



Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

La mujer en el periodismo deportivo en Argentina

Autor: Juan Nicolás Branz

Legajo: 27219

Mentor de Tesis: Santiago Marino

A mi familia, los que están y los que ya no están,  
por haber confiado en mí en este paso por la universidad,  
como siempre lo hicieron, después de mi pésimo  
desempeño en el colegio secundario.

Al deporte, en general, y al periodismo deportivo,  
en particular, dos de mis grandes pasiones,  
que fueron la piedra fundacional de esta tesis.

A todos los profesores de la universidad,  
que nos enseñaron con mucho pasión  
y amor por el arte los diferentes contenidos.

A Santiago Marino, mi mentor, por su  
tiempo dedicado en los últimos seis  
meses para darle forma a este trabajo.

Y a Viviana Vila, Analía Fernandez Fuks, Sol  
Rodriguez Garnica y Ayelén Pujol por las entrevistas  
que fueron fundamentales en todo este proceso.

## 1. *Introducción y presentación del tema*

El presente trabajo de investigación se propone analizar la problemática de la baja representación de mujeres en el periodismo deportivo en Argentina, basándose principalmente en programas televisivos, que se detallarán más adelante. Este es un tema que surgió a partir de un gusto personal por el deporte, en general, y del consumo de periodismo deportivo, en particular, sumado a la posibilidad de conectarlo con el feminismo, movimiento que ha venido cobrando gran popularidad y lugar en la agenda de los medios de comunicación en los últimos años.

El rol de la mujer que en el pasado, en mayor medida y, cada vez menos en la actualidad, es víctima de violencia y socialmente invisibilizada, ha ido evolucionando y lo sigue haciendo a favor de la equidad de género. En los medios masivos de comunicación en Argentina se está generando cierta conciencia acerca de la situación que pueden estar viviendo diferentes mujeres víctimas de violencia o discriminación de género, por ejemplo. También diferentes manifestaciones a favor de los derechos de la mujer encuentran en los medios la manera más simple y efectiva de difundirse. Sin embargo, en el periodismo deportivo esa evolución no parece darse de la misma manera que en otros ámbitos, específicamente en términos de representación, que es lo que este trabajo busca estudiar.

Un dato objetivo de la realidad, que es lo que motivó en un principio la realización de este trabajo, es que en los principales programas deportivos en Argentina la presencia femenina no se ha equiparado a la masculina. Entonces, surgen diferentes interrogantes para intentar darle una explicación a dicho fenómeno. ¿Hay tan pocas mujeres en esos espacios porque simplemente no se sienten interesadas en comentar, analizar, debatir sobre fútbol, que es la actividad de los principales programas deportivos? ¿O, por el contrario, sí que les gustaría participar, pero no se les da ese lugar por ser un ámbito que históricamente ha sido ocupado por hombres? Esta dicotomía es interesante de pensarla porque abre la posibilidad de que se esté queriendo ver algo que en realidad no existe. Si ocurre lo primero no habría ningún problema con la disposición actual del periodismo deportivo en Argentina, pero si sucede lo segundo se nos presenta un problema que merece ser foco de análisis.

Hasta aquí vinimos hablando del periodismo deportivo puntualmente en la Argentina, pero resulta también interesante y útil a los efectos de esta investigación preguntarse por el contexto internacional. ¿Sucede lo mismo en otros países o es algo propio de la Argentina? En este punto se tocarán diferentes aspectos del contexto socio-cultural específico de la Argentina que rodea las canchas de fútbol en Argentina y que se replican en el

periodismo deportivo. Esta cuestión de los diferentes contextos es algo que se va a tener en cuenta, pero no será un elemento central en nuestro análisis. Simplemente ayudará para entender mejor el contexto argentino al ponerlo en perspectiva y compararlo con otras realidades.

Con el desarrollo del movimiento feminista, que está teniendo su auge en el siglo actual, se han visto ciertos cambios a nivel social en pos de generar igualdad entre hombres y mujeres, sobre los cuales resulta interesante preguntarse si se replican de la misma manera dentro del periodismo deportivo. ¿Porqué al periodismo deportivo en la Argentina, en su representación, le cuesta tanto más que a otros ámbitos el hecho de incluir ambos géneros? ¿Rechazar o no respetar de la misma manera a los hombres que a las mujeres dentro del ámbito del periodismo deportivo es una postura que adopta la sociedad por lo que ve en los medios de comunicación? ¿O, a la inversa, es algo que viene dado culturalmente y que los medios no lograron o no quisieron cambiar?

Para ordenar el análisis, este trabajo se va a dividir en diferentes capítulos o secciones. En primer lugar, y luego de la introducción y presentación del tema que es lo que hemos hecho hasta aquí, tenemos el marco teórico. Como lo dice su nombre es un capítulo exclusivamente teórico y será el punto de partida en esta investigación. Se analizarán una serie de conceptos que resultan de gran importancia a la hora de pensar la representación de la mujer en el periodismo deportivo en Argentina y son sobre los que se va a sostener el análisis. Tomaremos a diferentes autores que han estudiado las nociones de género, estereotipos de género, representación y la práctica del periodismo deportivo en sí, que serán muy útiles a los efectos de entender la baja representación femenina en el periodismo deportiva y los roles que ocupan las mujeres en este ámbito.

Luego, nos encontramos con el diseño metodológico. Se elegirá un corpus de programas deportivos de dos tipos. Por un lado, programas de debate y, por el otro, noticieros deportivos. Esta sección se encargará de describirlos detalladamente, incluyendo sus aspectos principales: horario y duración de los mismos, características de las personas que los conforman y los temas que desarrollarán, entre otras cosas. Además, aquí se dejará en claro que tomaremos una semana en particular y una sola de las ediciones de los noticieros, con el objetivo de tener un corpus más acotado y así evitar sesgos en la mayor medida posible. Y, por último dentro de esta sección, la metodología que utilizaremos será la de realizar entrevistas en profundidad a mujeres que se desempeñan en cuestiones que relacionen al deporte o, más específicamente, al fútbol en Argentina, con perspectivas de género. Se detallarán una serie de preguntas modelo, que servirán como

guía para las entrevistas, y a partir de las respuestas que obtengamos se irán abriendo diferentes temas en cada entrevista en particular.

La tercera sección, que es la que ocupará la mayor parte de este trabajo, es el desarrollo. Con la información obtenida a partir de las diferentes entrevistas que realizaremos, sumado a la palabra de especialistas que nos ofrecerán diferentes conceptos teóricos muy importantes a los efectos de nuestra investigación y con lo que obtengamos del visionado de los diferentes programas que forman nuestro corpus, estamos en condiciones de adentrarnos definitivamente en el análisis. El objetivo principal de esta sección será complementar cada uno de estos tres elementos para así desarrollar un análisis que nos permita dar explicaciones bien fundamentadas del rol que ocupan las mujeres en el periodismo deportivo en Argentina y el porqué de su baja representación. Se buscará, aquí, analizar más allá de lo que se ve a simple vista en la pantalla.

Por último, la sección que cierra este trabajo, antes de mencionar los textos que constituyen la bibliografía utilizada para el mismo, son las conclusiones. Esta es la sección en la que se exponen los resultados del análisis. Aquí se muestra qué es lo que obtuvimos del hecho de complementar los tres elementos mencionados anteriormente: el contenido de las entrevistas, la palabra de autores especialistas en el tema y el visionado de los diferentes programas. Si bien a lo largo del trabajo vamos a ir mencionando conclusiones parciales que van surgiendo en el análisis, en esta sección se mencionan todas ellas de manera organizada, logrando responder las diferentes preguntas que van a ir surgiendo a lo largo de todo el trabajo.

## 2. Marco Teórico

En primer lugar, un concepto muy importante para analizar es el de género y, muy relacionado con éste, los conocidos estereotipos de género. Para entender el segundo, debemos explicar el primero. Mientras el sexo es algo puramente biológico, que viene desde el nacimiento de las personas, el género es la construcción social que se hace del sexo. Es decir, la representación simbólica del sexo masculino o femenino en un contexto determinado. Dentro de un país específico como lo puede ser la Argentina, lo que se espera de una persona del sexo masculino o femenino no es igual a las expectativas que se tienen en otros lugares, simplemente porque operan bajo contextos culturales, sociales y políticos diversos. En este sentido, una persona que no se adecúe al comportamiento esperado en su cultura específica, puede verse y sentirse discriminada.

Esta discriminación da lugar al segundo concepto, el de estereotipo de género. Podemos definirlo como el conjunto de ideas preconcebidas sobre como se deben comportar las personas en función del sexo en los diferentes ámbitos como, por ejemplo, la familia y el trabajo. En tiempos donde en Argentina se desarrolla una revolución feminista de convocatoria masiva, con debate sobre la despenalización del aborto de por medio, hay una lucha por derribar dichos estereotipos de género, aún sin total éxito.

En el ámbito del periodismo deportivo, que es el que atañe al presente trabajo, las diferencias entre hombres y mujeres son muy marcadas, es un espacio en el que culturalmente se espera ver hombres antes que mujeres. Mariana Conde y María Graciela Rodríguez (2002), en un estudio denominado *'Mujeres en el fútbol argentino: sobre prácticas y representaciones'*, sostienen que *"es lógico que así sea (sobre la disparidad entre hombres y mujeres en el periodismo deportivo en Argentina), especialmente porque este deporte es una arena masculina y cotidianamente se observa, se vive, en los bares de la Ciudad de Buenos Aires, por ejemplo, en donde se juntan extensas plateas de varones a ver los partidos del campeonato local"*

Por su parte, De Barbieri (1993) sostiene, a nivel general, que *"en el campo de los estudios de género se presenta como principal objeto de estudio a las mujeres, sus condiciones de vida y de trabajo, la creación y la cultura producida por mujeres"*. La autora cuestiona esto porque si se quiere solucionar el problema de la dominación masculina frente a la subordinación femenina, se debe investigar a la sociedad en general y no solo a la mujer. La subordinación de la mujer frente a la dominación masculina está emparentada directamente con la manera en que se estructura y organiza la sociedad. En este sentido, es que cobran importancia los movimientos feministas. *"La subordinación de las*

*mujeres a los varones permanece anclada en instituciones normadas por el estado. Para su superación se requiere llevar el problema en todas sus dimensiones al ámbito público, espacio donde se ventilan y discuten las cuestiones fundamentales de la sociedad, en el que se perfilan las soluciones y se diseñan los caminos para lograrlas*". Si bien estos movimientos sociales y de mujeres existen en Argentina desde fines del S XIX y principios del S XX con pioneras como Julieta Lanteri y Alfonsina Storni, entre muchas otras, en la actualidad hay conciencia sobre esta lucha y se cuentan con las nuevas tecnologías de la comunicación que permiten una difusión a gran escala y hacer realidad esos reclamos.

