **Performance en el debate** (el primer factor), 0,07 mientras que los candidatos tenían una relación negativa -0,03. Esto quiere decir

que fue más común que los periodistas mencionaban datos de la performance en los debates en el caso de las candidatas comparado con el caso de los candidatos. Por otro lado, en cuanto a la **Cobertura de carrera de caballos** (el segundo factor), las candidatas tenían una relación negativa -0,245, mientras que los candidatos tenían una relación positiva: 0,108. Estos resultados muestran que los candidatos tienden a recibir (y beneficiarse) más cobertura de caballos, mientras que las candidatas menos. Este hecho es parecido a los datos de CNN sobre el factor “cobertura positiva” en lo cual vimos que los candidatos tuvieron mayor probabilidad de recibir cobertura positiva que las candidatas (carrera de caballos).

Es destacable que la cobertura de las candidatas se enfoca más en su performance en los debates, mientras que la cobertura de los candidatos se enfoca más en la carrera de caballos. Estos resultados destacan una diferencia importante en la cobertura en función de género: que los candidatos se benefician más de la cobertura de carrera de caballos, mientras que las candidatas suelen ser escrutadas por cada detalle de su performance. Además, aun si las candidatas tienen una buena performance, no suele traducirse en beneficios o ventajas en las encuestas y la opinión pública, como ha ocurrido en el caso de Klobuchar: "Una y otra vez, Klobuchar realiza sólidas actuaciones en los debates y termina con poco que mostrar en términos de votos y encuestas" (CNN, 7 febrero de 2020). Aunque Klobuchar y Warren eran consideradas de las mejores oradoras, con buenos performances en los debates, estas actuaciones no fueron suficientes como para cambiar la carrera de caballos.

Con respecto a la **Viabilidad** (tercer factor), los resultados también son bastante parecidos a los datos de CNN. En este caso, las candidatas tenían una relación positiva con 0,640, mientras que los candidatos tenían una relación negativa -0,283. De igual manera, como vimos en los artículos de CNN, la cobertura mediática sobre la viabilidad fue vinculada con el género. A las candidatas los moderadores les preguntaban constantemente sobre su capacidad de ser presidenta, y por lo tanto, ellas fueran obligadas a defenderse frente a estas dudas. Por otro lado, los candidatos nunca fueron preguntados si su género les iba prohibir a ser presidente. El caso más claro de esta división es entre Sanders y Warren. Ambos candidatos fueron considerados progresistas y por lo tanto les cuestionaba su posibilidad de unir el partido. Pero en el caso de Warren, ella sufrió de un doble golpe: no solamente le criticaba si fuera posible ganar por su ideología, pero además, la

preguntaba si podría ganar por el hecho de ser mujer. Este ataque a doble fuerza le perjudicó tanto a Warren, que nunca pudo alcanzar el nivel de apoyo popular como a Sanders.

Finalmente, en cuanto a **Valoración crítica** (el cuarto factor), las candidatas tenían una relación positiva con 0,038, mientras que los candidatos tenían una relación negativa con -0,017. Estos datos reflejan que fue más probable que los periodistas percibieran a las candidatas como perdedoras y poco viables comparado con los candidatos. Además, significa que las candidatas fueron nombradas como ganadoras con menor frecuencia que a los candidatos. De nuevo, la relación de esta variable con el género refleja que la cobertura mediática ha sido más crítica en cuanto a las candidatas que a los candidatos.

## 6. CONCLUSIONES

### 6.1 Resumen del trabajo y los resultados

El objetivo de este trabajo era analizar si los medios tratan de manera distinta a los candidatos masculinos y las candidatas femeninas en su cobertura de los debates electorales de la Primaria Demócrata del 2020. En concreto, se pretendía explorar cómo la cobertura mediática construye la viabilidad de las candidaturas y si difiere en función del género. Se han analizado datos de ambos CNN y Fox desde el quinto debate hasta el décimo en función de 12 categorías: mención por nombre, citas directas, viabilidad crítica, carrera de caballos, experiencia/acciones, mención de género, puede ganar frente a Trump, ganador, perdedor, ideología y adjetivos claves.

El trabajo plantea cinco hipótesis principales. La primera postulaba que los medios hacen mención de comportamiento combativo/ataques más en cuanto a las candidatas que a los candidatos. En ambos casos de CNN y Fox esta hipótesis fue aprobada. En cuanto a CNN los descriptivos mostraron que las candidatas tenían un promedio de la cobertura de comportamiento combativo mucho más alto que los candidatos. Además, en el análisis factorial, las candidatas femeninas tenían un promedio de cobertura negativa (el primer componente) más alto que los candidatos, lo cual incluía la variable de combatividad.

En cuanto a los descriptivos de Fox, las candidatas tenían un promedio de cobertura de combatividad y ataques casi el doble de los candidatos. Por tanto, los resultados del análisis mostraron que las candidatas femeninas tenían una relación positiva con Performance en el Debate (el primer factor), mientras que los candidatos tenían una relación negativa. En este caso, los datos mostraron que fue más común que los periodistas mencionaran datos de la performance en los debates en el caso de las candidatas comparado con el caso de los candidatos (incluyendo al comportamiento combativo).

Estos datos destacan la tendencia de los medios a criticar más a las candidatas que los candidatos y de representar el liderazgo femenino como “agresión” (Tohidian, et al. 2021). Además, demuestra la tendencia de los medios a despolitizar las candidatas a través de un enfoque en su personalidad y otros rasgos apolíticos (Collins, 2011). Estos hallazgos representan contribuciones importantes al estudio del *framing* porque implican que la cobertura mediática y el encuadre difieren en función del género. Además, ayuda a identificar los marcos estereotipados de las mujeres que las perjudican y obstaculizan el alcance de puestos de poder. Para poder combatir y corregir estos marcos, primero hay que entender cómo aparecen y, con ello, aumentar la consciencia y desarrollar prácticas mediáticas alternativas.

