

Trabajo Final de Grado.

Manuscrito Científico



Análisis de la presencia del deporte femenino en los medios deportivos argentinos

Leonardo Cicconi

Legajo: VPER00857

Licenciatura en Periodismo

Tutores: Soledad Soler y Sofía Ferrero Cárrega

Mendoza, Junio de 2022

Índice

Resumen y palabras clave	2
Abstract y Keywords	3
Introducción	4
Objetivos	18
Objetivos específicos	18
Metodología	19
Diseño	19
Participantes	20
Instrumentos	20
Resultados	21
Discusión	31
Referencias	38

Resumen

Para esta investigación se estudió el lugar que le dan los medios de comunicación de la Argentina al deporte femenino. Para ello se analizó la portada de los medios gráficos de mayor relevancia en el país (La Nación y Clarín) en sus apartados deportivos, y también del único periódico especializado en deportes del país (Olé) entre los meses de enero y abril de 2022. Además, se utilizó el testimonio de dos periodistas deportivas para conocer su percepción sobre el espacio de la mujer en la práctica deportiva femenina y la prensa especializada en deportes. Los resultados marcan que el lugar que ocupa el deporte femenino en los medios especializados en deportes de Argentina es ínfimo e incluso está muy por debajo de la media mundial. Los hallazgos obtenidos en este estudio permiten conocer que la práctica deportiva realizada por mujeres ocupa un lugar marginal en los medios de comunicación y servirá para conocer en el futuro cómo evoluciona la prensa argentina respecto a la cobertura de deportes femeninos.

Palabras clave: deporte femenino, prensa, medios de comunicación, Argentina, periodismo deportivo

Abstract

For this research, was studied the place given to female sports by the mass media in Argentina. For this purpose, was analyzed the front page of the most relevant print media in the country (La Nación and Clarín) in their sports sections, as well as the only newspaper specialized in sports in the country (Olé) between January and April 2022. In addition, the testimony of two sports journalists was used to know their perception of women's space in the female sports practice and the specialized sports press. The results show that the place of women's sports in the specialized sports media in Argentina is negligible and even far below the world average. The findings obtained in this study show that the practice of sports by women occupies a marginal place in the mass media and will be useful to know in the future how the Argentine press evolves in to the coverage of women's sports.

Keywords: female sports, press, mass media, Argentina, sports journalism

Introducción

El deporte se ha convertido en una industria monstruosamente rentable. El crecimiento de la explotación de los derechos de televisión y publicidad alcanza a casi todos los rincones del planeta y mueve sumas impensadas de dinero. Sin ir más lejos, la FIFA tuvo que ajustar sus expectativas de ganancias para el periodo entre 2019 y 2022 y solo estimó recaudar la friolera de 6.400 millones de dólares. Sin embargo, superó con creces esa expectativa inicial y durante el último Congreso de la FIFA desarrollado en Qatar, el presidente Gianni Infantino aseguró que se superarán los 7.000 millones de dólares.

Este crecimiento exponencial que se da en la gran mayoría de los deportes y que tienen una amplia cobertura mediática atañe, principalmente, a las ramas masculinas de los deportes. Es que, por ejemplo, los mundiales masculinos de fútbol, básquet, vóley o rugby tienen –en promedio- más del doble de medios acreditados que la misma competencia pero en su rama femenina. Por eso, el deporte femenino en general y el trabajo de las mujeres en los medios deportivos quedan relegados en un segundo plano.

Esto quedó de manifiesto en la última Copa del Mundo de Fútbol masculino desarrollada en Rusia. Un grupo de periodistas brasileñas decidieron realizar una campaña en redes sociales para expresar las dificultades que tienen las mujeres para cumplir sus obligaciones como periodistas en un espectáculo deportivo de estas características.

Así surgió la campaña #DeixaElaTrabalhar donde las periodistas brasileñas pusieron en evidencia el acoso laboral al que son sometidas solo al pretender ejercer la profesión que las apasiona. También quedó al descubierto, el acoso y el sexismo de los propios fanáticos mientras estas mujeres cumplen su labor. A pesar de que la campaña no tuvo un resultado

favorable durante el certamen mundialista, en Brasil si surtió efecto. La misma sirvió para que al menos en su país natal, la policía accione de la misma manera que cuando se sucede un hecho de racismo en los estadios, algo que fue bien recibido por la prensa brasileña.

Por este motivo, las periodistas brasileñas pusieron en evidencia el acoso laboral al que son sometidas solo al pretender ejercer la profesión que las apasiona. También quedó al descubierto, el acoso y el sexismo de los propios fanáticos mientras estas mujeres cumplen su labor. Es que durante el mes mundialista se reportaron al menos cuatro incidentes con hinchas que intentaron besar a las periodistas mientras cumplían con su tarea periodística en suelo ruso, según revelaron los reportes del diario Clarín y la cadena ESPN.

Más allá de esto, la campaña dejó en evidencia las serias dificultades que atraviesan las mujeres ligadas al deporte. Es que existe un notable silenciamiento hacia las mujeres en la práctica deportiva por parte de los medios especializados que dejan de lado completamente las disciplinas practicadas por mujeres o bien reciben un trato marginal. Por ello, el objetivo de este trabajo es dilucidar cuál es el lugar que le da la prensa a las mujeres que realizan prácticas deportivas.

Estas situaciones quedan encuadradas en una de las definiciones más importantes sobre violencia de género que se hicieron a lo largo de la historia, la que tuvo lugar en la Asamblea General de Naciones Unidas donde se define a la violencia de género como:

Todo acto de violencia basado en el género que tiene como resultado posible o real un daño físico, sexual o psicológico, incluidas las amenazas, la coerción o la Privación arbitraria de la libertad, ya sea que ocurra en la vida pública o en la vida

privada. (ONU, 2003, p.1-2)

La violencia de género en el ámbito deportivo tiene muchos puntos a tocar. Sin embargo, se puntualizará en el rol de los medios de comunicación deportivos. Se busca elaborar una estadística certera que revelé qué espacio se le da a la práctica deportiva femenina en los medios especializados.

Es que el rol de las mujeres, aunque tuvo progresos significativos en el último tiempo, continúa quedando de lado en el deporte. Así lo define la especialista en Ciencias de la Actividad Física y Deporte, Matilde Fontecha (2017). La profesional sostiene el deporte mediático es una de "las grandes bazas del patriarcado" (p.22).

De hecho, estas actitudes aún se tienen en los estadios del fútbol argentino con los cánticos misóginos y homofóbicos que inundan las tribunas. Incluso, hubo un exitoso programa televisivo, "El Aguante" de TyC Sports, donde se ponderaban este tipo de cantos que en muchas oportunidades incluía violencia hacia la mujer.

Dentro de este contexto, se dan las llamadas microagresiones. El término fue creado por la profesora de Comunicación Estratégica de la Universidad de Missouri Cynthia Frisby y Kara Allen para describir una particular situación dentro de la discriminación. La definición establece que las microagresiones son:

Humillaciones verbales, comportamentales o ambientales que, realizadas tanto de forma intencionada como no intencionada, transmiten desprecios o insultos hostiles, peyorativos y negativos respecto a la raza, el género o la orientación sexual de la persona o grupo al que van dirigidos (Allen y Frisby,1998, p.9)

Por eso, más allá de lo que sucede en los estadios, las mujeres en el ámbito periodístico aún no logran ser establecidas como las principales referentes de los programas deportivos de mayor audiencia. En Argentina, por lo menos, hace poco más de diez años las mujeres se incorporaron a las transmisiones del deporte más popular del planeta: el fútbol.

Las transmisiones televisivas del fútbol fueron esenciales en los medios de la Argentina. De hecho, la primera transmisión deportiva de la historia de la televisión argentina se dio tan solo un día después del estreno televisivo del país. Fue un River- San Lorenzo disputado el 18 de noviembre de 1951. Mucho cambio en el deporte propiamente dicho y en las transmisiones con la incorporación de más periodistas y cámaras. Sin embargo, el predominio masculino fue constante a lo largo de la historia.