Llevándolo al ámbito del periodismo deportivo, esta subordinación se hace más evidente por ser un ámbito que se ha entendido culturalmente que le pertenece al hombre exclusivamente. Y esto no sucede solamente en Argentina. Ruth Covarrubias estudia toda esta cuestión en el contexto mexicano y, citando a Carlos Godínez, conductor y cronista deportivo, dice lo siguiente: *"La mujer vende. Al ver una mujer atractiva en la televisión es garantía en muchas ocasiones, no siempre, de mejorar los niveles de audiencia. Y si las integras a un programa deportivo, siempre es una fórmula que funciona. En los hombres empezás al revés, cuando vas a meter a un hombre a trabajar en lo primero que te fijas es en su capacidad, en sus conocimientos, en su experiencia"*. Esto responde a los famosos estereotipos de género, determinada imagen de belleza que se espera ver en una mujer.

Otro concepto central a los efectos de este trabajo es el de representación. Tomando a Verón (1987), podemos definir representación como *"una particular construcción de sentido, producto de una operación de selección y síntesis, donde intervienen las gramáticas de producción y de reconocimiento"*. Es decir, qué significado tiene para una persona una determinada información que reciba. Cebrelli y Rodríguez (2013) abordan este tema haciendo una distinción entre representación social y representación en los medios. En ambos casos, hay un componente muy importante de subjetividad. Esos significados que se producen son el resultado de imágenes mentales que cada persona genera ante determinado estímulo y que le remiten a experiencias personales vividas o contextos situacionales particulares. Es por esto que hablamos de un componente subjetivo muy importante. Esto hace que diferentes personas, ante un mismo estímulo, produzcan respuestas diferentes, más allá de que puedan haber significados colectivos comunes compartidos por grupos de personas.

La representación mediática, por su parte, refiere a la imagen que se producen en los medios masivos de comunicación sobre una persona o una situación particular de la vida real. De la misma manera que en las representaciones sociales aparece la subjetividad de las personas particulares, en las representaciones mediáticas el punto de vista del

medio, su ideología, es fundamental para producir dichas representaciones. En esta línea, Cebrelli y Rodriguez hablan de una *“coenunciación, cuya intencionalidad significativa corresponde al encuadre del medio pero también al perfil, al género y, aún, al estilo del programa o sección en cuestión”*. Luego de que el medio atraviesa esta etapa de producción de sentido bajo su contexto ideológico particular, entra en juego lo que las autores denominan como *instancia público*. Esto es, la manera en que el público capta aquella información que recibe. Cuando hay una coincidencia entre ambas partes se produce un efecto de realidad, que es el buscado por las producciones mediáticas.

Y, por último, aunque no por eso menos importante, resulta importante definir la actividad del periodismo deportivo. Debemos, primero, tener en cuenta que existen claras diferencias con el periodismo en general, ya que hay ciertas cuestiones propio de lo deportivo que no son extrapolables a otras ramas del periodismo. Un elemento que definen al periodismo deportivo es la masividad. Tomando a Arango Forero (2005), *“difícilmente podemos encontrar una actividad convocatoria masiva superior a la alcanzada por unos juegos olímpicos o un campeonato mundial de fútbol. El deporte es, en suma, una actividad cultural imprescindible en la sociedad contemporánea”*.

Si nos referimos específicamente al fútbol profesional, que es el deporte por excelencia en Argentina, el periodista *“está en el medio de la pasión de los espectadores (hinchas), la violencia propia del juego, el frenesí comercial y publicitario que intenta sacar rendimientos incitando al consumo y la asimilación de varios hechos que ocurren a la vez, teniendo que seleccionar el más llamativo”* (Castañón Rodríguez, 2000). Bajo este contexto se impone que el periodista ofrezca una propuesta superadora para destacarse o sobrevivir en un medio que crece a pasos agigantados.

Como consecuencia de este carácter masivo, hay un relación que no se puede dejar de lado, y es el impacto que el futbol profesional puede tener a grandes niveles como, por ejemplo, en la política de un país. En Argentina la muestra más clara de esto ocurrió en 1978. Aquel año, *“la dictadura militar en Argentina se valió del campeonato mundial de fútbol organizado en ese país para mostrar una faceta muy diferente a aquella que hablaba de violaciones de los derechos humanos, torturas y desapariciones de miles de opositores al régimen”* (Arango Forero, 2005). Entonces, lo que parecía ser simplemente un juego, un fracaso o éxito deportivo que tiene bajo o nulo impacto bajo en la vida de las personas, se vuelve un espacio en el que se manifiestan intereses colectivos en el andar de un país.



### 3. Diseño Metodológico

Se tomarán como punto de referencia dos tríos de programas de los tres principales canales deportivos, *Fox Sports*, *Espn* y *Tyc Sports*, para enfocar este análisis. El primero estará compuesto por noticieros deportivos (*Central Fox*, *Sportscenter* y *Sportia*), mientras que el segundo serán programas de debate y análisis de fútbol (*90 Minutos de fútbol*, *Espn FC* y *Estudio Fútbol*).

	<b>Fox Sports</b>	<b>ESPN</b>	<b>Tyc Sports</b>
Programas de debate	90 Minutos de Fútbol	Espn FC	Estudio Fútbol
Noticieros deportivos	Central Fox	Sportscenter	Sportia

(Fuente: elaboración propia)

A simple vista se puede percibir una diferencia sustancial entre un trío de programas y el otro. Los que denominamos como de debate están dedicados principalmente al análisis de la actualidad de los denominados “clubes grandes” dentro del fútbol argentino: River Plate, Boca Juniors, principalmente, además de Independiente, Racing Club y San Lorenzo. También cubren las noticias de la Selección Argentina cuando se acerca un evento importante como una Copa América o una Copa Mundial de la FIFA, por ejemplo. En cambio, los noticieros deportivos, son simplemente informativos. A continuación se detallarán las características principales de cada uno de los programas, estableciendo diferencias y similitudes entre ellos y entre los dos grandes grupos.

#### 3.1 Programas de debate

Para empezar, el programa “90 minutos de fútbol”, que se emite por Fox Sports en el horario del mediodía (13 a 15 hs) de lunes a viernes, como los otros dos, es uno de los programas de cable más vistos en el territorio argentino y lleva ya doce temporadas desde su primera emisión el 5 de febrero de 2007. El staff estable durante las dos horas de programa lo componen su conductor Sebastián Vignolo y un grupo de cuatro periodistas de importante trayectoria en el periodismo deportivo: Daniel Arcucci, Diego Fucks, Marcelo Sottile y Federico Bulos.

Luego, van rotando al aire los corresponsales de los mencionados clubes grandes y de la Selección Argentina en sus bloques correspondientes: Alejandro Parmo (River Plate), Juan Fernández (Boca Juniors), Renato Della Paolera (Selección Argentina), Nicolás Brusco (Independiente), José Amado (Racing Club) y Juan Carlos Pellegrini (San Lorenzo). Además de todos ellos, el programa cuenta con tres ex-futbolistas y directores técnicos, quienes no salen al aire todos los días, van alternando. Ellos son Oscar Ruggeri, Carlos Aimar y Raul Cascini. Se da un debate acalorado, en el que vemos al aire un panel de entre siete u ocho personas, cuyo denominador común es que son todos hombres. Esto es algo que veremos que se repite en los demás programas de debate.

Tanto “Estudio Fútbol” como “Espn FC”, los otros dos programas de este grupo, plantean una dinámica similar, aunque con ciertas diferencias. El primero de ellos, además de hacer foco en los clubes grandes, también abarca noticias referidas a clubes de menor renombre como, por ejemplo, Gimnasia y Esgrima de la Plata, Estudiantes de la Plata, Rosario Central, Newells, Velez Sarsfield, Lanús y Tigre, entre otros. Como es evidente, en un programa de dos horas es imposible analizar y debatir sobre todos esos clubes, entonces se hace foco en los clubes grandes y se informan sobre el resto de los clubes mencionados cuando haya alguna noticia sobresaliente cada día en particular.

Este es también un programa con mucha historia. Se emitió por primera vez en marzo de 2002 y está conformado actualmente por su conductor Gastón Recondo y un grupo de otros cinco periodistas: Marcelo Palacios, Horacio Pagani, Leonardo Farinella, Esteban Edul y Juan Pablo Marrón. Estas seis personas, sumados a los corresponsales de los diferentes clubes y el periodista Gustavo Grabia, quien se encarga de llevar adelante una sección dedicada a hablar de la problemática de los barrabravas dentro del fútbol argentino, dan un total de casi 25 periodistas que forman parte de este programa y todos ellos son hombres.

“Espn FC”, por su parte, es un programa más similar a “90 minutos de fútbol”, en el sentido que cubre la actualidad de los clubes grandes y de la Selección Argentina exclusivamente. Es un programa más reciente que los dos anteriores, conducido por el periodista Guillermo Poggi y cuenta también con la participación de ex-futbolistas como Leonardo Astrada, Sebastián Domínguez y Juan Simón. Además, en este programa, al igual que en “Estudio Fútbol”, los diferentes corresponsales no salen desde el estudio, sino en diferentes móviles desde lugares estratégicos como, por ejemplo, el entrenamiento de los equipos que les toca cubrir o en los alrededores de algún estadio si se está próximo a un partido. Como corresponsales se destacan Javier Gil Navarro (River Plate), Diego Monroig (Boca Juniors y Selección Argentina) y Alejandro Ruzal (Independiente).