La segunda hipótesis planteaba que los medios cuestionan la viabilidad de las candidatas más que a los candidatos. Los resultados mostraron que esta hipótesis también fue probada, y además que está vinculada con la tercera hipótesis: que los medios plantean que los candidatos tienen mejor oportunidad de ganar frente a Trump que a las candidatas. Los datos de CNN y Fox expusieron que la mención de género está correlacionada con la variable puede ganar frente a Trump y que los medios se consideraron las candidatas menos capaces de ganar frente a Trump comparado con los candidatos. En los descriptivos de CNN, las candidatas tenían un promedio mucho más alto de la viabilidad crítica que los candidatos. Por tanto, en el análisis factorial, los resultados mostraron que fue más común que cuestionaron la posibilidad de ganar frente a Trump entre las candidatas que los candidatos. En los descriptivos de Fox, las candidatas también tenían un promedio más alto que los candidatos de la viabilidad crítica. Además, el análisis factorial mostró que se consideraron a las candidatas menos capaces de ganar frente a Trump que los candidatos.

Al analizar el texto de los artículos, tanto de CNN como de Fox, fue evidente que los medios cuestionaron la viabilidad frente a Trump en función del género. En la cobertura mediática, ser mujer es pensado como una “desventaja” y un “riesgo” para ganar la frente a Trump, lo cual les obligaba a las candidatas defenderse contra estas ideas. Al contrario, a los candidatos nunca les hicieron la pregunta respecto a si su género iba a obstaculizar su posibilidad de ganar. Estos datos demuestran la prevalencia del androcentrismo en el periodismo y la política: la idea que el masculino es lo “normal” o lo “neutral” mientras la mujer o la feminidad representa una desviación. Desafortunadamente, los medios siguen perpetuando este marco estereotipado que perjudica a las mujeres y desventaja sus candidaturas. Por lo tanto, ilumina la necesidad de romper con estos marcos estereotipados y poner en cuestión la supuesta neutralidad de lo masculino en la esfera pública.

La quinta hipótesis plantea que los medios caracterizan a los candidatos como los “ganadores” de los debates de manera más frecuente que a las candidatas. Los resultados del análisis son inconclusos en relación a esta hipótesis. En los descriptivos de CNN solo había diferencias pequeñas en los promedios de ganador/perdedor en función de género. Pero en el análisis factorial, los resultados mostraron que es más común que las candidatas sean categorizadas como ganadoras de los debates que los candidatos, y que sean consideradas menos frecuentemente como perdedores que a los candidatos. Resulta de interés que los periodistas percibieran a las candidatas ganadoras más que los candidatos, a pesar de que por lo general las candidatas recibieron cobertura más negativa.

Por otro lado, en los descriptivos de Fox, las candidatas tenían un promedio de ganador casi el doble de los candidatos y las candidatas tenían un promedio más bajo de perdedor. Pero en cuanto al análisis factorial, ganador/perdedor estaba correlacionado con el cuarto componente Valoración crítica. En este factor, las candidatas tenían una relación positiva con 0,038, mientras que los candidatos tenían una relación negativa con -0,017. Estos datos reflejan que fue más probable que los periodistas percibieran a las candidatas como perdedoras y poco viables comparado con los candidatos.

Aunque las variables ganador y perdedor no tuvieron un patrón tan claro en función del género, si hubo una diferencia significativa en la cobertura de carrera de caballos y también en mención por nombre, los cuales sí mostraron la tendencia de enfocar la cobertura mediática más en los

candidatos, y en su viabilidad que las candidatas. Este hallazgo contribuye a la tendencia de los medios a primar a los candidatos y ayudar a formar un marco de éxito, mientras que suele ser al contrario en cuanto a las candidatas.

Finalmente, la última hipótesis postulaba que los artículos de Fox eran más negativos hacia las mujeres que los de CNN. En este caso, los resultados tampoco fueron concluyentes. De hecho, en muchos casos, la cobertura de Fox era más favorable a las mujeres que la de CNN. En los artículos de Fox las candidatas tuvieron un promedio más alto en cuanto a la mención por nombre que en los artículos de CNN. También en los artículos de Fox, el promedio de ganador y cobertura de carrera de caballos fue más alto que en los artículos de CNN. Por otro lado, los artículos de CNN mencionaron la experiencia de las mujeres más que los artículos de Fox. En cuanto a viabilidad y poder ganar frente a Trump los resultados fueron bastante parecidos. La falta de conclusiones respecto a esta hipótesis destaca que medios de ambos signos ideológicos tienden a desfavorecer a las candidatas y que hay una necesidad de transformar los marcos mediáticos en cuanto a la cobertura de las candidatas.

## 6.2 Límites a la investigación y futuras líneas de estudio

El límite principal de este trabajo es el tamaño de la muestra. Por el hecho de que la selección de la muestra se llevara a cabo de forma manual, sin alguna herramienta de Procesamiento del Lenguaje Natural (adelante NLP), la muestra se tenía que mantener relativamente pequeña. La muestra está limitada en tres áreas principales: 1) fuentes, 2) formatos y 3) periodo de tiempo. En futuros trabajos, falta analizar la cobertura de otros medios principales y en distintos formatos, como prensa, radio, TV, etc. Además, sería importante abrir el periodo de tiempo para incluir todos los debates en la muestra, o todo el ciclo electoral, no solo de la cobertura de los debates para tener una muestra más amplia y completa. Finalmente, sería interesante hacer el trabajo con un programa de NLP. Para poder analizar una muestra más grande y comprensiva, el uso de una herramienta de NLP podría mejorar la cantidad y la calidad de los datos.