Recién a fines de la década de 1990, más de 40 años después, aparecieron con intermitencias algunas periodistas como agregadas en el campo de juego. De esta manera, comenzaban a verse mujeres en las transmisiones futbolísticas aunque en un rol extremadamente menor y complementario.

Con la llegada del Fútbol para Todos, el programa estatal para transmitir todos los partidos de Primera División se incorporó como comentarista la periodista Viviana Vila. La comunicadora ya había trabajado en este rol preponderante dentro de las transmisiones radiales de Radio Continental. Sin embargo, este rol se cortó con la partida del programa estatal y solo quedaron mujeres dentro de las transmisiones como colaboradoras del campo de juego.

Hubo que esperar 71 años para que exista un cambio crucial en la historia de las transmisiones. Recién en el presente 2022, una transmisión de fútbol masculino fue

encabezado por una mujer. Se trata de Lola del Carril quien ya transmitía fútbol femenino y ahora es parte del staff de relatores de los partidos de la Liga Profesional de Fútbol Argentina.

Esta dificultad de las mujeres para acceder a este tipo de lugares es palpable fácilmente pero, a ciencia cierta, existen pocas estadísticas que lo corroboren. Si bien el tratamiento estadístico de esta situación puede estar sujeto a críticas, el hecho de que los estudios sean pocos y recientes como el realizado por FOPEA en 2018 denota cierto abandono respecto a la problemática. Por eso se busca conocer detalles de esta problemática en la Argentina analizando las tapas de los periódicos deportivos de mayor tirada.

También se busca indagar en cuestiones cualitativas de la cobertura periodística femenina de eventos deportivos. Consultando con especialistas en la materia se intentará conocer cómo realizan coberturas las periodistas deportivas y, principalmente, si existe cierta evolución sobre lo que sucedía en el pasado tanto dentro de los medios como en los deportes femeninos.

Es por eso que se utilizarán testimonios de periodistas deportivas que pertenecen al rubro desde hace por lo menos dos décadas y observaron más en detenimiento los cambios producidos en la profesión respecto al género. También se pretende obtener la apreciación personal de periodistas con un incipiente trabajo en medios para conocer cuál es su percepción respecto al lugar de la mujer en el periodismo deportivo.

Más allá del silenciamiento encubierto a las mujeres en las transmisiones deportivas, son múltiples los escenarios en los que se manifiesta la violencia de género y la discriminación en el contexto deportivo. Claramente una de las más notorias es la falta de mujeres en este tipo de transmisiones, pero otra de las más comunes, y que está presente en casi todos los ámbitos, tienen que ver con la brecha salarial. También en la imposición de determinados

tipos de vestimentas y la valoración no por sus logros, sino por su aspecto más que por sus ideas o consideraciones.

En cuanto a la popularidad del deporte femenino, cabe destacar el crecimiento notorio de las prácticas deportivas femeninas, aunque en la Argentina aún no se alcanza ese grado de masividad. Es que en el último Clásico español del fútbol femenino, disputado entre Barcelona y Real Madrid, hubo 91.553 espectadores en el Camp Nou, logrando así la cifra más alta de la historia para esta rama del deporte. Incluso, el dato más alentador fue que superó la cantidad de aficionados que había registrado el mismo partido, pero en la rama masculina donde asistieron 86.422 personas.

Pese a este hecho trascendental, la cobertura fue mínima y lo curioso es que en la transmisión televisiva oficial del partido -que correspondió a la Champions League- solo hubo una mujer involucrada. Esto deja al descubierto lo que afirma García García (2005) al señalar que los medios no hacen más que “reforzar los estereotipos que vienen establecidos no solo desde la sociedad sino también desde la propia familia o las escuelas donde se tiende a instar a la especialización masculina en múltiples deportes” (p.89)

Todas estas situaciones nos llevan a realizar algunos cuestionamientos respecto a la cobertura de los eventos deportivos femeninos, y al espacio de la mujer dentro del periodismo deportivo. ¿Quiénes escriben sobre deporte? ¿De quiénes hablan? y ¿Qué dicen sobre las deportistas?

Justamente la sobrecobertura de los eventos deportivos masculinos ya fue motivo de análisis por parte de los académicos aunque con otras variables. Durante los Juegos Olímpicos de Verano en Río 2016, la Universidad de Cambridge realizó un estudio

exhaustivo sobre la violencia de género presente en el deporte.

Allí revelaron que pese a que el 45% de los participantes de la cita deportiva máxima eran mujeres, los deportes masculinos tuvieron tres veces más coberturas que los femeninos. Asimismo, establecieron que la cobertura de los medios periodísticos sobre el deporte femenino crece notoriamente durante la Cita Olímpica. De acuerdo a este estudio, solamente el 4% de las notas periodísticas son relacionadas al deporte femenino y un 39% cuando se realizan las competencias olímpicas.

En este estudio también se revela que las palabras más comunes empleadas para hablar de las mujeres fueron “mayor”, “edad”, “casada” y “soltera”. Mientras que en el deporte masculino el cambio es rotundo. En base a lo publicado por la Universidad de Cambridge, las palabras más comunes para describir a los deportistas masculinos fueron “rápido”, “fuerte” o “grande”. Una muestra clara de este tratamiento se dio con la atleta Cory Cogdell, medalla de bronce en tiro. Los medios de los Estados Unidos se centraron en su pareja, el jugador del equipo de fútbol americano Chicago Bears.

El estudio, por otro lado, añade que al deporte femenino se les dedica un lenguaje más infantilizante. Así, son nombradas con mayor frecuencia que los hombres como ‘chicas’, mientras que ellos son llamados ‘hombres’. De esta manera, el estudio señala que existe una gran tendencia al tratamiento de la información del deporte femenino de manera anecdótica sin tener en cuenta la calidad de las deportistas involucradas.

De esta manera, luego del análisis de estos resultados, el estudio de la Universidad de Cambridge llegó a una conclusión respecto a la cobertura deportiva en los medios de comunicación masivos dedicados al deporte. Establece que la selección de noticias realizadas

por quienes están al mando en las distintas redacciones deciden dejar de lado el deporte femenino producto de que, en su gran mayoría, los titulares de las redacciones son hombres por lo que terminan descartando el material que no les resulta atractivo según sus propios gustos.

Aunque con otro tenor, existe en la Argentina una fuerte tendencia a la invisibilización del deporte que no sea el fútbol. Los medios de comunicación masivos, se centran excesivamente en el fútbol masculino incluso dejando de lado deportes populares como el básquet, el automovilismo o el tenis en sus ramas masculinas. Por lo que el deporte femenino en general queda completamente de lado.

Cabe destacar que España es considerada la meca del periodismo especializado en deportes a nivel mundial. El país europeo cuenta con cuatro diarios exclusivamente dedicados al deporte de enorme influencia en toda Iberoamérica y que se han mantenido entre los de mayor tirada de habla hispana durante los últimos 40 años. Es por eso que un estudio realizado en 2010 por Sainz de Baranda permitió entender el fenómeno de la sobrecobertura de los espectáculos deportivos masculinos.

La autora analizó titulares y noticias de los cuatro diarios deportivos: Marca, AS, Mundo Deportivo y Sport. Entre 1979 y 2010 los números reflejaron que la mujer era sujeto noticioso únicamente en el 5% de los casos. Esta estadística provocó un fuerte cimbronazo en el periodismo español que se vio obligado a realizar algunas modificaciones.

Es por eso que el diario Marca creó un sitio exclusivo para el deporte femenino buscando darle una mayor relevancia. Desde el periódico español señalaron en una entrevista realizada en 2016 que “se trata de ver el deporte sin mirar género, en función de la relevancia

informativa, aunque no está en unas cuotas aceptables ni mucho menos”.