### 3.2 Noticieros deportivos

La diferencia más grande con el grupo anterior la encontramos en el tiempo que ocupan unos y otros semanalmente al aire. Mientras los programas de debate tienen solamente dos horas al aire, los noticieros deportivos emiten tres ediciones de lunes a viernes. En esas tres ediciones, Sportscenter totaliza 13 horas diarias al aire, Sportia 8 hs 30' y Central Fox 7 hs 30'. Ocupan una franja horaria similar: una primer edición por la mañana, que se puede extender hasta el mediodía según cada canal en particular; otra por la tarde; y la última comienza a la noche llegando hasta la medianoche.

Además, también podemos ver estos tres programas durante el fin de semana, aunque con menor tiempo al aire. Aquí hay una diferencia importante entre Sportcenter y los otros dos noticieros. El noticiero de Espn tiene 17 horas al aire durante el fin de semana, divididos en tres ediciones los sábados y los domingos. En cambio, Sportia y Central Fox emiten 4 horas 30' y 3 horas respectivamente, siendo este último el único sin ninguna edición algún día de la semana (los sábados).

<b>Noticieros Deportivos</b>			
<b>Lunes a Viernes</b>			
	Central Fox (Fox Sports)	Sportia (Tyc Sports)	SportsCenter (Espn)
Primera Edición	10 a 11:30 hs	8 a 13 hs	10 a 15 hs
Segunda Edición	15 a 18 hs	18 a 19:30 hs	17 a 21 hs
Tercera Edición	21 a 00 hs	23 a 00 hs	21 a 01 hs
<b>Sábados</b>			
	Central Fox (Fox Sports)	Sportia (Tyc Sports)	SportsCenter (Espn)
Primera Edición	_____	8 a 10 hs	12 a 15 hs
Segunda Edición	_____	18 a 19:30 hs	17 a 18:30 hs

Tercera Edición	_____	_____	20:30 a 00 hs
<b>Domingos</b>			
	Central Fox (Fox Sports)	Sportia (Tyc Sports)	SportsCenter (Espn)
Primera Edición	15 a 16 hs	22 a 23 hs	12 a 15 hs
Segunda Edición	18 a 19 hs	_____	17 a 19:30
Tercera Edición	23:30 a 00:30 hs	_____	20:30 a 00 hs

(Fuente: elaboración propia en base a información sacada de la programación ofrecida en los sitios web oficial de las canales)

Esta cuestión de que los noticieros tengan mucho más tiempo al aire que los programas de debate hace que se abarquen contenidos mucho más diversos. No se dedican únicamente a abordar la actualidad de los “clubes grandes” de fútbol argentino y de la Selección Argentina, sino también a informar sobre lo que sucede a nivel futbolístico en distintas partes del mundo, especialmente en las principales ligas europeas (Inglaterra, España, Italia, Alemania y Francia) y también abarcan otros deportes. El tenis, por ejemplo, es un deporte al cual se le da mucho espacio en Sportscenter cuando se disputa alguno de los cuatro torneos de Grand Slam, por ser Espn el canal que transmite esos torneos. Además, es la única señal con un programa dedicado exclusivamente a ese deporte (Espn Tenis). Y, tomando los tres noticieros, cuando se disputa un evento de la dimensión de juego olímpico hay una cobertura masiva de todos los deportes, con el foco puesto en la participación de los deportistas argentinos.

Es un tipo de programa en los que vemos cierta participación femenina. En primer lugar, en Sportscenter vemos cinco mujeres, que se van rotando al aire. Son tres periodistas (Agostina Larocca, Andrea Schettino y Gemma Soler, siendo esta última una corresponsal que informa, desde España, sobre la actualidad de los clubes más importantes de aquel país), una deportista (Mercedes Margalot, ex jugadora de la selección argentina de hockey sobre césped) y una modelo (Cecilia Bonelli).

Y, por último, en Central Fox, vemos a tres mujeres, Alina Moine, Luciana Rubinska y Agostina Scalise. A lo largo del trabajo veremos que el rol que ellas tienen es diferente, ya que, especialmente las dos primeras, son periodistas con una cierta trayectoria,

quienes toman un papel protagónico en la conducción del noticiero. Scalise, por su parte, también periodista, es una mujer que recién está dando sus primeros pasos en esta profesión e integra el noticiero luego de haber trabajado para el sitio web oficial del Club River Plate y participar sin mucho protagonismo cubriendo las noticias de dicho club en el mencionado programa “90 minutos de fútbol”.

Se tomará una semana en la programación de los seis programas mencionados, la del lunes 8 al viernes 12 de julio de 2019. La única edición de los programas de debate, por un lado, y la tercera edición de los noticieros deportivos, por el otro. Se eligió esa edición de los noticieros por ser la única en la que la duración es casi igual en todos (4 horas Sportscenter, 3 horas Central Fox y 1 o 2 horas Sportia) y por ser una edición en la que la franja horaria es prácticamente igual (Ver tabla).

El hecho de que se emitan todos los programas de cada grupo casi en el mismo horario plantea un problema que es la imposibilidad de realizar el visionado de todos esos programas en vivo en la semana elegida para el análisis. Ante esto, la tecnología que el servicio de Cablevisión Flow ofrece aparece como una solución, ya que nos permite ver los diferentes programas hasta 24 horas después de haber sido emitidos, con la posibilidad de poner pausa y rebobinar cuantas veces sea necesario dentro de ese tiempo.

El análisis al momento de ver los programas se centrará en responder preguntas como las siguientes: ¿Qué tipo de noticias cubren las mujeres en los programas en cuestión? ¿En qué momentos aparecen solas o acompañadas por otra mujer y en qué momento aparecen acompañadas por un hombre? ¿Qué tan protagónico es el rol de la mujer en cada uno de esos momentos, si es que existe alguna diferencia? ¿Existe alguna diferencia en cuanto a la vestimenta que utilizan mujeres y hombres? De esta manera podremos ver qué rol ocupan las mujeres, en los programas que hay presencia femenina, en comparación con los hombres.

Además, se harán entrevistas en profundidad para encarar este trabajo. Se entrevistarán a mujeres que en el día a día se desempeñan en cuestiones que relacionan al fútbol, o al deporte en general en la Argentina, con miradas de género. Serán mujeres que, desde su lugar, buscan modificar o se cuestionan ciertas condiciones que están establecidas como “normales” dentro de los estadios de fútbol, o dentro del periodismo deportivo de Argentina, y que ponen a la mujer en situación de desigualdad frente a los hombres. A continuación un listado de preguntas modelo que se replicarán con ciertos matices en todas las entrevistas, abierto a que a partir de las diferentes respuestas de las entrevistadas surjan nuevas preguntas y se encare cada entrevista de manera diferente:

- ¿Qué fue lo que te motivó a iniciar periodismo deportivo?

- ¿Como fueron tus comienzos en esta profesión?
- ¿Cuál fue tu camino para llegar a ocupar el cargo que ocupas en la actualidad?
- ¿Qué obstáculos tuviste que sortear en una carrera y una profesión que es predominantemente masculina?
- ¿Que necesita tener una mujer para superar eso?
- ¿Crees que esta baja representación de la mujer en el periodismo deportivo es por que se sienten inhibidas a involucrarse en esos espacios?
- ¿Crees que una mujer puede llegar a lo máximo dentro del periodismo deportivo, como podría ser conducir un programa de los de mayor audiencia? ¿O las mujeres tienen un techo más bajo que los hombres?

Las entrevistas serán el elemento central en el desarrollo de este trabajo, pero no lo único que tendremos en cuenta. Con el fin de analizar e intentar explicar la baja representación de mujeres en el periodismo deportivo en Argentina, que es el objetivo central de esta investigación, se buscará complementar las entrevistas con los diferentes conceptos que mencionamos. Esa información teórica, en la que veremos que se sostiene esta investigación, hace referencia a trabajos de diferentes autores que estudian, con una marcada perspectiva de género, a las mujeres dentro de un ámbito tan masculinizado en Argentina. Y se analizará de qué manera se aplican dichos conceptos al contenido obtenido de las entrevistas.

Lo que las entrevistadas vayan diciendo reflejará cómo toman ellas la baja presencia femenina en el periodismo deportivo en Argentina, pero no quiere decir que sea la realidad. Esa visión que tengan estará formada, muy probablemente, por sus experiencias personales vividas dentro del ámbito del deporte siendo mujeres. Será algo que tendremos en cuenta dentro de un análisis global. A partir de ese análisis global, contenido teórico más entrevistas, podremos corroborar o rebatir una cosa con la otra e ir sacando conclusiones parciales hasta llegar a una idea clara sobre la situación que queremos estudiar.

Las entrevistadas son mujeres que trabajan esta cuestión en el contexto específico de la Argentina y argumentan con una mirada particular, que es la que obtuvieron a través de su formación y de sus experiencias personales. Si tomáramos esto como lo único en el análisis, estaríamos dejando de lado una parte de la realidad. Es por esto que tomamos estudios de diferentes autores, tanto hombres como mujeres, que analizan diferentes contextos, no sólo el de la Argentina. De la misma manera, si tomáramos solamente estos trabajos y no las entrevistas, también estaríamos dejando de lado una parte de la reali-

dad. Así, considerando todos estos elementos, obtendremos un análisis completo librandonos de sesgos en la mayor medida posible.

Dicho todo esto se buscará contrastar el análisis de lo veamos en la pantalla con lo que obtengamos como información importante para ser tomada en cuenta de las entrevistas y también lo que nos ofrecen diferentes especialistas que han trabajado académicamente alguna cuestión que se pregunte por el rol de la mujer dentro del periodismo deportivo y/o dentro del fútbol en la Argentina.



Universidad de  
**San Andrés**

#### 4. Desarrollo

Para comenzar con este análisis, debemos tener en cuenta ciertas consideraciones de fondo. Al hecho de que haya una bajísima representación de mujeres dentro del periodismo deportivo en Argentina, que es lo que buscará explicar el presente trabajo, lo precede que el género femenino ha sido excluido de los estadios de fútbol y de su práctica mucho antes de que existan los medios de comunicación masivos y, menos aún, programas de análisis de fútbol en televisión. Hablamos de fútbol porque es el deporte que acapara casi la totalidad de las informaciones que se muestran en los programas deportivos en Argentina. Por lo tanto, se deduce que si las mujeres son discriminadas dentro de la práctica deportiva del fútbol en la Argentina, lo mismo va a sucederles en un ámbito, como el periodismo deportivo, que se dedica a analizar ese mismo deporte. Ante esto, surge preguntarse porqué es que las mujeres son dejadas de lado dentro del fútbol en Argentina.