Por otro lado, la investigación también fue limitada por la heterogeneidad de las variables. En ambos casos de Fox y CNN los valores del KMO, resultaron relativamente bajos: 0,476 en el caso de Fox y 0,526 en el caso de CNN. Para usar el análisis factorial, es preferible tener un valor de KMO más que 0,5 (Hair et al, 2014). Solo se logró en el caso de CNN. Es probable que

el valor KMO salió bajo porque algunas variables están codificados como 0/1 mientras otras están de escala (valores numéricos que representan el número de veces que ocurre en el texto). Aunque aún se pudo aplicar el análisis factorial (porque los valores de Bartlett's Test salieron significativos), sería preciso en futuros estudios homologar las variables para hacer el resultado más preciso.

### 6.3 Conclusiones finales

Como conclusión global, los resultados de este trabajo muestran que la cobertura mediática difiere en función del género. Todavía hay una tendencia por parte de los medios de despolitizar las mujeres, considerarlas menos capaces y cuestionar su viabilidad. Estos hallazgos son bastante importantes para el campo de la comunicación política porque influyen en los estudios de *agenda setting* y *framing*. Los estudios sobre *framing* destacan que los medios tienen el poder de dar énfasis en ciertos rasgos y atributos para crear una perspectiva concreta sobre un tema y establecer cierta hegemonía sobre el discurso que influye en la opinión pública. Si los medios siguen representando mujeres como poco viables y menos capaces del liderazgo, continuará obstaculizando su alcance de puestos de poder.

Sin duda, la percepción de las candidatas como menos viables tuvo un papel significativo en el discurso mediático, y en la opinión pública durante la elección primaria del 2019/2020. A las candidatas mujeres, los medios constantemente criticaron su viabilidad, destacaron comportamiento agresivo, y cuestionaron su posibilidad de ganar frente a Trump. Estas tendencias pueden influir de manera negativa en la opinión pública y en indicadores importantes como encuestas y financiación de campañas. De esta forma, el discurso sobre la viabilidad femenina construye un marco que disminuye la posibilidad de ganar elecciones y perjudica la representación femenina en la política. Este hecho es la gran justificación de este trabajo, y el imperativo para seguir estudiando las agendas de género dentro de la comunicación política.

Como consideración final, para aumentar el liderazgo femenino es imprescindible transformar las prácticas tradicionales de comunicación política como la cobertura de la carrera de caballos, la construcción de viabilidad y otras técnicas que suelen favorecer a los candidatos masculinos. Hay que dedicar más recursos para entender cómo los medios construyen los marcos de viabilidad y cómo están vinculados con el género para poder disminuir el sexismo mediático. Se

recomienda futuros estudios en la practica de periodismo feminista, y en la comunicacion politica electoral inclusiva.

## 7. BIBLIOGRAFIA

Astor, M. (2024, February 1). A Beginner's Guide to Super Tuesday. *The New York Times*.

<https://www.nytimes.com/2024/02/01/us/politics/super-tuesday-when-states.html>

Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). *Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment*. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 611–639. doi:10.1146/annurev.soc.26.1.

Benoit, W. L. (2010). Content Analysis in Political Communication. In *Sourcebook for Political Communication Research: Methods, Measures, and Analytical Techniques*. Taylor & Francis.

Benoit, W. L., & Hansen, G. J. (2001). Presidential debate questions and the public agenda.

*Communication Quarterly*, 49(2), 130–141. <https://doi.org/10.1080/01463370109385621>

Bem, S. L. (1993). *The lenses of gender: Transforming the debate on sexual inequality*. Yale University Press.

Bernard Cecil Cohen. (1963). *Press and foreign policy*. Princeton University

Bitzer, L., & Rueter, T. Carter vs Ford: The Counterfeit Debates of 1976. Pp. xii, 429. Madison:

University of Wisconsin Press, 1980. <https://doi.org/10.1177/000271628145600137>

Center for American Women and Politics (s.f.) Women Presidential and Vice Presidential Candidates: A Selected Lis.

<https://cawp.rutgers.edu/facts/levels-office/federal-executive/women-presidential-and-vice-presidential-candidates-selected>

CNN. (2019, November 20). Democratic debate: 10 presidential hopefuls clash in Atlanta. CNN.

<https://edition.cnn.com/2019/11/20/politics/november-democratic-debate/index.html>

CNN. (2020, January 13). Sanders denied characterization of 2020 meeting with Warren as sexist. CNN.

<https://edition.cnn.com/2020/01/13/politics/bernie-sanders-elizabeth-warren-meeting/index.html>

CNN. (2020, February 7). Who won the New Hampshire Democratic debate? CNN.

<https://edition.cnn.com/2020/02/07/politics/who-won-the-debate/index.html>

CNN. (2020, February 19). Democratic debate in Nevada: Live updates. CNN.

<https://edition.cnn.com/2020/02/19/politics/2020-primary-debate-las-vegas/index.html>

Collins, R. L. (2011). Content Analysis of Gender Roles in Media: Where Are We Now and

Where Should We Go? *Sex Roles*, 64(3-4), 290–298. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9929-5>

Diana C. Mutz (1995). *Effects of Horse-Race Coverage on Campaign Coffers: Strategic Contributing in Presidential Primaries*. *The Journal of Politics*, 57(4), 1015–1042.

doi:10.2307/2960400

Denton, R. E., & Woodward, G. C. (1998). *Political communication in America*. Peager.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Falk, E. (2010). *Women for president : media bias in nine campaigns*. University of Illinois Press.

Gauthier, G. (1998). *El análisis de contenido de los debates políticos televisados*. 394–411.

*Gender, Politics and Institutions : Towards a Feminist Institutionalism*, edited by M. Krook, and

F. Mackay, Palgrave Macmillan UK, 2010. *ProQuest Ebook Central*,

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/universidadcomplutense-ebooks/detail.action?docID=6656>

[80](#).

Grieco, E. (2020, April 1). *Americans' main sources for political news vary by party and age*. Pew Research Center.