David Menayo, uno de los impulsores de la cobertura del deporte femenino en este periódico destacó la importancia que tuvo para las deportistas una plataforma de resonancia de estas características. “Jugadoras y clubes son conscientes del altavoz y escaparate que es Marca y, salvo pequeñas excepciones, siempre he podido trabajar con comodidad”, sostuvo el comunicador en una reciente entrevista. A pesar de esta característica distintiva, las mujeres no siguen abundando en la redacción del periódico de mayor tirada de España. De los 55 integrantes del equipo de redacción solo participan nueve mujeres.

Para Macías Moreno (1999) existen múltiples indicadores que explican la preponderancia de los deportes masculinos. La más significativa es la diferencia que existe en la proporción de participación entre hombres y mujeres. Sin ir más lejos, desde la vuelta de el Talibán al gobierno afgano, las niñas vieron notoriamente afectado su acceso a la educación por lo que el deporte femenino pasó a ser completamente excluido de la sociedad de este país. Este ejemplo, que se reproduce en pequeñas comunidades en todo el mundo, genera esa enorme desigualdad de participación y principalmente de posibilidades para que tenga lugar la práctica deportiva.

Otro de los puntos más importantes que toma como punto de partida Macías Moreno tiene que ver con el predominio masculino en la propia organización y administración de los eventos deportivos de gran magnitud. Si se repasa, por ejemplo, los presidentes de los Comité Organizadores de los Juegos Olímpicos desarrollados en este Siglo XXI todos fueron hombres. Además de esto, cuesta encontrar que la cabeza de una junta directiva ya sea en un equipo de fútbol, básquet o cualquier otro deporte sea una mujer. Con esta diferenciación, la

autora asegura que la hegemonía masculina se relación con la noción de masculinidad de fuerza y agresión.

En este sentido, la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH) hace hincapié en los estereotipos de géneros. Los define como “una opinión o prejuicio generalizado acerca de atributos o características que hombres y mujeres poseen o deberían poseer, o de las funciones sociales que ambos desempeñan o deberían desempeñar” (P. 9)

Los especialistas en la materia coinciden en que los prejuicios del género producto de los estereotipos tienen una fuerte incidencia en la práctica deportiva. Es que estos lineamientos no hacen más que reprimir o estimular comportamientos en base a una estricta construcción del género. Por eso se asocia a los deportes de fuerza con el género masculino y aquellos que requieren otro tipo de destrezas como la gimnasia rítmica son asociados al género femenino. Este reforzamiento y perpetuación estereotipos sucede a nivel social pero es reproducido a gran escala por los propios medios. Debido a esto los medios masivos de comunicación pueden servir también para poner en tela de juicio todos estos prejuicios existentes que marginan a atletas y periodistas por igual.

Con estos antecedentes, está más que claro que existe cierta correlación entre la noción del patriarcado y los deportes tanto en la práctica como en la cobertura mediática. Sin embargo, esto también tiene una relación con el deporte que mueve a las masas en cada país. Es que aunque desde las distintas entidades organizadoras de los deportes se intenta bajar un mensaje de tolerancia y respeto a la diversidad en la práctica esto no sucede.

Es por eso que, por ejemplo, en los Estados Unidos los ‘ultras’ de cada equipo cuentan con

una bandera LGBT en la tribuna casi en su totalidad, algo impensado para la Argentina y el resto de los países en donde el fútbol es dominante. Sin embargo, esto cambia rotundamente cuando se trata del deporte más popular de ese país: el fútbol americano.

Las comentaristas deportivas están solo reducidas al campo de juego y se reproduce algo similar a lo que sucede en nuestro país con el fútbol o incluso peor. Una de las cosas más llamativas del fútbol americano es que la rama femenina está pensado de una manera extremadamente diferente. Es que más allá de las protecciones que deben usar las participantes, la vestimenta de las jugadoras es con ropa interior y se suele resaltar más el atractivo físico de las jugadoras que su destreza deportiva en sí. Aunque en este caso, al igual que sucede en el fútbol femenino en la Argentina, las mujeres tienen un lugar preponderante en las transmisiones.

Estas problemáticas marcan que la discriminación y la violencia de género en el deporte, se pueden convertir en parte de políticas públicas. Con este panorama surge un nuevo interrogante respecto a la posibilidad de implementar la paridad de género en los medios periodísticos deportivos y las transmisiones en general.

Es que la Argentina es un país pionero en materia de adquisición de derechos. La ley de cupo femenino para la representación de las mujeres en el Congreso se sancionó a mediados de 1991. En ese entonces la Ley 24.012 estableció un piso mínimo de representación de mujeres en las listas partidarias para los cargos legislativos nacionales. En un principio era del 30% de mujeres en las dos cámaras pero recién su aplicación se dio diez años más tarde, cuando el Senado comenzó a aplicarlo. La norma se fue puliendo hasta la reglamentación actual que establece de manera obligatoria la presencia de un 50% de mujeres en la

composición de las listas para las diferentes cámaras de la Nación. Este cupo permitió que creciera notoriamente la representación femenina en la política y en las diferentes cámaras de la Nación.

Las políticas públicas alrededor de la violencia de género en medios especializados y en el deporte en general han sido aplicadas durante el último tiempo. En 2015, Argentina creó el “Programa Nacional de Empoderamiento de la Mujer en el Deporte” para garantizar la igualdad, participación, inclusión, acceso y representación de las mujeres en todos los ámbitos y a todos los niveles de la comunidad deportiva.

Con este programa como bandera en 2018, y por primera vez en la historia se realizaron los Juegos Olímpicos de la Juventud en Buenos Aires. Esta competencia fue un hito inolvidable ya que compitieron el mismo número de atletas varones y mujeres. En 2020, por otro lado, la Argentina presentó el programa interministerial Prevención de la violencia y la promoción de la igualdad de género en el deporte.

Una legislación pionera en este sentido fue la aplicada por España. En el país europeo existe desde el año 2007 la ley para la igualdad efectiva de hombres y mujeres. Además de bregar por el acceso universal a los deportes para todos los géneros, la ley establece una serie de lineamientos que deben cumplir los medios de comunicación que sirven como base para luchar contra la desigualdad de género.

El mismo establece un principio de igualdad y contra la discriminación. Por esta razón, insta a los medios de comunicación que no pertenecen al estado español a permitir el acceso en las redacciones a todo tipos de puestos a hombres y mujeres por igual. También exige un principio de autorregulación para que exista cierta paridad de género en las redacciones de

los diarios ibéricos, algo que aún está lejos de cumplirse como se observó en el análisis de lo que sucede en la redacción del diario Marca.

No solo los estados argentino y español implementaron medidas en este sentido. Es que la Confederación Brasileña de Fútbol, una de las organizaciones más importantes del planeta en esta actividad, estableció desde 2020 que el salario de todos los futbolistas, tanto de la rama masculina como femenina, sean similares lo que fue apoyado por las principales figuras del fútbol del vecino país.

Como se señaló con anterioridad, el contenido de los medios especializados en deportes está directamente relacionado con el fútbol y aunque el deporte femenino ocupa un lugar marginal en la cobertura mediática, se abre un nuevo interrogante respecto al trabajo en comunicación deportiva. ¿Es posible un periodismo deportivo con perspectiva de género en la Argentina?

Cabe destacar que la perspectiva de género implica el tratamiento de una noticia basado en el derecho a la igualdad entre mujeres y varones. Es por eso que, de por sí, la actividad periodística debe estar libre de sexismo y ser respetuosa de los derechos de las personas en la selección y –sobre todo- tanto en la producción como en la distribución de la información pertinente al deporte.

Un caso emblemático de la falta de una mirada con perspectiva de género en los medios especializados en deporte se dio en este mismo 2022. El futbolista de Boca, Eduardo Salvio, fue denunciado por su expareja quien lo acusó de intentar atropellarla. Rápidamente, los medios deportivos se llenaron de noticias de la vida privada de la denunciante y su relación con el futbolista. Incluso, se indagó en la historia de la actual pareja del exjugador del

seleccionado argentino, instando al público masivo a conocer los detalles de la vida de estas dos mujeres.