Conde y Rodríguez (2002), desde una perspectiva histórica, empiezan por dar una respuesta a ello. *“Si se rastrea la historia del fútbol desde un punto de vista de género, la captura por las instancias de escolarización primero, de esparcimiento después y de profesionalización por último implicó dejar afuera a las mujeres. Con la modernidad, la práctica, el discurso de esa práctica y su representación se constituyeron como un mundo masculino, donde las reglas objetivas y los valores que en ellos circulan pertenecen a su dominio”*.

Las diferentes entrevistadas, muy comprometidas con la causa feminista dentro del fútbol en Argentina, si bien no están dedicadas específicamente al estudio de medios de comunicación masivos aplicados al deporte, tienen una visión clara al respecto. El hecho de que el periodismo deportivo al que hacemos referencia en este trabajo esté ocupado en su enorme mayoría por hombres es una realidad a la vista de cualquier persona y, más allá de que coinciden en que debería ser más equitativa la proporción, tienen opiniones divididas para explicar este fenómeno.

Viviana Vila, periodista y locutora que se desempeñó como comentarista de fútbol de primera división para la Tv Pública entre los años 2012 y 2017, sostiene, sin dudar, que se ven muy pocas mujeres en este tipo de programas porque se sienten inhibidas a involucrarse en un espacio tan masculinizado. *“Muchas y muy prestigiosas me han dicho ‘yo nunca podría comentar’. Cuando opinas, opinas con la impronta del vivo. Hubo falta en el área y la única voz que analiza eso en ese momento es la del comentarista del único canal que lo transmite. Entonces, muchas mujeres me decían ‘ni loca te comento un parti-*



*do, déjame que siga informando, si querés el lunes lo analizo en un programa cuando ya vi la jugada muchas veces y escuche a otros'. Quizás estas mujeres que me dicen esto saben más que los hombres”.*

En cambio, Analia Fernández Fuks, productora de radio e integrante de Latfem, medio de comunicación feminista, se inclina por pensar que la baja representación de mujeres dentro del periodismo deportivo en Argentina se debe a que, simplemente, no se les da ese lugar. Y, lejos de sentirse inhibidas, luchan revertir esta situación. *“Los lugares de mayor decisión están en manos de varones. Se cubren únicamente deportes masculinos y el lugar que se les da a las mujeres es de presentadora. Angela Lerena es la que más lugar esta teniendo, en TNT Sports. Viviana Vila también, pero llevo de la mano de Victor Hugo. Nati Jota (Natalia Jersonsky) está en ESPN, pero en el horario de menor audiencia y un programa que no es puramente deportivo. Entonces claramente no se les da el lugar”.*

Hay una cuestión generacional que podría ayudarnos a entender estas diferentes posturas. La primera de ellas comenzó a trabajar en el periodismo en el año 89', momento en el cual no había ni por asomo una conciencia feminista ni preocupación por la desigualdad entre hombres y mujeres como la que hay en la actualidad. Además, en su etapa como comentarista para la Tv Pública sufrió crueles críticas a través de las redes sociales, principalmente, por el simple hecho de ser una mujer comentando fútbol, que agravó esa situación. *“El hincha, en twitter, es un desastre. Desde 'chorra' para arriba me decían cualquier cosa. Y también hinchas enojados: si yo comentaba a Colón (club de Santa Fé, clásico rival de Unión de esa misma provincia) y decía que jugó horrible, después si iba a Santa Fé era como si fuera hincha de Unión o que había perdido el equipo por culpa mía. Esas cosas no se las decían a los varones, lo veía muy marcadamente. Yo acepto cuando me equivoco, pero hubo mucho ataque a mi persona”.*

Si bien no resulta central a los efectos de este trabajo analizar qué dicen sobre las mujeres los fanáticos de fútbol desde las redes sociales, como el ejemplo que mencionamos, esto puede servirnos para entender un mensaje que está establecido dentro de la sociedad argentina y que se aplica al periodismo deportivo: el rechazo a la inclusión de las mujeres en este ámbito. Y esto se traduce en una baja representación femenina en comparación con los hombres, que es lo que efectivamente queremos estudiar.

Por el contrario, Fernández Fuks, se desarrolló en la profesión en un contexto histórico, el de los últimos años, en el que hay una contención muy importante desde los colectivos feministas en pos de generar igualdad y denunciar públicamente situaciones de discriminación de género. Lo mismo que sucede en la sociedad argentina, en general, se

traslada al ámbito del deporte, en particular: diferentes situaciones que en el pasado, no tan lejano, se tomaban como “normales”, y que establecían diferencias claras entre hombres y mujeres, comienzan a cuestionarse realmente. Las mujeres, apoyadas en esos colectivos feministas, comienzan a darse cuenta que esas situaciones no tienen porque darse de esa manera y, entonces se contagian las voces de unas a otras para modificar la situación de las mujeres a futuro.

Un ejemplo muy claro de esto es la reciente profesionalización del fútbol femenino en la Argentina. El 16 de marzo de 2019 Claudio Tapia, presidente de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), y Sergio Marchi, secretario general de Futbolistas Argentinos Agremiados, oficializaron en una conferencia de prensa la creación de la liga profesional de fútbol femenino en Argentina. El contenido de esta profesionalización consistió en la firma de entre ocho a once contratos tanto para las jugadoras de la selección argentina como para las de los clubes de primera división. Además, la creación de una comisión destinada a hacer que los clubes cumplan las reglas de esta nueva liga.

Más allá de que esto se corre un poco del eje de análisis, que es la representación de las mujeres periodistas, lo hace parcialmente porque son dos actividades que van de la mano: la actividad de deportistas mujeres y la de las periodistas deportivas mujeres no corren por carriles independientes. Se entiende que sí se da un crecimiento de las deportistas en cuestiones de género, como es evidente que sucede con la profesionalización del fútbol femenino, esto se va a ver reflejado en la actividad de las periodistas. Por ejemplo, en el mundial femenino de Francia 2019, la periodista Daniela Katz fue la comentarista para la Tv Pública, algo que difícilmente podamos ver en un mundial masculino.

En cuanto al tema de la profesionalización del fútbol femenino, lo importante de analizar es lo que no se ve. Esa conferencia de prensa es simplemente la formalización de algo que muchas mujeres venían buscando hace tiempo. *“En 2018 en la Copa América las chicas de la selección argentina se pararon en la cancha haciendo el ‘topo gigio’ (gesto colocando las palmas de las manos detrás de los oídos en señal de protesta). Fue un hecho simbólico que quebró la situación del fútbol femenino en Argentina. Después de eso, TNT Sports y Crónica lo visibilizaron. El apoyo de ‘las pionera del fútbol femenino’ fue muy importante también. Ellas son las jugadoras que formaron parte de la primera selección argentina de fútbol femenino y que participaron del mundial de México en 1971 sin plata, sin apoyo, sin médicos y sin ropa. Y el detonante en todo este proceso fue el caso de Macarena Sanchez, jugadora de UAI Urquiza, quien logró pararse por todo el apoyo que tenía del movimiento feminista. Yo creo que todo esto hizo que se llegue a la profe-*

*sionalización. A partir de esto muchos mujeres salieron a hablar para explicar cuales son sus condiciones”, relata Fernández Fuks.*

El hecho de que las mujeres se contagien las voces unas a otras para hablar abiertamente de temas sensibles, se relaciona directamente con De Barbieri (1993). Como mencionamos anteriormente, la autora plantea, desde un punto de vista teórico, llevar este tipo de discusiones al ámbito público como la mejor forma para superar la baja representación de las mujeres frente a los hombres.

Llevado a la practica, un ejemplo claro de esto es la asociación River Feminista. Sol Rodriguez Garnica, periodista que su carrera la ha llevado para el lado judicial, pero que siempre se ha sentido interesada por lo deportivo, fue una de las pioneras de este movimiento de mujeres dentro del club River Plate. El hecho desencadenante para llevarlo adelante fue un spot institucional en septiembre de 2018 por el día del hincha de River, en el que no aparece representada la mujer hincha, ni las que practican deporte allí. *“Se nos ocurrió organizar alguna actividad dentro del club, ir preguntándonos que hace la comisión de mujeres en pos de generar igualdad y vimos que nada. Después, cuando fue lo del spot salimos con una campaña de concientización en las redes sociales para que se las visibilizara, reclamando la postura que toma el club”.*

Antes de que sucediera lo del spot, este movimiento empezó a surgir al ver que en River no se trabajaba en cuestiones de género como sí lo hacen otros clubes. En Rosario Central, por ejemplo, hubo un hecho de violencia en la vía pública de Fernando Tobio, jugador de la primera división del club rosarino. Se viralizó un video en el que se lo ve discutiendo con una mujer y en el que le da un empujón. Ante esto, el club lo sancionó con dos partidos sin jugar, una multa económica destinada a un centro de mujeres en Rosario y capacitaciones tanto para el jugador, como para todos los miembros del plantel. *“Esto cambia el paradigma porque no sólo se le muestra al jugador lo que hizo mal, sino que también se le ofrece herramientas para solucionarlo y evitar futuras situaciones de ese tipo. No se lo deja solo”.*

Este nuevo paradigma, como relata Rodriguez Garnica, se contrapone con la manera en que se manejó una situación similar en River. Fue el caso del colombiano Rafael Santos Borré, también jugador de primera división, quien recibió una denuncia por violencia de género. *“River no aplicó ninguna sanción para el jugador y la víctima por alguna razón no ratificó la denuncia, que es un paso necesario para que se inicie la investigación, entonces se cerró la investigación. Además, fue una noticia que se sacó a la luz en medio de la final de la copa libertadores entre River y Boca, tiempo después de que había ocurrido. Desde los medios de comunicación tampoco se dedicó tiempo al tema. Era el mo-*

*mento para impulsar movimientos de género en River y no se hizo nada”,* relata de esta manera, con un tono marcadamente crítico de la situación.