<https://www.pewresearch.org/short-reads/2020/04/01/americans-main-sources-for-political-news-vary-by-party-and-age/>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.

Hardy, C., Phillips, N., & Harley, B. (2004). Discourse analysis and content analysis: Two solitudes? *Qualitative & Multi-Method Research*, 2(1), 19–22.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.998649>

Jolliffe, I. T., y Cadima, J. (2016). Principal component analysis: A review and recent developments. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 374(2065), 20150202. <https://doi.org/10.1098/rsta.2015.0202>

Jurkowitz, M., Mitchell, A., Shearer, E., & Walker, M. (2020, January 24). *1. Democrats report much higher levels of trust in a number of news sources than Republicans*. Pew Research Center's Journalism Project.

<https://www.pewresearch.org/journalism/2020/01/24/democrats-report-much-higher-levels-of-trust-in-a-number-of-news-sources-than-republicans/>

Kahn, K. F. (1994). Does Gender Make a Difference? An Experimental Examination of Sex Stereotypes and Press Patterns in Statewide Campaigns. *American Journal of Political Science*, 38(1), 162. <https://doi.org/10.2307/2111340>

Lauren A. Richardson; (2020). *Choosing a Candidate: Traits, Issues, and Electability*. *American Behavioral Scientist*, (), -. doi:10.1177/0002764220978458

Lawrence, R. (2017). *Media Coverage of Women Candidates*.

<https://www.politicalparity.org/wp-content/uploads/2017/10/Parity-Research-Women-Media.pdf>

Majid, A. (2023, February 24). *Top 50 news sites in the US in January: CBS News*

*fastest-growing site, Sun enters top 20*. Press Gazette.

[https://pressgazette.co.uk/media-audience-and-business-data/media\\_metrics/most-popular-websites-news-us-monthly-3/](https://pressgazette.co.uk/media-audience-and-business-data/media_metrics/most-popular-websites-news-us-monthly-3/)

McCombs, M., & Shaw, D. (2017). The agenda-setting function of mass media. *The Agenda Setting Journal*, 1(2), 105–116. <https://doi.org/10.1075/asj.1.2.02mcc>

Merica, D., & Reston, M. (2019, November 21). November Democratic debate highlights. CNN.

Retrieved from

<https://edition.cnn.com/2019/11/21/politics/november-democratic-debate-highlights/index.html>

Monmouth University Polling Institute. (2019, September 24). New Hampshire: Biden holds his ground, as Warren, Buttigieg gain. Monmouth University. Retrieved May 29, 2024, from

[https://www.monmouth.edu/polling-institute/reports/monmouthpoll\\_nh\\_092419/](https://www.monmouth.edu/polling-institute/reports/monmouthpoll_nh_092419/)

Nancy Green Saraisky. (2016). Analyzing Public Discourse: Using Media Content Analysis to Understand the Policy Process. *Current Issues in Comparative Education*, 18(1), 26–41.

News, N. B. C. (n.d.). *Read the full text from the fifth Democratic debate*. NBC News.

<https://www.nbcnews.com/politics/2020-election/read-democratic-debate-transcript-november-20-2019-n1088186>

Norris, P., & Shorenstein, J. (1997). *Women, media, and politics*. Oxford University Press.

Peacock, C., Dugger, H., Fanelli, J. K., Harris, A. J., McLelland, J. B., & Richardson, L. A.

(2021). Choosing a Candidate: Traits, Issues, and Electability. *American Behavioral Scientist*, 65(3), 540-557. <https://doi.org/10.1177/0002764220978458>

Rubio Ferreres, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la “agenda setting.” *Gazeta de Antropología*. <https://doi.org/10.30827/digibug.6843>

Stepp, C. S. (1987). The role of journalists' questions in campaign forums. *Political Communication and Persuasion*, 4, 279-288.

Thomson Reuters. (2020, February 25). Topline Reuters 2020 Election Tracker. Thomson Reuters. <https://fingfx.thomsonreuters.com/gfx/mkt/13/2507/2475/Topline%20Reuters%202020%20Election%20Tracker%2002%2025%202020.pdf>

Tohidian, I., Darabi, M., & Zarei, A. (2021). Evaluation of university faculty members based on the SERVQUAL model and its impact on organizational effectiveness. *Kybernetes*, 50(7), 1937-1954. <https://doi.org/10.1108/K-04-2021-0283>

U.S. Senate: *The First Televised Presidential Debate*. (n.d.). [www.senate.gov](http://www.senate.gov). [https://www.senate.gov/artandhistory/history/minute/The\\_First\\_Televised\\_Presidential\\_Debate.htm#:~:text=Instead%2C%20on%20November%204%2C%201956](https://www.senate.gov/artandhistory/history/minute/The_First_Televised_Presidential_Debate.htm#:~:text=Instead%2C%20on%20November%204%2C%201956)

(2019). Ballotpedia.org. [https://ballotpedia.org/Democratic\\_presidential\\_primary\\_debates\\_2020](https://ballotpedia.org/Democratic_presidential_primary_debates_2020)

Van Acker, E. (2003). Media Representations of Women Politicians in Australia and New Zealand: High Expectations, Hostility or Stardom. *Policy and Society*, 22(1), 116–136. [https://doi.org/10.1016/s1449-4035\(03\)70016-2](https://doi.org/10.1016/s1449-4035(03)70016-2)

Van der Pas, D. J., & Aaldering, L. (2020). Gender Differences in Political Media Coverage: A Meta-Analysis. *Journal of Communication*, 70(1), 114–143. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz046>

Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2009). *The handbook of journalism studies*. New York [U.A.] Routledge.

*Women Presidential and Vice Presidential Candidates: A Selected List.* (n.d.). Cawp.rutgers.edu.  
<https://cawp.rutgers.edu/facts/levels-office/federal-executive/women-presidential-and-vice-presidential-candidates-selected>

Yawn, M., Ellsworth, K., Beatty, B., & Kahn, K. F. (1998). How a Presidential Primary Debate Changed Attitudes of Audience Members. *Political Behavior*, 20(2), 155–181.