Más allá de este hecho puntual, que se ha repetido en otras oportunidades con casos similares, el abordaje en cuanto al contenido periodístico respecto a la perspectiva de género es una cuenta pendiente en el periodismo deportivo. La inclusión de un contexto de la información para explicar las condiciones en las que compiten las deportistas y las diferencias con el deporte masculino no suelen hacerse en el periodismo deportivo local.

La falta de perspectiva de género en los medios de comunicación en general ya fue advertida por el Estado. Es por eso que se busca que la ley Micaela sea también implementada en los medios. Esta ley, promulgada el 10 de enero de 2019, establece la capacitación obligatoria en género y violencia de género para todas las personas que se desempeñan en la función pública, en los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Nación.

La intención de un grupo de diputados de la Nación es hacer que esta ley sea obligatoria en todos los medios de comunicación de la Argentina. Sin embargo, el proyecto de ley recién obtuvo media sanción en la Cámara de Diputados de la Nación en junio de 2022 luego de su presentación el 12 de marzo de 2021.

Otro de los puntos de referencia para tener en cuenta respecto a la perspectiva de género en la comunicación deportiva tiene que ver con la distribución equitativa en la cobertura generando las mismas condiciones para la publicación de información de deportes protagonizados por varones y por mujeres. Como se señaló anteriormente, los estudios internacionales señalan que esto no sucede y está lejos de suceder.

Claramente existen urgencias informativas que obligan a focalizar en algunos temas y

descartar otros pero de todas maneras, no se observa ni siquiera un atisbo de intención por parte de los principales medios de comunicación masivos para tener una cobertura significativa para el deporte femenino. Por eso resulta importante realizar un análisis exhaustivo de lo que sucede respecto a la representación femenina en la comunicación deportiva.

Objetivos

El objetivo general de este trabajo es conocer qué lugar ocupa el deporte femenino en los medios especializados en deporte de la Argentina.

Objetivos Específicos

En cuanto a los objetivos específicos, para conocer el lugar que tiene el deporte femenino en la Argentina, se elaborará una estadística certera respecto a este tópico, analizando las portadas de los diarios especializados en deporte de mayor tirada en la Argentina durante los cuatro primeros meses del año 2022. Esta estadística puede servir de puntapié inicial para futuras investigaciones que se aborden sobre esta temática en el país

También, en segundo lugar, se busca conocer la perspectiva de mujeres que ejercen como periodistas en el ámbito deportivo respecto a la repercusión dentro de la prensa del rubro sobre los avances en materia de género vividos en la última época. Para ello se llevan adelante una serie de actividades que serán explicitadas en las siguientes etapas de esta investigación.

Metodología

Diseño

Para la elaboración de esta investigación se decidió tener un enfoque mixto para dar a conocer el rol de la mujer dentro del mundo de la comunicación deportiva. En el aspecto cualitativo, se elaborarán entrevistas para conocer cómo eran las redacciones en el pasado y como lo son en el presente. También se busca conocer cuál es el punto de vista de las entrevistadas respecto a los avances en materia de género registrados en los últimos años no solo a nivel social sino en los propios medios de comunicación.

Por otro lado, en lo cuantitativo, se recogerán muestras de los principales periódicos del país para conocer qué lugar ocupa el deporte femenino en los medios de comunicación deportivos del país, observando la cantidad de noticias referidas al deporte femenino que forman parte de los periódicos especializados en deportes. De esta manera, cómo se detalla más adelante se tendrá una estadística certera respecto al espacio, en relación al deporte masculino, de las actividades deportivas femeninas en los deportes.

En tanto, el alcance de la investigación será descriptivo para intentar dar a conocer las tendencias dentro de los medios especializados en deportes respecto a la participación femenina. Para así poder conocer un sondeo de lo que sucede en los medios especializados del país.

De acuerdo con la definición tomada de Hernández Sampieri et al. (2010), se trata de una investigación no experimental del tipo transversal. Es que se seleccionarán datos recopilados en los primeros cuatro meses del 2022 en los periódicos más relevantes del

periodismo especializado en deportes.

Participantes

Para el desarrollo de la investigación se eligió optar por el muestreo dirigido. Se seleccionó a dos periodistas deportivas, quienes ya cuentan con el consentimiento informado, que son parte de este trabajo para conocer su percepción acerca de la desigualdad dentro del mundo del periodismo especializado en deportes. Ambas fueron elegidas por sus características generacionales.

Una de ellas es Corina Cannizzo, periodista deportiva, con una incipiente carrera en diferentes medios que permite conocer cuál es la percepción de las nuevas generaciones. Mientras que la otra entrevistada será Sabrina Marchese. La profesional de la comunicación cuenta con una carrera de más de 20 años ligada al periodismo deportivo y es la rectora de la Escuela Superior de Periodismo Deportivo de Mendoza, la institución de estas características en Cuyo. Con esta recolección de datos se intenta conocer cuál es la percepción de los cambios en las primeras generaciones de periodistas formadas exclusivamente en comunicación deportiva, los cambios que atravesaron y la formación actual de los profesionales de esta rama del periodismo.

Instrumentos

El enfoque utilizado será mixto por lo que los instrumentos utilizados también tendrán su parte cualitativa y cuantitativa. En cuanto a este último, se llevará a cabo un análisis de los datos mediante la recopilación de información.

El relevamiento de la información será buscar las tapas del Diario Olé, el único diario

deportivo del país, entre el 2 de enero y el 30 de abril del 2022 para conocer qué espacio se le da al deporte femenino en su portada. Lo mismo se hará con el apartado de deportes del diario Clarín y La Nación por su enorme alcance. Así se busca indagar para establecer cuántas noticias aparecieron en portada y en base a eso, conocer cuántas de ellas fueron protagonizadas por mujeres deportistas.

Por otro lado, como se señaló con anterioridad en el apartado participantes, el método cualitativo será recopilado a través de entrevistas. Las dos periodistas que darán su testimonio permitirán complementar la información obtenida de los sondeos descritos anteriormente.

Resultados

El lugar que ocupa la mujer y el deporte femenino en particular en la prensa argentina fue relevado mediante este estudio. Los dos periódicos de mayor tirada en el país (Clarín y La Nación) cuentan con estructuras similares para su apartado de Deportes. El suplemento está integrado al resto del diario pero cuenta con una portada propia.

Por otra parte, el Diario Olé es el único periódico deportivo del país por lo que su portada tiene un mayor caudal informativo y cuenta con el total monopolio de las noticias deportivas presentadas en ese formato. De allí se extrajeron resultados para esta investigación.

Las tablas a continuación muestran el balance del mes de enero en cuanto a las noticias que figuraron en las portadas de los apartados deportivos de los periódicos de mayor tirada y también del diario deportivo Olé.

Tabla 1: *Noticias de portada Diario Clarín Deportivo (enero 2022)*

Balance enero - Portadas Clarín	
Noticias en portada	35
Noticias referidas a deporte masculino	35
Noticias referidas a deporte femenino	0
Porcentaje de noticias vinculadas a deporte femenino	0,00%

Tabla 2: *Noticias de portada La Nación Deportes (enero 2022)*

Balance enero – Portadas La Nación	
Noticias en portada	90
Noticias referidas a deporte masculino	84
Noticias referidas a deporte femenino	6
Porcentaje de noticias vinculados al deporte femenino	6,67%

Tabla 3: *Noticias de portada Diario Olé (enero 2022)*

Balance enero - Portadas Olé	
Noticias en portada	131
Noticias referidas a deporte masculino	130
Noticias referidas a deporte femenino	1
Porcentaje de noticias vinculadas al deporte femenino	0,76%

Cabe destacar que dentro de las portadas analizadas en el Diario Olé, la única noticia de deporte femenino no ocupó un lugar central en la portada. Se trató del reconocimiento a la futbolista Estefanía Banini quien integró el once ideal de la FIFA. La noticia, publicada el 18 de enero, integró uno de los márgenes de la tapa de Olé. Por el contrario, el diario La Nación Deportes tuvo como noticia principal en su portada a la extenista Gisela Dulko el 21 de enero de 2022, en lo que fue la primera noticia vinculada al deporte femenino

publicada por el diario.