Esto que se ve en Rosario Central no es algo que se logró del día a la mañana, sino que se venía gestando a partir de la insistencia de grupos de mujeres que se organizaron para modificar cuestiones establecidas como normales dentro de un ámbito muy masculinizado. Ya en el año 2017, desde el club rosarino se hicieron presente en un encuentro nacional de mujeres en Resistencia, Chaco. Fue iniciativa de tres mujeres hinchas del club, que son apasionadas por el fútbol, pero que repudian totalmente ciertas cuestiones como, por ejemplo, las cantos de cancha, que son decididamente machistas, homofóbicos y discriminatorios. Fernández Fuks, siguiendo esa misma línea, se refería los cantos de cancha con una postura muy clara al respecto: *“Nunca me sentí cómoda con las canciones de cancha, ni escuchándolas, ni cantándolas. Yo no me voy a levantar a cantar peyorativamente a peruanos ni bolivianos. Eso ya no es como mujer, sino como persona. Por eso hoy en día me gusta ir a ver fútbol femenino, se habita la cancha de otra manera ahí”.*

En cambio, River Feminista es un movimiento muy reciente ya que, como mencionamos, empezó a surgir en septiembre de 2018. Algunos cambios se empiezan a registrar, aunque son muy leves. Por ejemplo, un spot institucional por día de la mujer el 8 de marzo de 2019 con el lema “Somos River”. Eso fue un cambio, según relata Rodríguez Garnica, en términos de comunicación, pero no se ve un trabajo desde una perspectiva de género marcada hacia adentro del club. Pero es un cambio que, sumado a lo que se vió en Rosario Central, invita a ser optimistas y pensar que con tiempo de trabajo se podrán cambiar cuestiones de fondo a futuro.

De la misma manera que la actividad de deportistas mujeres y de periodistas mujeres van en paralelo, como mencionamos anteriormente, podemos decir lo mismo de lo que ocurre en los estadios de fútbol y en el periodismo deportivo. Los cantos que escuchamos en los estadios de fútbol, machistas y homofóbicos, marcan una distinción entre macho y no macho, dándole una idea de superioridad al primero de ellos. Un ejemplo muy representativo de esto se ve cuando la hinchada de River, por citar un caso particular, canta, en un fragmento de una canción que se hizo popular tras ganar la copa libertadores 2015, *“... y que vas a hacer, si vos no tenés los huevos de River Plate”.* Este tipo de canciones deja de lado a las mujeres en los estadios de fútbol en la Argentina. No literalmente porque, como cuentan las entrevistadas, las mujeres siguen yendo a la cancha, pero les hace sentir que ese es un lugar que no les pertenece. Y esto termina por repli-

carse de la misma manera en la representación de las mujeres en el periodismo deportivo en Argentina.

Pablo Alabarces, escritor y sociólogo argentino, abarca esta cuestión. En un estudio del año 2015, analiza “Brasil decime que se siente”, canción de cancha de la selección Argentina que se hizo popular en el mundial de Brasil 2014. Es una canción dirigida a la selección brasileña, en la que se hace referencia al recordado partido de octavos de final del mundial de Italia 1990 en el que Argentina venció a Brasil con un gol de Claudio Paul Caniggia.

“Brasil decime que siente  
Tener en casa a tu papá  
Te juro que aunque pasen los años  
Nunca nos vamos a olvidar  
Que el Diego los gambeteó  
El Cani los vacunó  
Están llorando desde Italia hasta hoy  
A Messi los van a ver  
La Copa nos va a traer  
Maradona es más grande que Pelé”



Universidad de

San Andrés

Es una canción con una mirada claramente homofóbica, en dos momentos principalmente. Por un lado, según plantea Alabarces, “*vacunar es otra de las metáforas con las que los hinchas argentinos describen la penetración anal, forma máxima de señalar la superioridad del macho frente al no macho*”. Y, por otro lado, el autor sostiene que el hecho de calificar a Brasil como hijo de Argentina se está planteando que son niños, es decir, no hombres. Esta es solo una muestra más en las que en el fútbol, y específicamente en la rivalidad Argentina-Brasil, se busca establecer una “superioridad” desde la masculinidad, desde esa distinción entre macho y no macho, que mencionamos anteriormente y en la que haremos hincapié. En la época del mundial 1978 disputado en Argentina se popularizó una canción que decía ‘Ya todos saben que Brasil está de luto/son todos negros/son todos putos’. Ese cántico, que también refleja la profunda homofobia que hay en Argentina, busca mostrar, en términos de Alabarces, que “*nosotros somos machos: los brasileños no*”.

Otro tema importante es analizar si esto que vemos en la Argentina se replica de la misma manera en el contexto europeo, por mencionar un lugar que pareciera operar de

manera muy diferente a nivel social y cultural que la Argentina. Resulta interesante preguntarse como se tomaría en otros países lo que lo tocó sufrir a Viviana Vila en su etapa como comentarista para la Tv pública, que mencionamos anteriormente, por ejemplo. Este no es un elemento central en el análisis, pero es algo importante a tener en cuenta para entender el contexto que rodea a la baja representación de las mujeres en el periodismo deportivo en Argentina, que sí es el objetivo de este trabajo.

Tomando a Frydenberg (1997), hay una contraposición, que viene dada históricamente por diferencias socio-culturales, entre el fútbol en Inglaterra y el denominado fútbol criollo de Sudamérica, la cual se traduce a los medios de comunicación. Por un lado, el fútbol de caballeros y el compromiso ético individual propios del jugador inglés no se ven en el fútbol criollo, más caracterizado por un aspecto pasional, que llevó a prestigiar un tipo de honor masculino vinculado a la victoria. La masculinidad de los jugadores se defendía con éxito y guapeza. Esto fue entendido como disparador de violencia y, por lo tanto, como un elemento peligroso, por lo cual fue la calle el espacio que se configuró para jugar. Así, en cierta medida, fue dejándose afuera a las mujeres. Entonces, si se va dejando de lado a las mujeres en la práctica del fútbol desde sus orígenes en la etapa formativa, se va generando una cultura machista en torno al fútbol que se refleja en la baja representación de las mujeres en el periodismo deportivo.

Ese honor masculino, que está a flor de piel dentro del fútbol criollo, es el elemento principal a la hora de entender porqué las mujeres son marginadas en este ámbito en Argentina. Y se replica en diferentes lugares, incluido el periodismo deportivo. Archetti (1985) hace referencia, específicamente, a las hinchadas de fútbol y un elemento muy arraigado en la cultura argentina como son los cantos de cancha. El autor, quien fue pionero del abordaje antropológico de los deportes, sostiene que la disputa de jugadores profesionales dentro del campo de juego se traduce a las gradas, *“los hinchas ponen en juego no sólo el prestigio del club sino partes de su identidad posicional”*.

Y Alabarces (2015) argumenta en este sentido: *“la gran figura de la Copa (mundial 2014) para el público argentino fue, precisa y recursivamente, el público argentino. Los protagonistas de una gesta patria que los llevó a ocupar, como padres y machos, la casa del vecino (aquel mundial se disputó en Brasil). Porque, por su parte, negando el final de canción de los hinchas, Messi no “trajo la Copa” (Argentina perdería la final de aquel mundial contra Alemania). El consuelo, entonces, fue que por primera vez en la historia de las Copas del Mundo, la aventura brasileña no será recordada por goles épicos o atajadas descomunales, sino apenas por una melodía cantada a garganta batiente”*.

En cuanto a los cantos de cancha, Archetti sostiene que no hay una oposición entre hombres y mujeres, sino entre macho y no macho. *“La homosexualidad y la pubertad, dos categorías en las que un macho supuestamente no debería estar según las narrativas del fútbol criollo, se reflejan en los cánticos de la hinchada”*. La palabra ‘supuestamente’ es clave porque no existe un lugar en el que se diga como un hombre debe ser o debe dejar de ser, es algo que se ha establecido culturalmente de esa manera. Esto no está expresando una superioridad sobre las mujeres, las que no están incluidas dentro del público de cancha, sino, más significativamente, un sentimiento homofóbico junto con un temor oculto a ser considerado homosexual. Se cree que es superior quien más macho es, es decir, quien se encuentre más alejado de la homosexualidad.

Contra intuitivamente, aunque no desestimando a los autores mencionados, lo que sucede en la práctica es que en otros lugares la situación no es tan diferente como podría pensarse. *“En Alemania intentaron poner a una mujer comentando fútbol de primera división y la criticaron duramente. Es algo que sucede en todos los países. Entrar en esos espacios tan masculinizados hace que tengas que estar demostrando todo el tiempo”*, cuenta Fernández Fuks. Como fuimos desarrollando, y a riesgo de sonar repetitivo, si bien no nos importa tanto qué es lo que se dice sobre las mujeres en el ambiente del fútbol, esto resulta central para entender su baja representación. Al ser criticadas duramente se sienten inhibidas para integrar esos espacios de trabajo.

También hubo un caso muy relevante que fue el de Florencia Romano, la primer mujer arbitro en dirigir un partido de primera división en Argentina en 1996, quien denunció por discriminación de género a Julio Humberto Grondona, presidente de la AFA por aquel entonces, luego de que se la negara la posibilidad de trabajar tras haber egresado del Sindicato de Árbitros, al igual que los árbitros hombres. Y no es sólo discriminación puertas adentro de la AFA, también en los medios de comunicación. *“El diario Olé sacó una nota dedicada especialmente a analizar su desempeño. Nunca a un arbitro hombre se le hizo eso”*. Lo único bueno de eso, si es que puede verse de esa manera, es que hay lugar en los medios hegemónicos en lo deportivo para hablar de fútbol femenino y, por ende, hay lugar para que se represente debidamente las mujeres en el periodismo deportivo, el tema es ver de que manera se hace. Lo mismo se puede decir de la conformación de los principales programas deportivos: hay lugar para que las mujeres se desempeñen en ellos, y efectivamente lo hacen, pero el problema es ver que rol se les da. Esto lo desarrollaremos más adelante.