<https://www.jstor.org/stable/586580>

Zaino, J. (2020, January 15). Iowa Democratic debate winners and losers. \*Fox News\*.

<https://www.foxnews.com/opinion/jeanne-zaino-iowa-democratic-debate-winners-and-losers>

## 8. ANEXOS

Tabla 9: Estadísticos descriptivos en función de género (CNN)

	<b>F (N=31)</b>	<b>M (N=61)</b>	<b>Todos (N=92)</b>
<b>Mención por nombre</b>	7.55	10.69	9.63
Mínimo	2	0	0
Máximo	20	44	44
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	4.73	9.2	8.09
<b>Ganador</b>	0.19	0.23	0.22
Mínimo	0	0	0
Máximo	1	1	1
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	0.4	0.42	0.41
<b>Perdedor</b>	0.1	0.15	0.13
Mínimo	0	0	0
Máximo	1	1	1
Frecuencia	31	61	92

Desviación Estándar	0.3	0.36	0.34
<b>Ideología</b>	0.52	0.61	0.58
Mínimo	0	0	0
Máximo	5	10	10
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	1.09	1.48	1.35
<b>Experiencia y Acciones</b>	0.45	0.56	0.52
Mínimo	0	0	0
Máximo	3	5	5
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	0.89	1.03	0.98
<b>Combatividad y Ataques</b>	2.13	1.2	1.51
Mínimo	0	0	0
Máximo	7	7	7
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	2.03	1.42	1.7
<b>Mención de género</b>	0.61	0	0.21
Mínimo	0	0	0
Máximo	4	0	4
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	1.09	0	0.69
<b>Citas Directas</b>	2.1	1.89	1.96
Mínimo	0	0	0
Máximo	9	10	10
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	2.21	2.23	2.21
<b>Viabilidad Crítica</b>	1	0.54	0.7
Mínimo	0	0	0
Máximo	4	5	5
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	1.06	0.99	1.03
<b>Carrera de Caballos</b>	0.35	1.57	1.16
Mínimo	0	0	0

Máximo	2	14	14
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	0.66	2.25	1.96
<b>Puede Ganar Frente a Trump</b>	0.16	0.13	0.14
Mínimo	0	0	0
Máximo	2	2	2
Frecuencia	31	61	92
Desviación Estándar	0.52	0.39	0.43

Tabla 10: Estadísticos descriptivos agrupados por político (CNN)

Descriptive Statistics							
Político	Variable	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Biden	Mención por nombre	14	3	23	133	9.50	6.248
	Ganador	14	0	1	3	.21	.426
	Perdedor	14	0	1	2	.14	.363
	Ideología	14	0	1	3	.21	.426
	Experiencia Acciones	14	0	3	15	1.07	1.141
	Combatividad ataques	14	0	5	21	1.50	1.225
	Mención de género	14	0	0	0	.00	.000
	Citas Directas	14	0	7	27	1.93	2.269
	Viabilidad Crítica	14	0	2	4	.29	.611
	Carrera De Caballos	14	0	5	17	1.21	1.528
	Puede ganar frente Trump	14	0	0	0	.00	.000
	Valid N (listwise)	14					
Bloomberg	Mención por nombre	6	4	40	108	18.00	14.156
	Ganador	6	0	1	1	.17	.408
	Perdedor	6	0	1	2	.33	.516
	Ideología	6	0	4	8	1.33	1.506
	Experiencia Acciones	6	0	3	3	.50	1.225
	Combatividad ataques	6	0	2	4	.67	1.033
	Mención Género	6	0	0	0	.00	.000
	Citas Directas	6	0	7	12	2.00	2.608
	Viabilidad Crítica	6	0	1	2	.33	.516
	Carrera De Caballos	6	0	6	13	2.17	2.317
	Puede ganar frente Trump	6	0	2	2	.33	.816
	Valid N (listwise)	6					

Booker	Menciónpornombre	2	6	7	13	6.50	.707
	Ganador	2	0	0	0	.00	.000
	Perdedor	2	0	0	0	.00	.000
	Ideologia	2	0	0	0	.00	.000
	ExperienciaAcciones	2	0	0	0	.00	.000
	Combatividadataques	2	1	3	4	2.00	1.414
	Mención Género	2	0	0	0	.00	.000
	Citas Directas	2	2	3	5	2.50	.707
	ViabilidadCritica	2	0	0	0	.00	.000
	Carrera De Caballos	2	0	0	0	.00	.000
	PuedeganaenfrenteTrum p	2	0	1	1	.50	.707
	Valid N (listwise)	2					
Buttigieg	Menciónpornombre	14	0	32	169	12.07	8.004
	Ganador	14	0	1	5	.36	.497
	Perdedor	14	0	1	1	.07	.267
	Ideologia	14	0	10	13	.93	2.645
	ExperienciaAcciones	14	0	5	10	.71	1.383
	Combatividadataques	14	0	7	21	1.50	1.990
	Mención Género	14	0	0	0	.00	.000
	Citas Directas	14	0	10	39	2.79	2.860
	ViabilidadCritica	14	0	3	10	.71	.914
	Carrera De Caballos	14	0	4	24	1.71	1.383
	PuedeganaenfrenteTrum p	14	0	1	2	.14	.363
	Valid N (listwise)	14					
Gabbard	Menciónpornombre	1	3	3	3	3.00	.
	Ganador	1	0	0	0	.00	.
	Perdedor	1	0	0	0	.00	.
	Ideologia	1	0	0	0	.00	.
	ExperienciaAcciones	1	0	0	0	.00	.
	Combatividadataques	1	1	1	1	1.00	.
	Mención Género	1	0	0	0	.00	.
	Citas Directas	1	0	0	0	.00	.
	ViabilidadCritica	1	0	0	0	.00	.
	Carrera De Caballos	1	0	0	0	.00	.
	PuedeganaenfrenteTrum p	1	0	0	0	.00	.
	Valid N (listwise)	1					
Harris	Menciónpornombre	3	6	9	22	7.33	1.528
	Ganador	3	0	1	1	.33	.577
	Perdedor	3	0	0	0	.00	.000
	Ideologia	3	0	0	0	.00	.000
	ExperienciaAcciones	3	0	0	0	.00	.000
	Combatividadataques	3	0	4	6	2.00	2.000
	Mención Género	3	1	2	4	1.33	.577
	Citas Directas	3	1	5	9	3.00	2.000
	ViabilidadCritica	3	0	2	2	.67	1.155
	Carrera De Caballos	3	0	0	0	.00	.000