Durante el mes de febrero, el relevamiento realizado se muestra a continuación y refleja la cantidad de noticias vinculadas al deporte masculino y femenino de los periódicos argentinos más relevantes.

Tabla 4: *Noticias de portada Diario Clarín Deportivo (febrero 2022)*

Balance febrero- Portadas Clarín	
Noticias en portada	31
Noticias referidas a deporte masculino	31
Noticias referidas a deporte femenino	0
Porcentaje de Noticias vinculadas a deporte femenino	0,00%

Tabla 5: *Noticias de portada La Nación Deportes (febrero 2022)*

Balance febrero - Portadas Diario La Nación	
Noticias en portada	74
Noticias referidas a deporte masculino	71
Noticias referidas a deporte femenino	3
Porcentaje de noticias vinculadas a deporte femenino	4,05%

Tabla 6: *Noticias de portada Diario Olé (febrero 2022)*

Balance febrero – Portada Olé	
Noticias en portada	113
Noticias referidas a deporte masculino	113
Noticias referidas a deporte femenino	0
Porcentaje de noticias vinculadas a deporte femenino	0,00%

Durante el mes de febrero tanto el Diario Clarín como Olé no tuvieron noticias ligadas al

deporte femenino en sus portadas. El Diario La Nación, por su parte, tuvo tres noticias vinculadas a la práctica deportiva femenina donde preponderó el análisis de la performance de las atletas argentinas en los Juegos Olímpicos de invierno de Beijing.

Las tablas a continuación muestran el balance del análisis de las noticias de las portadas de los diarios deportivos anteriormente mencionados. Este mes cuenta con la particularidad de ser el de mayor cantidad de publicaciones.

Tabla 7: *Noticias de portada Diario Clarín Deportivo (marzo 2022)*

Balance marzo - Portadas Clarín	
Noticias en portada	34
Noticias referidas a deporte masculino	33
Noticias referidas a deporte femenino	1
Porcentaje de noticias vinculadas a deporte femenino	2,94%

Tabla 8: *Noticias de portada La Nación Deportes (marzo 2022)*

Balance marzo - Portadas La Nación	
Noticias en portada	85
Noticias referidas a deporte masculino	81
Noticias referidas a deporte femenino	4
Porcentaje de noticias vinculadas a deporte femenino	4,71%

Tabla 9: *Noticias de portada Diario Olé (marzo 2022)*

Balance marzo- Diario Olé	
Noticias en portada	140
Noticias referidas a deporte masculino	137
Noticias referidas a deporte femenino	3

Porcentaje de noticias vinculadas a deporte femenino	2,14%
--	-------

El relevamiento de marzo revela que por única vez los tres periódicos analizados tuvieron al menos una noticia relacionada con deporte femenino en sus portadas. En el caso del Diario Clarín, fue la primera vez en el año cuando el 31 de marzo ubicaron entre las noticias de portada a la performance de la tenista española Paula Badosa. En el caso de La Nación, tres de las noticias que acapararon la portada están relacionadas con el tenis femenino, una constante a lo largo del tiempo. Por otra parte, el Diario Olé tuvo por única vez como parte principal de su portada al deporte femenino el 28 de marzo. En esa edición el periódico eligió el Superclásico de fútbol femenino para que ocupe este lugar preponderante.

El último mes relevado para esta investigación fue abril. A continuación se refleja los resultados de este análisis que cuenta con la particularidad de que el 15 de abril no hubo ediciones impresas al celebrarse el ‘Día del Canillita’

Tabla 10: *Noticias de portada Diario Clarín Deportivo (abril 2022)*

Balance abril - Portadas Clarín	
Noticias en portada	30
Noticias referidas a deporte masculino	30
Noticias referidas a deporte femenino	0
Porcentaje de noticias vinculadas a deporte femenino	0,00%

Tabla 11: *Noticias de portada La Nación Deportes (marzo 2022)*

Balance abril- Portadas La Nación	
Noticias en portada	86

Noticias referidas a deporte masculino	81
Noticias referidas a deporte femenino	5
Porcentaje de noticias vinculadas a deporte femenino	5,81%

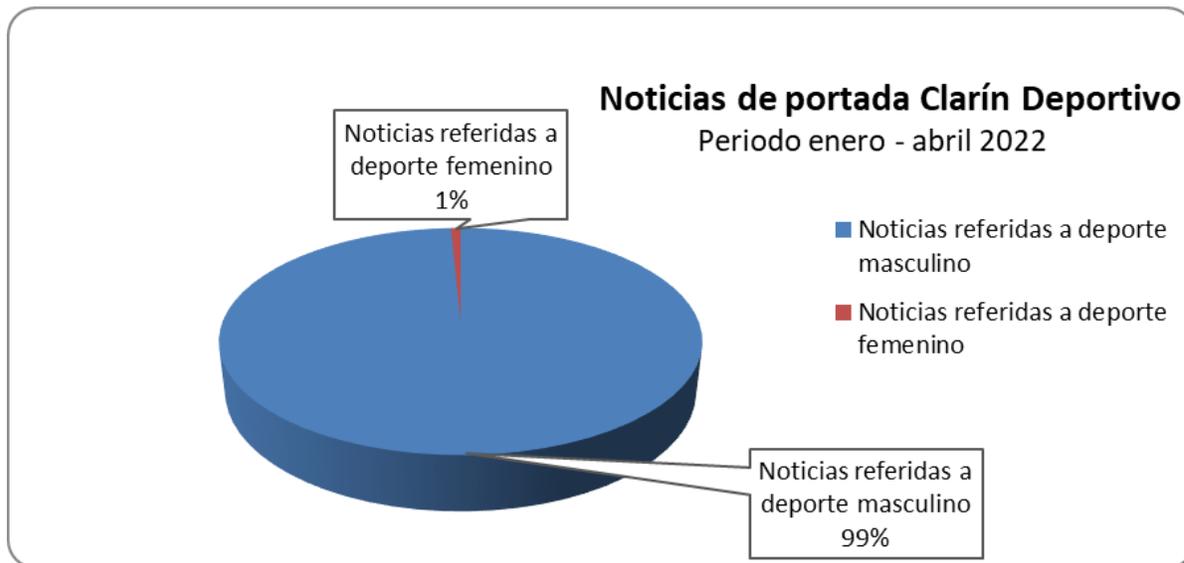
Tabla 12: *Noticias de portada Diario Olé (abril 2022)*

Balance abril - Portada Olé	
Noticias en portada	122
Noticias referidas a deporte masculino	122
Noticias referidas a deporte femenino	0
Porcentaje de noticias vinculadas a deporte femenino	0,00%

El relevamiento del mes de abril tiene al Diario La Nación como el único con presencia de deporte femenino en las portadas del periódico. El 23 de abril contó con la presencia de dos noticias referidas a atletas femeninas en su portada, una de ellas ocupó la plana principal del apartado de deportes y era referida a la futbolista Juana Cangaro.