Matilde Fontecha, doctora en Filosofía y licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, no culpa a la sociedad Argentina en general por situaciones como las que

lo toco vivir a Florencia Romano, sino al contexto del periodismo deportivo y del deporte en general en nuestro país. Es un ámbito en el que no se ha evolucionado en materia de igualdad de género como si se puede ver en otros espacios.

Si bien hoy en día las mujeres tienen lugar como espectadoras dentro de los estadios de fútbol en Argentina, a nivel de las deportistas y periodistas mujeres todavía hay mucho por hacer. *“En los últimos Juegos Olímpicos de 2016 se equiparó la proporción de hombres y mujeres deportistas”, dice Fontecha. “Sin embargo, si analizamos la inferioridad de recursos económicos y humanos de la que dispusieron las deportistas, la ínfima proporción de mujeres en el Comité Olímpico Internacional, la vestimenta exigida por las federaciones y el tratamiento denigrante de las imágenes de los cuerpos de las deportistas en los medios, veremos que la cacareada igualdad es solo aparente”.*

Esto se conecta con el concepto de estereotipos de género, muy importante para analizar e intentar explicar la baja representación de mujeres dentro del periodismo deportivo en Argentina. Hay una idea de belleza, que es la esperada ver en una mujer que aparece en la televisión, y que no es la misma que se le exige a un hombre. Esto se ve reflejado en todas las disciplinas del periodismo, pero en el deportivo aún con mayor claridad. Siguiendo con la línea de Covarrubias (2015), esto puede llevar a que se elija a una mujer por su imagen más que por sus capacidades para comunicarse, analizar fútbol y desenvolverse frente a una cámara.

Calvo Ortega (2014), en su trabajo denominado *“La representación de la mujer y los roles de género en los informativos de televisión”*, ofrece una mirada sobre el concepto de estereotipos de género aplicado al periodismo deportivo. La autora plantea que a las mujeres dentro de este medio se la trata como un objeto, hay un marcado estereotipo sexista: *“aparecen como meros reclamos visuales sin valor noticioso, es decir, se presentan como mujeres acompañantes del hombre asumiendo el papel de objeto decorativo y/o sexual”*. Es una profesión muy masculinizada, en la que las mujeres que aparecen allí son las que logran adaptarse a ese estereotipo de belleza, que es lo que los hombres que consumen esos programas esperan ver de una mujer. Por lo tanto, hay una gran dificultad de acceso de la mujer a este tipo de espacios. *“La mujer periodista aparece con mayor frecuencia en los distintos canales, pero siempre por debajo del hombre y sin querer entrar en si estas mujeres responden o no a los cánones de belleza”*. Veremos que en los diferentes programas que forman nuestro corpus de análisis, el rol de la mujer no es tan secundario o decorativo como plantea la autora, pero tampoco podemos decir que su protagonismo se equipare al de los hombres. En definitiva un punto intermedio entre am-



bas posturas es lo que se ve en el periodismo deportivo en la Argentina, algo que desarrollaremos más adelante.

Este estudio también abarca la discriminación de género haciendo la distinción entre hombres y mujeres deportistas. Si bien no es lo que estamos buscando en nuestro análisis específicamente, es de gran utilidad para entender el machismo en el periodismo deportivo, que termina por verse en una baja representación femenina. Y, en este sentido, Calvo Ortega plantea que la manera en que se muestra a esas mujeres en los medios, la manera en que se reflejan sus éxitos o fracasos deportivos está distorsionada: *“cada vez son más las mujeres que incorporan la práctica deportiva como hábito llegando incluso a competir en altos niveles deportivos. Sin embargo, teniendo en cuenta los resultados de este estudio, la exposición de noticias no responde a criterios estrictamente noticiosos, lo que hace que la realidad sea mostrada de forma distorsionada”*.

Un ejemplo muy claro de esto fue el caso de Alexa Morena, representante de México en la disciplina de gimnasia artística. Tras haber competido en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro en 2016, ubicándose en el puesto número 31, y en el mundial de Qatar dos años más tarde, obteniendo la medalla de bronce, resultados inéditos para una atleta mexicana, en los medios de comunicación se elegía hablar de otra cuestión: su aspecto físico. El hecho de no tener la figura esperada para una gimnasta artística, que se visibiliza al participar en el evento más importante y de mayor magnitud al que puede llegar una atleta, un Juego Olímpico, le trajo complicaciones. No solo los medios no reflejaban su gran desempeño deportivo, sino que también la criticaron muy dura y cruelmente en las redes sociales, simplemente por no cumplir con ciertos requisitos estéticos. Racionalmente pareciera obvio que a una deportista se la debe evaluar por lo que es, por sus rendimientos deportivos, y que la belleza no tiene lugar en una competición, pero en el periodismo deportivo no está tan clara esa cuestión. Esto encuentra un paralelismo con el periodismo deportivo porque, como mencionamos anteriormente citando el trabajo de Covarrubias (2015), muchas veces se eligen mujeres para ciertos puestos basándose en la imagen que dan al aire, en el caso de los programas de tv, más que en sus capacidades para hacer periodismo rigurosamente.

Ayelén Pujol, periodista deportiva quien está trabajando en un libro periodístico narrativo sobre fútbol femenino llamado “Qué jugadora”, sostiene esa postura. *“No tengo dudas que a las mujeres se las elige más por su imagen que por su capacidad y esa es una exigencia que no corre para los varones. Horacio Pagani, por ejemplo, es un señor grande, pelado, con panza, todas características físicas que no le aceptarían a una mujer”*. Esto no quita que algunas de las mujeres que vemos en Fox Sports, Tyc Sports y

Espn estén capacitadas para ocupar esos lugares y, al mismo tiempo, se adecúen al estereotipo de belleza que mencionamos anteriormente.

Por un lado es entendible que en la televisión se cuiden ciertas formas en la presentación de los cuerpos porque es un medio en el que la imagen lo es todo, pero cuando se trata de las mujeres la exigencia es mucho mayor y, a veces, desmedida. Fernández Fuks relata una vivencia que grafica claramente esto: *“Angela Lerena se negó sacarse un suéter porque le pedían que muestre más. La tele juega con la imagen, pero lo que se le pide a las mujeres es mucho más que a los hombres. Nos importa más que tengas buena cintura, por más que sepas de fútbol. Esa es una decisión de los varones que ocupan cargos de poder, ahí hay violencia simbólica”.*

En esa misma línea, Pujol se pregunta porqué es que molesta tanto que las mujeres puedan apropiarse de un espacio dentro del periodismo deportivo. Ella ve que los hombres lo toman como una amenaza y eso genera violencia. La respuesta se puede encontrar en un componente cultural. Un ámbito tan masculinizado, que históricamente fue ocupado por hombres, puede generar rechazo al cambio si en un determinado momento se busca romper con una manera de entender al periodismo deportivo que viene de una misma manera a lo largo de muchos años.

Ese rechazo viene desde distintos lugares, pero principalmente de quienes ocupan cargos ejecutivos dentro de los principales canales deportivos de televisión en Argentina, aquellos periodistas hombres que tienen un rol en la toma de decisiones. *“Vi un montón de discriminación hacia las mujeres. Hice una pasantía en Clarín y, cuando se asignaban tareas, a la varones se les daba un club para cubrir y a las mujeres tareas menores como organizar la agenda de tv, ayudar al compañero encargado de las estadísticas, roles muy secundarios. Trabajé en Sportscenter y el productor periodístico manifestaba abiertamente que no le gustaba trabajar con mujeres. Era maltratador verbalmente, poco permisivo ante errores de una mujer y tenía un trato de ninguneo hacia las mujeres”.* Esto muestra que no es que las mujeres no se sientan interesadas en desempeñarse en tareas relacionadas con el deporte, sino que, por el contrario, se interesan, pero el medio las termina por expulsar, directa o indirectamente, o las hace sentir que ese no es un lugar al que puedan pertenecer.

Lo mismo que sucede en el ámbito del trabajo, se ve en la etapa formativa. Hay muy pocas mujeres estudiando las carreras periodismo deportivo, pero no porque ellas no quieran, sino porque es un ámbito que directamente les cierra las puertas. Desde su propia experiencia, Sol Rodríguez Garnica da cuenta de esta problemática: *“Empece a estudiar periodismo deportivo en el año 2009, pero fue imposible. Eramos 2 mujeres nomas.*

*En los medios tampoco habían casi mujeres. Me pase al periodismo general porque no vi ninguna posibilidad en el mundo del periodismo deportivo por el hecho de ser mujer, ya de por sí nos estaban relegando sin haber terminado de estudiar*". Es un ámbito que de modo la cierra la puerta a las mujeres y si ellas quieren entrar, metafóricamente hablando, deberán abrirla a la fuerza, a base de insistencia y militancia feminista para ganarse un lugar. Sucede que para que una mujer ocupe un cierto rol de importancia dentro del periodismo deportivo, deberá hacer un recorrido mucho mayor en la profesión que el que se le exigiría a un hombre, parten en una posición de desigualdad. De esta manera se explica la bajísima representación femenina, no solo en tv, sino también en radios y diarios.

Luego, también hay rechazo hacia las mujeres en el periodismo deportivo por parte de la audiencia, si nos referimos a tv, o las personas que en Argentina consumen periodismo deportivo en sus diferentes formatos. Y está directamente relacionado con todo lo anterior porque, si aquellas personas encargadas de tomar decisiones tienen una baja consideración de las mujeres en general, se baja una línea hacia el público que va a tomar eso como "lo correcto". El periodismo, inevitablemente, genera opinión en la gente. Esto lleva a que se prejuzgue negativamente al ver una mujer comentando y analizando partidos de fútbol y, como consecuencia de esto, se las critique de una manera muy cruel, no constructivamente, apuntando a una cuestión discriminatoria, más que a errores puntuales que pudieran haber cometido.

Los programas deportivos, al igual que todo tipo de programas de tv en canales de cable, se sustentan y se mantienen al aire gracias al negocio de la publicidad. Dicho negocio requiere que los canales eleven lo máximo posible su rating para que haya marcas dispuestas a publicitar sus productos o servicios en estos espacios y, para lograr esto, deben ofrecer aquello que su potencial público estará esperando ver al aire. Entonces, si como dijimos anteriormente, el periodismo en Argentina genera en la gente una opinión negativa sobre las mujeres analizando partidos de fútbol, así se explica su baja representación en esos espacios.