	PuedeganaenfrenteTrum p	3	0	1	1	.33	.577
	Valid N (listwise)	3					
Klobuchar	Menciónpornombre	14	2	13	89	6.36	3.054
	Ganador	14	0	1	4	.29	.469
	Perdedor	14	0	1	1	.07	.267
	Ideologia	14	0	5	9	.64	1.393
	ExperienciaAcciones	14	0	3	12	.86	1.167
	Combatividadataques	14	0	5	25	1.79	1.762
	Mención Género	14	0	4	9	.64	1.151
	Citas Directas	14	0	6	28	2.00	2.000
	ViabilidadCritica	14	0	4	14	1.00	1.301
	Carrera De Caballos	14	0	2	5	.36	.745
	PuedeganaenfrenteTrum p	14	0	2	2	.14	.535
	Valid N (listwise)	14					
Sanders	Menciónpornombre	12	4	44	185	15.42	10.892
	Ganador	12	0	1	3	.25	.452
	Perdedor	12	0	1	1	.08	.289
	Ideologia	12	0	3	13	1.08	.996
	ExperienciaAcciones	12	0	2	5	.42	.669
	Combatividadataques	12	0	3	16	1.33	1.303
	Mención Género	12	0	0	0	.00	.000
	Citas Directas	12	0	6	24	2.00	2.089
	ViabilidadCritica	12	0	5	16	1.33	1.614
	Carrera De Caballos	12	0	14	38	3.17	3.786
	PuedeganaenfrenteTrum p	12	0	1	3	.25	.452
	Valid N (listwise)	12					
Steyer	Menciónpornombre	7	1	10	25	3.57	3.101
	Ganador	7	0	0	0	.00	.000
	Perdedor	7	0	1	2	.29	.488
	Ideologia	7	0	0	0	.00	.000
	ExperienciaAcciones	7	0	0	0	.00	.000
	Combatividadataques	7	0	3	5	.71	1.254
	Mención Género	7	0	0	0	.00	.000
	Citas Directas	7	0	2	3	.43	.787
	ViabilidadCritica	7	0	1	1	.14	.378
	Carrera De Caballos	7	0	2	3	.43	.787
	PuedeganaenfrenteTrum p	7	0	0	0	.00	.000
	Valid N (listwise)	7					
Warren	Menciónpornombre	13	2	20	120	9.23	6.247
	Ganador	13	0	1	1	.08	.277
	Perdedor	13	0	1	2	.15	.376
	Ideologia	13	0	2	7	.54	.877
	ExperienciaAcciones	13	0	1	2	.15	.376
	Combatividadataques	13	0	7	34	2.62	2.399

	Mención Género	13	0	4	6	.46	1.127
	Citas Directas	13	0	9	28	2.15	2.577
	ViabilidadCritica	13	0	2	15	1.15	.801
	Carrera De Caballos	13	0	2	6	.46	.660
	PuedeganaenfrenteTrum p	13	0	2	2	.15	.555
	Valid N (listwise)	13					
Yang	Menciónpornombre	6	1	5	19	3.17	1.602
	Ganador	6	0	1	2	.33	.516
	Perdedor	6	0	1	1	.17	.408
	Ideologia	6	0	0	0	.00	.000
	ExperienciaAcciones	6	0	1	1	.17	.408
	Combatividadataques	6	0	2	2	.33	.816
	Mención Género	6	0	0	0	.00	.000
	Citas Directas	6	0	2	5	.83	.983
	ViabilidadCritica	6	0	0	0	.00	.000
	Carrera De Caballos	6	0	1	1	.17	.408
	PuedeganaenfrenteTrum p	6	0	0	0	.00	.000
	Valid N (listwise)	6					

Tabla 11: Resultados de las pruebas KMO y Bartlett's Test (CNN)

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser–Meyer–Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.526
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	310.407
	df	55
	Sig.	<.001

Tabla 12: Resultados del análisis de componentes principales (CNN)

### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component				
	1	2	3	4	5
Combatividadataques	.839				
Citasdirectas	.751				
ViabilidadCritica	.619				
Carreradecaballos		.918			
Menciónpornombre	.394	.838			
ExperienciaAcciones	.363	.498			-.358
Menciondegénero			.898		
PuedeganarfrenteTrump		.339	.848		
Perdedor				-.763	
Ganador	-.414			.685	
Ideologia					.906

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Tabla 13: Estadísticos descriptivos de los cinco componentes principales (CNN)