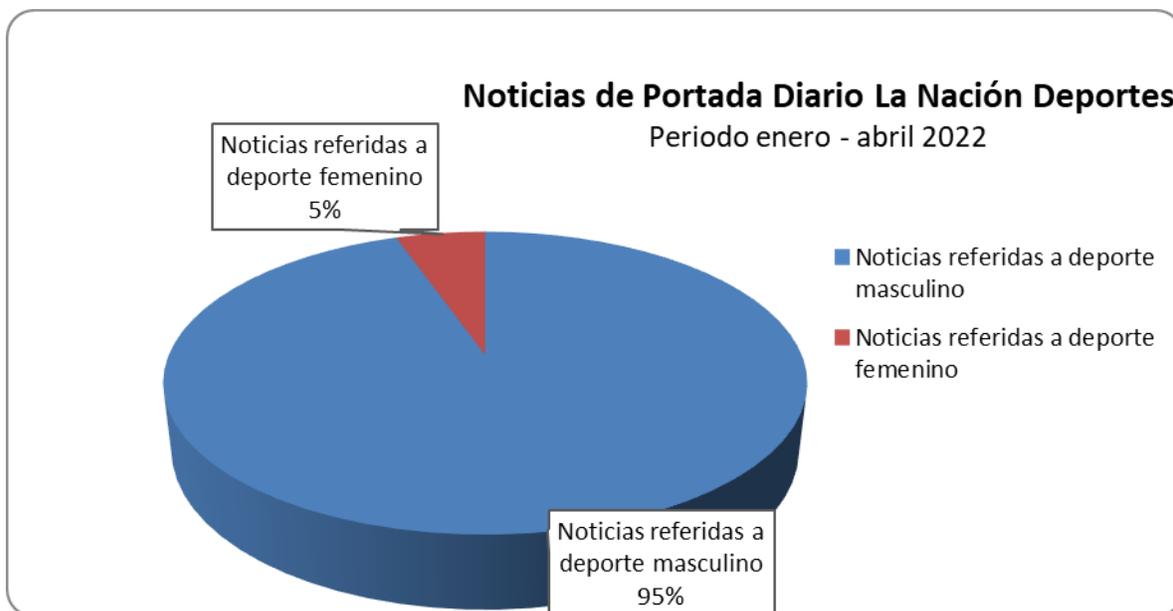
De este relevamiento general, surge que el Diario Clarín es el que menor cantidad de espacio le dedicó al deporte femenino durante este período. Tan solo fue una noticia en el mes de marzo, pero al ser el diario con menor cantidad de noticias en portada, maneja porcentajes similares de cantidad que el Diario Olé. A continuación se observa una figura que revela la preponderancia del deporte masculino por sobre el femenino en este periódico.

Figura 1: Noticias de portada del Diario Clarín Deportivo vinculadas a deporte masculino y femenino durante el periodo enero-abril del 2022



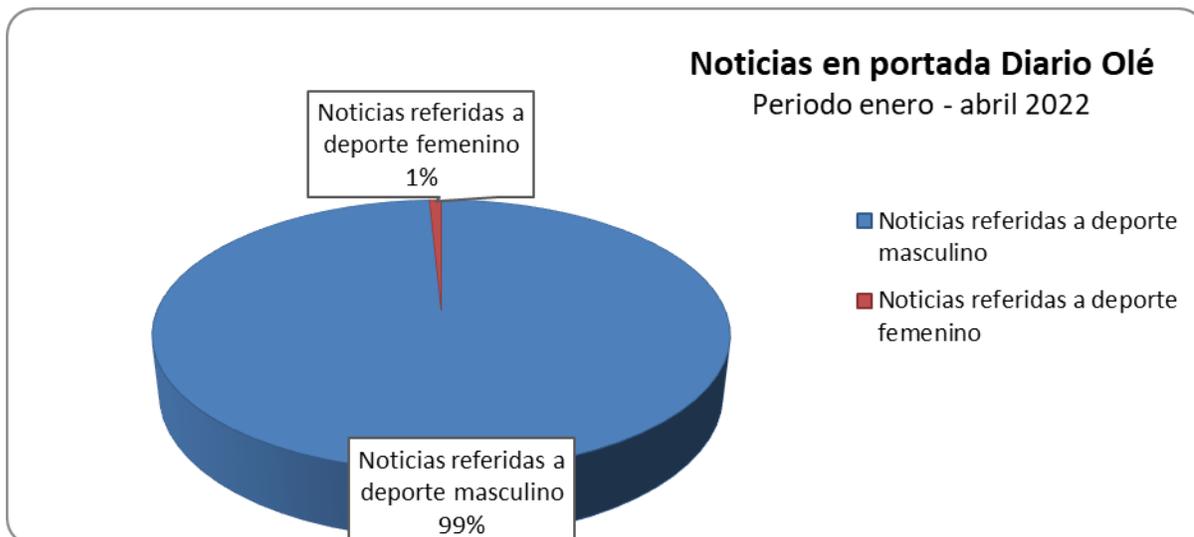
Por otra parte, del análisis de datos realizados se revela que el diario La Nación es el que más espacio le dio al deporte femenino en su suplemento deportivo. Fueron 18 las notas referidas a prácticas deportivas femeninas con la particularidad que dos de ellas fueron la noticia principal de la portada. Es por eso que el gráfico demuestra que es el periódico con mayor porcentaje de información referida al deporte practicado por mujeres entre los relevados.

Figura 2: Noticias de portada del Diario La Nación Deportes vinculadas a deporte masculino y femenino durante el periodo enero-abril del 2022



El Diario Olé, por su parte, tuvo una escueta cantidad de noticias referidas al deporte femenino en su portada. En total, fueron solo cuatro de las cuales una ocupó la plana principal del único diario deportivo que tiene la Argentina. Esto provoca que estadísticamente, cuente con un relevamiento sobre el deporte femenino de similares características al del Diario Clarín.

Figura 3: Noticias de portada del Diario Olé vinculadas a deporte masculino y femenino durante el periodo enero-abril del 2022



Más allá de lo reflejado por las estadísticas, existe la percepción de las propias periodistas deportivas sobre lo que sucede con el deporte femenino en la Argentina. Las dos consultadas coincidieron en que aún se está lejos de lograr cierta igualdad en la divulgación de los hitos deportivos femeninos.

La participante uno aseguró que la gran primera referente que se llevó la atención de las portadas de los diarios fue la extenista Gabriela Sabatina, recién al final de la década de 1980. "No se las posiciona de la misma manera que a los varones. No se les da la importancia que tiene cuando está en la cima. Les cuesta el triple o el cuádruple cuando están desarrollando su carrera", sostuvo la primera de las consultadas.

La periodista especializada en comunicación deportiva aseguró que se trata de un problema estructural. "El deporte femenino no tiene acompañamiento pero eso va desde cómo se percibe el deporte en nuestro país. Las nenas en los establecimientos educativos no se le dedican actividades específicas para su desarrollo como sí a los varones", relató.

Por otro lado, la participante número dos, se mostró en sintonía con la otra comunicadora consultada. Aún así tuvo una mirada más optimista y aseguró que existe un crecimiento en el tratamiento de la información deportiva femenina en los medios masivos. "En los últimos años se ha brindado un mayor espacio en la prensa argentina a las deportistas mujeres. Aún no se ha equiparado con el otorgado al género masculino", remarcó.

Al referirse a los estereotipos machistas que predominan en algunos ambientes, ambas coincidieron en que romper con ellos llevará mucho tiempo. "En algunos deportes el rol machista y sexista continúa", señaló la participante uno que reveló una difícil situación que vivió en la Vuelta Ciclista de Mendoza donde excluyeron de la cobertura periodistas

mujeres por su género. "Tengo fe en que los nuevos movimientos sociales, educativos y deportivos basan sus ideas en las infancias libres, ajenas a estereotipos", sostuvo según la visión de la participante número dos.

Ese optimismo de la participante más joven de esta investigación es contrapuesto con el escepticismo que manifiesta la participante número uno de larga trayectoria en medios e instituciones educativas. "Es cierto que hay más mujeres dedicadas al periodismo deportivo, me llama la atención la mirada que tienen todavía los varones. No han cambiado mucho las cosas. Cuando se habla sobre género e inclusión tienen una mirada despectiva. Debería ser más fácil hablarla. Se podría introducir temas como la ley Micaela en los medios", manifestó.