Si retomamos a Verón (1987), podemos entender porqué esas personas que consumen periodismo deportivo en Argentina producen un significado negativo y de rechazo, como vinimos diciendo, al ver a una mujer analizando y comentando fútbol. No podemos hablar estrictamente de la subjetividad de cada una de esas personas particulares, sino que esa representación que se hace de la mujer dentro del contexto específico de un programa deportivo atiende a significados producidos colectivamente, con el mensaje de los medios de comunicación, en este caso los deportivos, como un elemento fundamental. Es una representación social colectiva aplicada a los medios y desde los medios. A partir de

una cultura específica como la Argentina, que ha entendido históricamente al fútbol y al periodismo deportivo como un espacio exclusivamente masculino, se explica que las personas juzguen negativamente a una mujer que se le vea ocupando ese lugar. Algo que está tan fuertemente arraigado dentro de una cultura no se modifica repentinamente, sino que es un proceso lento y de mucho trabajo. Todo esto, lo que se dice y se piensa sobre ellas en el periodismo deportivo, lleva a que la representación de las mujeres en este medio sea muy baja.

En el contexto actual se van registrando algunas modificaciones en este sentido a favor de cierta igualdad, cosa que hace diez años eran impensadas. Ayelén Pujol, desde sus propias vivencias en su formación, describe y da cuenta de esa situación: *“Cuando yo me recibí en 2003 ni me planteaba como un problema la discriminación hacia las mujeres, lo tomaba como algo natural, era así. Hoy en día las mujeres sí se lo plantean porque hay toda una conciencia social de fondo. Hoy en días las chicas de 20 años vienen con otra formación. Yo tengo más años de vida siendo machista que feminista, las chicas de hoy en día tienen inculcado el feminismo desde pequeñas. Yo no lo podía ver con claridad en ese momento”*.

En el estudio específico de los programas que forman nuestro corpus, antes de adentrarnos en un análisis más profundo, resulta pertinente tener presente la principal diferencia que existe entre los dos grupos de programas. Mientras en los programas de debate vemos pura y exclusivamente a hombres, ya sean periodistas o ex-futbolistas, en los noticieros deportivos se registra cierta presencia femenina. Ya veremos que la manera en la que se representa a esas mujeres que forman parte de los noticieros es distinta a la manera en la que aparecen los hombres, pero al fin y al cabo es una presencia femenina que no se ve en los programas de debate.

Comenzaremos con los programas de debate, “90 minutos de fútbol”, “Espn FC” y “Estudio Fútbol”, exponiendo, a nivel general, algunas cuestiones que en este tipo de programas muestran ciertos rasgos machistas, hasta llegar a aspectos más específicos de cada programa en particular.

Entre de lunes 8 al viernes 12 de julio, la semana elegida para el análisis, se registran ciertas características en común entre estos tres programas en cuanto a los contenidos que se muestran. Por ser la semana posterior a la finalización de la Copa América, con la final entre Brasil y Perú y el partido por el tercer puesto entre Argentina y Chile durante el fin de semana, se dedica la mayor parte del programa al análisis de lo que dejó esta competición. Y a medida que avanza la semana se va destinando más tiempo al análisis.

lisis y la información de los clubes grandes del fútbol argentino, próximos a disputar competencias internacionales a fines del mismo mes de julio.

Por la ocasión especial de la disputa de la Copa América algunos de los integrantes de los programa salen al aire desde Brasil, sede de dicha copa, en los primeros días de la semana. Por ejemplo, en “90 minutos de fútbol”, además de Sebastián Vignolo, Oscar Ruggeri y Renato Della Paolera, quienes forman parte del programa en sus emisiones habituales, salen al aire desde Brasil Diego Latorre y Marcelo Benedetto, miembros de otro programa de Fox Sports, agregándose al programa del mediodía durante el mes que dura la copa.

Tanto en “90 minutos de fútbol” como en “Estudio fútbol” se percibe un debate acalorado y de mucho griterío en el que el tema principal es la continuidad del director técnico de la Selección Argentina Lionel Scaloni. La postura firme de quienes creen que debe dejar su cargo por ser un entrenador sin experiencia se contrapone con la de quienes lo respaldan tras haber tenido una buena participación en la Copa América y por haber renovado positivamente al plantel de la selección.

En un contexto de “debate caliente” con mucho griterío, para poder participar en el ida y vuelta del análisis se requiere imponerse a partir de una fuerte presencia al aire con voz de mando. En este sentido resulta difícil imaginar a una mujer como, por ejemplo, Agostina Scalise, periodista joven, imponerse ante periodistas hombres de 30 o hasta 40 años de trayectoria. Ella participó de “90 minutos de fútbol” en 2018 en la tarea de cubrir las noticias del club River Plate, pero sin una participación activa en el debate como sí lo hacían los corresponsales de los otros clubes, simplemente informaba. Así se explica, en parte, que Scalise haya dejado ese programa para pasar al noticiero “Central Fox”, que es solamente informativo.

Las mujeres no son relegadas, al menos en este caso particular, a papeles decorativos, porque formar parte del aire del noticiero de uno de las principales señales deportivas como Fox Sports es algo importante, pero sí que es el espacio que se les da a las mujeres dentro del periodismo deportivo en Argentina. Por el momento resulta difícil ver a una mujer formando parte de programas de debate en los que se analiza fútbol de manera muy pasional y con mucho griterío, como mencionamos anteriormente. Ese es un espacio que requiere tener un cierto saber sobre el juego de fútbol y cuestiones relacionadas con éste, algo que las mujeres podrían tener, pero se cree que les pertenece únicamente a los hombres, dejando a las mujeres para tareas simplemente informativas. En “Estudio Fútbol”, por su parte, ni en la semana de análisis ni a lo largo de su historia se han visto mujeres ocupando un lugar.

Un ejemplo que refleja de manera aún más clara y cruda esta visión machista en los programas de debate ocurrió en “90 minutos de fútbol” en 2018. Si bien excede a la semana elegida de análisis, resulta algo importante de tener en cuenta. El caso es el de Sofía Lovarello, asistente de piso, quien tuvo algunas apariciones fugaces en dicho programa. El caso concreto fue en la semana previa al debut de la Selección Argentina frente a Islandia en el mundial de Rusia. En esa emisión cada uno de los protagonistas del programa iban proponiendo la alineación y los jugadores que creían ideal para disputar ese partido y la producción del programa lo proyectaba en la pantalla que se ve detrás del conductor. En el momento que Lovarello va a decir su equipo, no sólo se lo hacen leer desde su celular sin proyectarlo, sino que la tratan como si no supiera nada de fútbol: “*No podés poner poner a Tagliafico de 4. El día de mañana puede estar conduciendo un noticiero*”, le dice Sebastian Vignolo, conductor del programa.

Por un lado, se destaca negativamente que el propio conductor coloque como techo para una mujer dentro del periodismo deportivo la conducción de un noticiero, sin siquiera contemplar la posibilidad de que pueda integrar un programa de debate. Y, por el otro, resulta cuestionable que a ella se la critique por un gusto personal como es “*poner a Tagliafico de 4*”. Si bien se da un debate sobre los diferentes equipos que proponen los hombres, a ninguno de ellos se le hacen comentarios de este estilo, simplemente analizan futbolísticamente. Además, se ve un cierto trato de ninguneo. No solo se la interrumpe sin dejarle decir dos jugadores seguidos en este juego de elegir al hipotético equipo, sino que en un momento el conductor agrega: “*Y no puede estar masticando un chicle, me parece imprudente... Porque se pone colorada, le da vergüenza?*”. Ese trato no se ve del conductor hacia los hombres que forman parte del programa, con ellos se ve una relación de más respeto.

En Espn FC, por su parte, el debate se presenta de manera diferente que en los otros dos programas. Hay un clima de mucho más respeto entre los diferentes integrantes del programa quienes se van turnando para hablar exponiendo sus diferentes puntos de vista y contraponiendo sus posturas. En este contexto aparece Morena Beltrán, una joven quien está dando sus primeros pasos en el periodismo. En ningún momento que veamos la pantalla se la va a ella sola, está siempre acompañada por un periodista hombre: Miguel Simón y/o Ignacio Meroni. Y, además, no aparece al aire todos los días de esa semana, ni tampoco todo el tiempo que dura el programa, como si lo hacen sus compañeros.

Los primeros dos días de la semana, cuando la Copa América aún es tema de los programas de debate, se realizan comunicaciones móviles con Brasil, donde se encuen-

tran los enviados y ex-futbolistas Sebastián Domínguez y Leonardo Astrada. En ese contexto Morena Beltrán forma parte del análisis de fútbol sobre la Selección Argentina, pero en ningún momento se la ve emitir una opinión propia sobre algún aspecto futbolístico. Se limita a expresar dichas opiniones indirectamente a través de preguntas a alguno de sus compañeros, quienes supuestamente tienen una voz más autorizada en el tema. Y en ningún momento los contradice, algo que sí se ve entre los hombres. Un aspecto muy valorable en este programa es la relación de respeto que se percibe entre todos sus integrantes, independientemente de su género.

Luego, en los noticieros deportivos se registra presencia femenina, aunque con ciertas características que detallaremos a continuación. La decisión de elegir para este análisis, de lunes a viernes, la última edición de los noticieros responde a que esa edición es en la que más se asemejan los diferentes noticieros en cuanto a duración y franja horaria de los mismos. Sin embargo, en la práctica del visionado de este grupo de programas esto no ocurrió tal cual lo esperando. Por ejemplo, los días jueves y viernes no hubo más que dos ediciones de Sportia como consecuencia del partido entre Rusia y Francia en el marco de la 'Volleyball Nations League' y la pelea de boxeo entre Anahí López y Debora Gómez en disputa de los títulos argentino y sudamericano peso mosca respectivamente, ambos televisado por Tyc Sports.

En Sportscenter, por su parte, no se eliminó ninguna edición, sino que se acomodaron los horarios. Esto sucedió el día jueves, por ejemplo. Con motivo del encuentro entre Argentinos Juniors y Colón de Santa fé por la Copa Sudamericana de fútbol, televisado por Espn, se mantuvo la programación habitual del noticiero interrumpiéndolo en el horario del partido (de 21 20 hs a 23 30 hs). Resulta pertinente tener esto en consideración para, ahora sí, adentrarnos a analizar la manera en que se ven representadas las mujeres que forman parte de estos programas.