Génerodelcandidato		N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
F	PC1_Negativa	31	-1.15446	2.86698	11.29900	.3644838	1.05318185
	PC2_Positiva	31	-1.03650	.24465	-16.00104	-.5161627	.32142474
	PC3_Viabilidad	31	-.61226	5.74776	11.90992	.3841911	1.55219878
	PC4_Performance	31	-2.05544	1.88505	3.39350	.1094677	.94927969
	PC5_Ideologia	31	-1.50342	2.83254	.25516	.0082311	.78151688
	Valid N (listwise)	31					
M	PC1_Negativa	61	-1.77830	2.97012	-11.29900	-.1852295	.92658000
	PC2_Positiva	61	-1.15794	5.36422	16.00104	.2623122	1.12133978
	PC3_Viabilidad	61	-.84884	1.73980	-11.90992	-.1952446	.44383432
	PC4_Performance	61	-2.20615	1.59638	-3.39350	-.0556311	1.02798978
	PC5_Ideologia	61	-2.09668	6.31128	-.25516	-.0041830	1.10055875
	Valid N (listwise)	61					

Tabla 14: Estadísticos descriptivos en función de género (Fox)

	F (N=27)	M (N=61)	Overall (N=88)
<b>Mención por nombre</b>	9	11.38	10.65
Mínimo	1	1	1
Máximo	29	51	51
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	6.44	11.18	9.99

<b>Ganador</b>	0.33	0.15	0.2
Mínimo	0	0	0
Máximo	1	1	1
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	0.48	0.36	0.41
<b>Perdedor</b>	0.22	0.38	0.33
Mínimo	0	0	0
Máximo	1	1	1
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	0.42	0.49	0.47
<b>Ideología</b>	0.37	0.34	0.35
Mínimo	0	0	0
Máximo	2	2	2
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	0.63	0.6	0.61
<b>Experiencia y Acciones</b>	0.22	0.26	0.25
Mínimo	0	0	0
Máximo	2	4	4
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	0.51	0.66	0.61
<b>Combatividad y Ataques</b>	2.15	1.07	1.4
Mínimo	0	0	0
Máximo	6	8	8
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	2.03	1.72	1.88
<b>Mención de género</b>	0.59	0.02	0.19
Mínimo	0	0	0
Máximo	3	1	3
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	0.97	0.13	0.6
<b>Citas Directas</b>	1.56	1.34	1.41
Mínimo	0	0	0
Máximo	10	8	10
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	2.61	2.2	2.32
<b>Viabilidad Crítica</b>	0.96	0.84	0.88
Mínimo	0	0	0

Máximo	3	5	5
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	0.76	1.11	1.01
<b>Carrera de Caballos</b>	0.63	1.67	1.35
Mínimo	0	0	0
Máximo	2	9	9
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	0.74	1.92	1.72
<b>Puede Ganar Frente a Trump</b>	0.22	0.05	0.1
Mínimo	0	0	0
Máximo	1	1	1
Frecuencia	27	61	88
Desviación Estándar	0.42	0.22	0.3

Tabla 15: Estadísticos descriptivos agrupados por político (Fox)

<b>Descriptive Statistics</b>						
<u>Político</u>	Variable	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<u>Biden</u>	Mención por nombre	12	4	38	11.92	9.395
	Ganador	12	0	1	.42	.515
	Perdedor	12	0	1	.17	.389
	Ideología	12	0	1	.17	.389
	Experiencia Acciones	12	0	4	.75	1.215
	Combatividad ataques	12	0	6	1.25	2.094
	Mención Género	12	0	0	.00	.000
	Citas Directas	12	0	7	1.83	2.588
	Viabilidad Crítica	12	0	2	.75	.622
	Carrera De Caballos	12	0	4	1.58	1.084
	Puede ganar frente Trump	12	0	1	.17	.389
	Valid N (listwise)	12				
<u>Bloomberg</u>	Mención por nombre	8	2	48	17.38	16.230
	Ganador	8	0	0	.00	.000
	Perdedor	8	0	1	.38	.518
	Ideología	8	0	1	.13	.354
	Experiencia Acciones	8	0	1	.25	.463
	Combatividad ataques	8	0	4	.88	1.642
	Mención Género	8	0	0	.00	.000
	Citas Directas	8	0	7	1.63	3.021
Viabilidad Crítica	8	0	5	1.63	1.923	

	Carrera De Caballos	8	0	5	1.50	1.512
	PuedeganaarfrenteTrump	8	0	0	.00	.000
	Valid N (listwise)	8				
<b>Booker</b>	Menciónpornombre	2	3	4	3.50	.707
	Ganador	2	0	0	.00	.000
	Perdedor	2	0	1	.50	.707
	Ideologia	2	0	0	.00	.000
	ExperienciaAcciones	2	0	0	.00	.000
	Combatividadataques	2	0	0	.00	.000
	Mención Género	2	0	0	.00	.000
	Citas Directas	2	0	1	.50	.707
	ViabilidadCritica	2	0	2	1.00	1.414
	Carrera De Caballos	2	0	2	1.00	1.414
	PuedeganaarfrenteTrump	2	0	0	.00	.000
	Valid N (listwise)	2				
<b>Buttigieg</b>	Menciónpornombre	12	4	25	10.50	6.735
	Ganador	12	0	0	.00	.000
	Perdedor	12	0	1	.58	.515
	Ideologia	12	0	1	.33	.492
	ExperienciaAcciones	12	0	1	.25	.452
	Combatividadataques	12	0	8	1.75	2.417
	Mención Género	12	0	1	.08	.289
	Citas Directas	12	0	7	1.58	2.275
	ViabilidadCritica	12	0	4	1.08	1.311
	Carrera De Caballos	12	0	6	1.83	2.125
	PuedeganaarfrenteTrump	12	0	1	.08	.289
	Valid N (listwise)	12				
<b>Gabbard</b>	Menciónpornombre	1	6	6	6.00	.
	Ganador	1	0	0	.00	.
	Perdedor	1	1	1	1.00	.
	Ideologia	1	1	1	1.00	.
	ExperienciaAcciones	1	0	0	.00	.
	Combatividadataques	1	3	3	3.00	.
	Mención Género	1	0	0	.00	.
	Citas Directas	1	0	0	.00	.
	ViabilidadCritica	1	1	1	1.00	.
	Carrera De Caballos	1	0	0	.00	.
	PuedeganaarfrenteTrump	1	0	0	.00	.
	Valid N (listwise)	1				
<b>Harris</b>	Menciónpornombre	2	1	7	4.00	4.243
	Ganador	2	0	1	.50	.707
	Perdedor	2	0	0	.00	.000
	Ideologia	2	0	0	.00	.000
	ExperienciaAcciones	2	0	0	.00	.000
	Combatividadataques	2	0	4	2.00	2.828
	Mención Género	2	0	0	.00	.000
	Citas Directas	2	0	0	.00	.000
	ViabilidadCritica	2	1	1	1.00	.000