Por último, ambas periodistas fueron consultadas sobre la aplicación de una ley de cupo de género en las redacciones periodísticas especializadas en deportes. La participante número uno se mostró en desacuerdo con esta posibilidad. "No creo que tenga que haber un cupo femenino en el periodismo. Si me parece, muy utópicamente, que las personas que trabajen en los medios sean recibidos. No creo que tenga que ser condición simplemente el hecho de ser mujer. La capacidad es lo que determinar, debe primar eso no el género", sostuvo.

La participante número dos también hizo énfasis en la capacidad de las periodistas que se inserten en los medios masivos pero no se mostró lejana a esta posibilidad. "Fue una buena iniciativa en materia de la lucha por la igualdad de género en el ámbito político. Considero que debería hacerse extensiva a todos los ámbitos laborales. Aunque personalmente opino que no debería ser necesaria una ley que obligue al sistema laboral a contratar o incorporar

a la mujer. Espero que en un futuro esto surja simplemente del reconocimiento de la igualdad entre todas las personas, focalizando en sus capacidades y no en su género", sentenció.

Discusión

El objetivo de esta investigación fue determinar cuál es el lugar que le da la prensa argentina a las mujeres que realizan prácticas deportivas, a través del análisis de los medios gráficos más relevantes del país. Cabe destacar que el abordaje de esta temática cómo se realizó en este proyecto no suele ser frecuente. Mientras que si se tienen estudios de similares características realizados en España y el Reino Unido que sirvieron como punta de lanza para el desarrollo de esta investigación.

La piedra fundamental para este estudio era conocer una estadística certera respecto al espacio que se le da a la práctica deportiva femenina en los medios especializados. Era imposible poder llegar a una conclusión respecto a ello sin saber cómo era la cobertura de los medios masivos sobre el deporte femenino. Para ello, fueron parte del análisis las portadas del diario Clarín, La Nación y, principalmente, el diario Olé que es el único periódico deportivo de tirada nacional que tiene la Argentina, durante los primeros cuatro meses del año 2022.

Así, se consiguió conocer que durante el período analizado tanto Clarín como Olé le dieron lugar al deporte femenino en el 1% de sus portadas. Mientras que el Diario La Nación, tuvo presencia de la práctica deportiva femenina en el 5% de las portadas



Una de las portadas del Diario La Nación con la extenista Gisela Dulko como protagonista (Fuente: La Nación)

Los resultados de este análisis, en su conjunto, arrojan que la prensa argentina está incluso por debajo de los estándares desprendidos de la Universidad de Cambridge (2016) y del estudio desarrollado por Sainz de Baranda (2011) en '(1979-2010): noticias y titulares. Estudios sobre el mensaje periodístico', quienes realizaron este tipo de análisis en el Reino Unido y España.

De la investigación de la Universidad se conoció que el deporte femenino ocupa el 4% del espacio en los medios especializados en épocas donde no se realiza una Copa del Mundo o un Juego Olímpico. Por otro lado, el estudio español indica que los cuatro periódicos deportivos de ese país le dedicaron el 5% de espacio a la práctica deportiva femenina entre los años 1979 y 2010. Mientras tanto, según se constató en esta investigación solo el 2,3% de las noticias de portadas de los periódicos analizados fueron dedicadas al deporte femenino. Una cifra más baja de lo esperado teniendo en cuenta los avances en materia de género que se dieron en la Argentina durante el último lustro.

Tanto el Diario Clarín como el Diario Olé registran índices inferiores a lo que consideramos la media nacional. Los dos periódicos registraron solo un 1% de noticias en portadas referidas a deporte femenino. Incluso, en el caso del Diario Clarín nunca la práctica de deporte femenina fue la principal noticia de portada. Por su parte, el Diario La Nación se encuentra con estándares similares a los que se analizaron en España y le sacó una importante diferencia al resto de los medios analizados.



La única portada con una noticia referida a deporte femenino como lo más destacado. (Fuente: Diario Olé)

Al hacer referencia a las limitaciones de la investigación debemos señalar que se realizó un muestreo de sólo el primer cuatrimestre del año 2022. Esta limitación, producto de la falta de material disponible para ahondar en este trabajo, no resulta inconveniente para un correcto análisis de los datos.

Es que aunque la muestra analizada solo se realizó entre los meses de enero y abril de 2022 no existía ningún tipo de estadística al respecto. De hecho, como se señaló

anteriormente, es una problemática que en nuestro país ha sido dejada de lado llamativamente. Por lo que se trata de un abordaje inédito para lo que tiene que ver con el análisis del deporte femenino y su relación con la prensa en el país.

Otro de los puntos pendientes de esta investigación tiene que ver con las dificultades para profundizar respecto al contenido de las noticias analizadas. Una de las metas específicas era intentar conocer sobre que escribían los medios cuando se hacía referencia a la práctica deportiva femenina. Sin embargo, al igual que sucedió con la prolongación del tiempo del análisis de las portadas, no se contó con el material disponible para profundizar en este sentido.

A pesar de estas dificultades se logró completar el resto de los objetivos de la investigación. Se quería conocer no sólo la cobertura del deporte femenino sino la perspectiva de las periodistas que están detrás de eso y que participan activamente del periodismo deportivo en medios de comunicación masivos.

Aunque se trata de una muestra menor debido a la cantidad de participantes, se logró extraer algunos fundamentos de las entrevistas realizadas a periodistas deportivas. Uno de los lineamientos era conocer la percepción sobre la evolución de la cobertura periodística deportiva en las mujeres.

Allí se pudo observar que la brecha generacional entre las dos entrevistadas, se llevan 15 años de edad, hace mella en su percepción sobre una comunicación deportiva masiva. Sin embargo, coinciden en que se experimenta un importante cambio en los últimos años con un mayor lugar para las mujeres en el periodismo.

Por otra parte, la aplicación de una perspectiva de género en el periodismo deportivo también fue un punto de coincidencia. Ambas entrevistadas coincidieron en la necesidad de implementar la ley Micaela en los medios que, como se señaló en el apartado introducción, está trabada en el Congreso de la Nación y de su tratamiento parece poco probable en el corto plazo.

La postura de ambas cambió al hacer referencia a la posibilidad de implementar una ley de cupo femenino en las redacciones de medios especializados en deportes. La participante uno, de mayor trayectoria, se mostró rotundamente en contra de esta posibilidad. Mientras que la participante dos fue en mucho menos tajante al asegurar que podría implementarse una media de este estilo pero que es necesario que prime la capacidad antes que el género.

Al analizar las miradas de ambas periodistas consultadas para este estudio podemos concluir que existe cierto optimismo por parte de las generaciones que recién están ingresando en el periodismo. Por el contrario, en quienes ejercen la profesión desde hace un tiempo, existe cierta falta de credibilidad sobre los cambios que se observan alrededor de la comunicación deportiva.

Aún así se puede establecer, de acuerdo las fuentes consultadas, que se está lejos de conseguir una paridad de género en el periodismo deportivo. Y sobre todo, que los grandes cambios de la comunicación masiva en materia de género aún son sólo una cuestión más de expectativa que de realidad.

Al hacer referencia al eje central de la investigación los resultados fueron sorprendidos. Como se señaló anteriormente, la media nacional respecto a las noticias referidas a deporte femenino en las portadas de los principales periódicos del país durante el periodo observado,

es incluso más baja que el índice más bajo que se tuvo que cuenta para el desarrollo de esta actividad.

Teniendo en cuenta los estudios de la universidad de Cambridge y los de Sainz de Baranda, la media internacional sería de 4,5%. En Argentina, los principales medios gráficos del país están dos puntos por debajo de ese índice tomado como referencia con tan sólo un 2,3% de cobertura en sus portadas. Esto da cuenta de un notorio desinterés por el deporte femenino en general.