	Carrera De Caballos	2	0	0	.00	.000
	PuedeganaarfrenteTrump	2	0	0	.00	.000
	Valid N (listwise)	2				
<u>Klobuchar</u>	Menciónpornombre	12	3	16	6.42	4.209
	Ganador	12	0	1	.33	.492
	Perdedor	12	0	1	.17	.389
	Ideologia	12	0	2	.50	.798
	ExperienciaAcciones	12	0	2	.42	.669
	Combatividadataques	12	0	4	.92	1.240
	Mención Género	12	0	2	.42	.669
	Citas Directas	12	0	10	1.75	3.108
	ViabilidadCritica	12	0	3	.83	.835
	Carrera De Caballos	12	0	2	.58	.669
	PuedeganaarfrenteTrump	12	0	1	.25	.452
	Valid N (listwise)	12				
<u>Sanders</u>	Menciónpornombre	12	1	51	17.75	14.716
	Ganador	12	0	1	.33	.492
	Perdedor	12	0	1	.25	.452
	Ideologia	12	0	2	1.17	.718
	ExperienciaAcciones	12	0	1	.08	.289
	Combatividadataques	12	0	4	1.33	1.435
	Mención Género	12	0	0	.00	.000
	Citas Directas	12	0	8	1.25	2.417
	ViabilidadCritica	12	0	3	.50	.905
	Carrera De Caballos	12	0	9	3.17	2.791
	PuedeganaarfrenteTrump	12	0	0	.00	.000
	Valid N (listwise)	12				
<u>Steyer</u>	Menciónpornombre	9	1	11	4.67	3.500
	Ganador	9	0	0	.00	.000
	Perdedor	9	0	1	.56	.527
	Ideologia	9	0	0	.00	.000
	ExperienciaAcciones	9	0	1	.11	.333
	Combatividadataques	9	0	2	.44	.726
	Mención Género	9	0	0	.00	.000
	Citas Directas	9	0	3	.89	1.269
	ViabilidadCritica	9	0	2	.44	.726
	Carrera De Caballos	9	0	2	.89	.928
	PuedeganaarfrenteTrump	9	0	0	.00	.000
	Valid N (listwise)	9				
<u>Warren</u>	Menciónpornombre	12	4	29	12.67	7.165
	Ganador	12	0	1	.33	.492
	Perdedor	12	0	1	.25	.452
	Ideologia	12	0	1	.25	.452
	ExperienciaAcciones	12	0	1	.08	.289
	Combatividadataques	12	0	6	3.33	2.060
	Mención Género	12	0	3	.92	1.240
	Citas Directas	12	0	7	1.75	2.379
	ViabilidadCritica	12	0	2	1.08	.793

	Carrera De Caballos	12	0	2	.83	.835
	PuedeganaarfrenteTrump	12	0	1	.25	.452
	Valid N (listwise)	12				
Yang	Menciónpornombre	6	1	10	4.00	3.347
	Ganador	6	0	0	.00	.000
	Perdedor	6	0	1	.33	.516
	Ideologia	6	0	0	.00	.000
	ExperienciaAcciones	6	0	0	.00	.000
	Combatividadataques	6	0	2	.33	.816
	Mención Género	6	0	0	.00	.000
	Citas Directas	6	0	3	.67	1.211
	ViabilidadCritica	6	0	1	.67	.516
	Carrera De Caballos	6	0	1	.17	.408
	PuedeganaarfrenteTrump	6	0	0	.00	.000
	Valid N (listwise)	6				

Tabla 16: Resultados de las pruebas de KMO y Bartlett's Test (Fox)

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser–Meyer–Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.476
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	294.843
	df	55
	Sig.	<.001

Tabla 17: Resultados del análisis de componentes principales (Fox)

### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component			
	1	2	3	4
Citasdirectas	.920			
Combatividadataques	.776			
Menciónpornombre	.758	.493		
ExperienciaAcciones	.531			
Carreradecaballos		.850		
Ideologia		.683		
PuedeganaenfrenteTrump			.808	
Menciondegénero			.711	
Ganador		.413	.462	-.371
ViabilidadCritica				.809
Perdedor	-.426			.610

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. <sup>a</sup>

a. Rotation converged in 6 iterations.

Tabla 18: Estadísticos descriptivos de los cuatro componentes principales (Fox)

Descriptive Statistics						
Génerodelcandidato		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
F	PCA_1_Performance	27	-.98768	2.18671	.0700170	.88717627
	PCA_2_Caballos	27	-1.10603	1.17998	-.2448157	.65254875
	PCA_3_Viabilidad	27	-1.10048	3.99138	.6404194	1.34588990
	PCA_4_Critica	27	-1.51745	2.32293	.0382029	.90953392
	Valid N (listwise)	27				
M	PCA_1_Performance	61	-1.10318	3.85872	-.0309911	1.05154587
	PCA_2_Caballos	61	-1.02408	3.68875	.1083611	1.10750603
	PCA_3_Viabilidad	61	-.90250	2.30926	-.2834643	.63150501
	PCA_4_Critica	61	-1.64792	3.51038	-.0169095	1.04430680
	Valid N (listwise)	61				

Tabla 19: Archivo completo de la base de datos del análisis - archivo adjunto por separado.