Dentro del periodo analizado se observó como noticias de notorio interés por los adeptos al deporte fueron dejadas de lado por los propios medios. Una de las tuvo que ver con Estefanía Banini, una de las futbolistas más importante de la historia de nuestro país. La jugadora del Atlético de Madrid fue elegida dentro del once ideal de la FIFA, un hecho inédito en la historia del fútbol femenino. A pesar de este hecho excepcional, que incluía diferentes criterios de noticiabilidad al ser una figura pública y cercana al ser oriunda de Mendoza, sólo uno de los tres medios analizados le dio lugar en su portada. Demostrando así que el deporte femenino no tiene lugar ni siquiera con un hito de estas características.

El Diario La Nación se erige como el periódico que mayor trascendencia le da al deporte femenino en Argentina en relación con el resto de los diarios que fueron parte de esta investigación. A lo largo de los meses analizados se observó cómo la práctica deportiva femenina era uno de los puntos fuertes de sus portadas. Aún así sólo dieciocho noticias sobre las 317 analizadas estuvieron referidas a mujeres deportistas, lo que demuestra la absoluta disparidad de género que se registra en la prensa deportiva argentina.

El caso del Diario Clarín es incluso peor. Aunque cabe destacar que en sus portadas incluir en una menor cantidad de noticias, el deporte femenino prácticamente no existen las tapas de este periódico en su apartado deportivo. Es que de 131 noticias que ocuparon un lugar de la portada durante el periodo analizado, sólo una fue referida al deporte femenino y ni siquiera ocupó un lugar preponderante.



Solo un pequeño recuadro fue dedicado para la tenista Paula Badosa en la única noticia de portada referida a deporte femenino. (Fuente: Diario Clarín)

Al hacer referencia al Diario Olé la estadística coincide con lo reflejado por el Diario Clarín. Cabe destacar que a pesar de ser parte del mismo grupo de medios, estos dos periódicos cuentan con redacciones totalmente independientes entre sí. Por eso, llama la atención que se refleje el mismo porcentaje de inclusión del deporte femenino en sus portadas. A lo largo del período analizado fueron solo cuatro las noticias referidas a la práctica deportiva femenina que formaron parte de este diario. Lo preocupante es que actualmente no hay otro diario deportivo de similares características en Argentina y el desinterés por el deporte realizado por mujeres es notorio. Aunque durante los últimos años

en las principales noticias de este periódico se la llevaron Boca y River, los dos clubes más populares del país, aún así sorprende el ínfimo lugar que le queda a la práctica deportiva femenina. Es que al trazar un paralelismo con lo sucedido en España, el diario le dedica sólo una cuarta parte de lo que le dedicaban los diarios deportivos españoles entre 1979 y 2010, donde el deporte femenino tenía incluso un lugar más apartado.

Al observar una estadística de investigación y el contenido de la información recolectada podemos augurar que, al menos en la Argentina, sólo el surgimiento de una estrella que domine completamente el deporte que practique provocaría un incremento en el interés de los medios masivos de comunicación dedicados a la práctica deportiva. Por lo pronto, podemos concluir que el deporte femenino ocupa un lugar marginal dentro de la prensa argentina según se desprende del análisis de los periódicos investigados para este estudio.

Dentro de las cuestiones en la que se podría ahondar figuran la posibilidad de analizar un periodo más prolongado de tiempo y también hacer énfasis en lo que sucede con los medios especializados en deportes durante un juego olímpico, un juego panamericano o la copa mundial de fútbol femenina. También se puede intentar, con la inclusión de grandes equipos de trabajo, el análisis de los contenidos de las noticias referidas a deporte femenino tal y como realizó la Universidad de Cambridge pero extrapolado a la prensa nacional. Lo cierto es que esta investigación puede servir como punto de partida para investigaciones futuras y para conocer la evolución del lugar que le da la prensa argentina a las mujeres que realizan prácticas deportivas.

Referencias

Clarín, (11 de julio de 2018) Manoseos, besos e insultos: las periodistas deportivas brasileñas

piden que las dejen trabajar en el Mundial sin acoso”, recuperado de:
https://www.clarin.com/entremujeres/genero/manoseos-besos-insultos-periodistas-deportivas-brasilenas-piden-dejen-trabajar-mundial-acoso_0_H1xH4Xz7m.html

Clarín, (2022) Kiosco Clarín, la edición electrónica de Clarín. Recuperado de:
<https://www.kiosco.clarin.com/clarin/20220102>

Contento, Leandro. (15 de abril de 2022) Salvio: ¿por qué Boca no activó el protocolo de género?, *Diario Olé*. Recuperado de: https://www.ole.com.ar/boca-juniors/boca-juniors-salvio-protocolo-genero_0_dvct94YWeX.html

Diario Olé. (14 de abril de 2022), El mensaje de la ex pareja de Salvio. *Diario Olé*
 Recuperado de: https://www.ole.com.ar/boca-juniors/mensaje-magali-aravena_0_yLbANiojUI.html

Diario Olé. (14 de abril de 2022), ¡Los seguidores de Instagram que subió la mujer que estaba con Salvio en el incidente!, *Diario Olé* Recuperado de: https://www.ole.com.ar/boca-juniors/eduardo-salvio-incidente-sol-rinaldi_0_A7EUIPbHJX.html

Diario Olé. (2022) Tapas Olé. Recuperado de: <https://www.ole.com.ar/tapas-ole/>

Fontecha, Matilde (2017) El deporte se instala en las cavernas de la igualdad. Editorial Bernilde. Recuperado de: https://www.eldiario.es/euskadi/euskadi/deporte-ambito-discrimina-mujer_128_3523624.html

García García, Eloy (2005) Mujer y deporte. Desigualdades que se mantienen en el tiempo. Recuperado de: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100559.pdf

FOPEA (2018), La situación de las mujeres periodistas en Argentina. Recuperado de:

<https://www.fopea.org/la-situacion-de-las-mujeres-periodistas-en-las-redacciones-argentinas/>

Irigoyen, Juan. (30 de abril de 2022) El Barcelona - Real Madrid reúne a 91.553 espectadores, récord en un partido femenino en toda la historia del fútbol. *El País*. Recuperado de: <https://elpais.com/deportes/2022-03-30/el-barcelona-real-madrid-reune-a-91553-espectadores-record-en-un-partido-femenino-en-toda-la-historia-del-futbol.html>

K, Allen & Frisby, Cynthia. (2017). A Content Analysis of Micro Aggressions in News Stories about Female Athletes Participating in the 2012 and 2016 Summer Olympics. *Journal of Mass Communication & Journalism*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/318468495_A_Content_Analysis_of_Micro_Aggressions_in_News_Stories_about_Female_Athletes_Participating_in_the_2012_and_2016_Summer_Olympics/citation/download

Macías Moreno, Victoria (1999) Estereotipos y deporte femenino la influencia del estereotipo en la práctica deportiva de niñas y adolescentes , Granada. Recuperado de: <https://hazrevista.org/rsc/2018/05/los-medios-de-comunicacion-invisibilizan-el-deporte-femenino/>

La Nación. (4 de julio de 2018) Mundial Rusia 2018: periodistas brasileñas lanzaron una campaña en contra del acoso laboral”, recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/2150060-mundial-rusia2018-periodistas-brasilenas-lanzaron-una-campana-encontra-del-acoso-laboral>

La Nación. (2022) Kiosco La Nación, recuperado de: <https://edicionimpresa.lanacion.com.ar/la-nacion/20220102>

ONU (1993), Asamblea General de las Naciones Unidas. Recuperado de: <https://artecontraviolenciadegenero.org/?p=130#:~:text=La%20Asamblea%20General%20de%20las,mecanismos%20sociales%20fundamentales%20por%20los>

ONU Mujeres. La Covid 19, las Mujeres, las Niñas y el Deporte. Recuperado de: <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2020/Brief-COVID-19-women-girls-and-sport-en.pdf>

Sainz de Baranda Andújar, Clara. (2011). (1979-2010): noticias y titulares. Estudios sobre el mensaje periodístico. Madrid. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/38815006.pdf>

Sainz de Baranda Andújar, Clara. (2014). El género de los protagonistas de la información deportiva. Madrid. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/38815006.pdf>