A nivel general, hubo un total de trece emisiones debido a que Sportia, como mencionamos anteriormente, sólo tuvo tres ediciones esta semana. De esas trece ediciones, once tuvieron presencia femenina. Esas once ediciones estuvieron conformadas por uno, dos o tres hombres y una sola mujer, nunca únicamente mujeres, mientras que en las dos ediciones restantes vemos a dos periodistas hombres. El día lunes, los periodistas Gastón Recondo y Pablo Lamédica co-condujeron el noticiero de Tyc Sports, mientras que Jorge Barril y Alejandro Coccia hicieron lo propio en Sportscenter.

A su vez, en esas once ediciones vemos a cuatro mujeres diferentes al aire. Las periodistas Alina Moine, María José Lezcano y Agostina Larocca y Mercedes Margalot, ex

jugadora de la selección argentina de hockey. Además, un informe a modo de efemérides recordando la la semifinal del mundial 2014 entre Argentina y Holanda con la voz en off de Agostina Scalise. En cambio, en esas mismas once ediciones vemos más del doble de hombres al aire.

A nivel particular, cada uno de los programas presenta ciertas características y cuestionen que exponen el rol de la mujer desde un punto de vista particular, aunque también vemos similitudes entre ellos.

En primer lugar, Central Fox es el único de los tres noticieros que tuvo una organización idéntica durante los cinco días de la semana sin se interrumpido ni reprogramado por ningún evento deportivo que se superpusiera en su horario. Es un programa emitido todos los días de 21 a 00 hs co-conducido por una mujer y un hombre. La mujer fue todos los días Alina Moine acompañado el día lunes por Ariel Donatucci y los cuatro días restantes de la semana por Juan José Buscaglia, todos ellos periodistas. En comparación con los otros dos noticieros, ella es la mujer que toma un rol con mayor protagonismo de todas las mencionadas anteriormente. En ningún momento es relegada a un segundo plano por el conductor hombre, sino más bien todo lo contrario. Cuando van repasando las diferentes noticias del día se dividen equitativamente y no se registra distinción en las noticias que informan según los deportes. Por ejemplo, el viernes, día en el que se disputaron las semifinales de Wimbledon, uno de los cuatro torneos más importantes de tenis, la pantalla mostraba un resumen de cada semifinal con los puntos más importantes del partido y los conductores se turnaban para hablar en off sobre esos dos partidos. Lo mismo sucedía con otros deportes.

Una muestra clara de igualdad en este programa se da en el hecho de que Alina Moine también participa con un rol principal en los momentos que se da un cierto debate/ análisis futbolístico. Por ejemplo, cuando aparecen al aire Juan Fernandez o Mauro Palacios, corresponsales de Boca Juniors y River Plate respectivamente, tanto ella como el conductor que la acompaña les van haciendo preguntas que guían el debate sobre la actualidad de cada uno de esos clubes. Y según el tema que se vaya hablando cada día particular expone opiniones personales, que fue formando a partir de su extensa trayectoria en el periodismo deportivo.

Durante esta semana el tema principal en lo que respecta a la información de Boca Juniors refiere a la venta de unos de sus principales delanteros, Darío Benedetto, y la compra del venezolano Jan Carlos Hurtado en su reemplazo. Moine manifiesta una posición clara al analizar este tema, diciendo que eso es algo que puede perjudicar a Boca, a



días un importantísimo partido de octavos de final de Copa Libertadores, ya que Hurtado es un jugador con más futuro que presente, a diferencia de Benedetto que está establecido en el primer equipo hace ya dos años. Además, sostiene con seguridad que Ramón Abila debería comenzar como titular en los próximos compromisos de boca por delante de Hurtado. Sobre esto y muchos otros temas a lo largo de la semana, ella debate y analiza a la par de los hombres, como ocurriría en un programa de debate. La única, y no menor, diferencia es que en los noticieros el clima de debate es de mucho mayor respeto y tranquilidad, lo cual le permite desenvolverse de manera natural a una periodista mujer.

Tanto en Sportscenter como en Sportia no se ve un rol tan principal de una mujer como el que Alina Moine tiene en Central Fox. Ella es una periodista con una larga trayectoria en el periodismo deportivo. Retomó la conducción del noticiero de Fox Sports en este año 2019 luego de hacerlo durante doce años entre 2004 y 2016. Además, fue la conductora principal durante tres temporadas (2016-2018) de *Agenda Fox Sports*, un programa de noticias matutinas del deporte nacional e internacional. Y también es designada como conductora de diferentes eventos deportivos televisados por Fox Sports como, por ejemplo, el sorteo de la Copa Conmebol Libertadores en el año 2018.

Ese rol que Alina Moine tiene como una de las principales periodistas del canal, en los otros dos noticieros se ve en periodistas hombres. Por ejemplo, en Sportia vemos a Alejandro Fabbri, una eminencia en lo que refiere al periodismo deportivo en Argentina, como la principal figura, mientras que en Sportscenter Alejandro Coccia y Miguel Simón se destacan como los periodistas con mayor recorrido. Todos ellos en el periodismo deportivos desde hace más de 30 años.

Las mujeres que vemos en estos dos programas tienen un rol más secundario, se limita su importancia. En las terceras ediciones de Sportscenter hay dos mujeres (Agostina Larocca y Mercedes Margalot) que vemos al aire en diferentes momentos a la largo de la semana tomada para el análisis, pero en ningún momento ellas dos juntas. Siempre están acompañadas por un hombre e incluso llegamos a ver una emisión formada solo por hombres, como mencionamos anteriormente, el día lunes. Además, en este noticiero, no vemos a las mismas personas todo el tiempo. El día miércoles, por ejemplo, Larocca y el periodista Pablo Stecco salen al aire únicamente entre las 21 y las 23 hs, ya que después de eso el noticiero cubre el amistoso de pretemporada entre Boca Juniors y Xolos de Tijuana, relatado y comentado por dos periodistas hombres, Jorge Barril y Juan Ignacio Guillem.

Luego, a la hora de desglosar las apariciones de esas mujeres en este programa podemos seguir argumentando en este sentido. Cuando salen al aire los corresponsales de River Plate o Boca Juniors, todos ellos hombres, vemos a una de las mujeres y a un periodista hombre sentados en una especie de sillón individual dentro del estudio del noticiero, y debaten sobre la actualidad de esos clubes mezclando opiniones personales con la información que la traen los corresponsales. Sin embargo, a ninguna de ellas se las ve expresando opiniones personales convincentes sobre aspectos futbolísticos, como si lo vemos en Alina Moine, sino que hacen sus apariciones a partir de preguntas a alguno de los hombres que las acompañan en ese momento.

El rol de mayor protagonismo lo vemos cuando tiene que dar noticias de otros deportes. El tenis, por ejemplo, que en la semana de análisis se le dedicó cierta parte de la programación por estar disputándose Wimbledon, uno de los cuatro torneos más importantes, o también cuando se muestran resúmenes de partidos de fútbol de poca trascendencia como amistosos de pretemporada entre clubes que no son los denominados “grandes”. Ese es el único contexto en el que vemos al aire solamente presencia femenina.

En lo particular de Agostina Larocca y Mercedes Margalot, sus situaciones son diferentes. La primera es una periodista deportiva de 31 años, quien está dando sus primeros pasos en este ámbito, mientras que la segunda es una ex jugadora de la selección argentina de hockey y no tiene formación periodística. Larocca estudió periodismo deportivo entre 2013 y 2015 y ya para el año 2016 se desempeñaba en Sportscenter llegando rápidamente a conducirlo. Eso es algo que sería difícil de imaginar en un hombre, ya que los periodistas hombres que vemos conduciendo los noticieros deportivos en cuestión son todos mayores de 45 o 50 años. Además, se destaca, también como una distinción entre géneros, que los periodistas hombres hacen referencia, generalmente cuando comienza el noticiero, a su belleza. A veces se la ve vestida con vestidos que dejan al descubierto sus piernas, mientras que los hombres van siempre vestidos de traje.

Esto mismo lo podemos decir de Margalot, quien lleva algo más de tiempo en el periodismo deportivo. Sus primeras apariciones en Espn datan del año 2012 cuando se desempeñó como notera en los Juegos Olímpicos de Londres, en la tarea de cubrir los partidos de la selección argentina femenina de hockey sobre césped y realizando los reportajes a las jugadoras después de cada partido.

Como fuimos mencionando a lo largo de este trabajo, el periodismo deportivo de fútbol en Argentina es en el que queda reflejado de manera más clara una cuestión

machista. Así se entiende que Larocca, fuera de este noticiero, se desempeñe en la rama del rugby, haciendo la tarea de campo de juego en los partidos de los Jaguares, franquicia argentina que compite en el torneo Super Rugby, y forme parte de un programa de análisis y debate sobre rugby llamado *Scrum Espn*. Sería difícil ver a una mujer desempeñándose en esas mismas actividades dentro del fútbol.

Por último, en Sportia la representación femenina es aún menor. Tras haber finalizado la participación de la selección argentina en la Copa América el día sábado previo a la semana que tomamos para el análisis, comienza la semana de programación con un debate sobre diferentes cuestiones de lo que dejó esta competición: las polémicas declaraciones de Messi, el rendimiento de una selección argentina renovada y la continuidad del director técnico Lionel Scaloni, principalmente.

La mayor parte del programa, incluida la apertura con la presentación de los temas que se van a tratar durante el mismo, vemos únicamente periodistas hombres al aire. Incluso, hay un día, el lunes, en el que el programa es conducido exclusivamente por dos periodistas hombres, Gastón Recondo y Pablo Lamedica. Ese día Sportia no tiene una estructura tan propia de un noticiero, sino que hay un componente de debate más presente por sobre lo informativo, donde también se hace referencia a los principales temas de actualidad de los clubes Boca Juniors y River Plate, con la salida al aire de sus respectivos corresponsales, todos ellos hombres. Y se dedican únicamente los últimos diez minutos del programa para informar sobre otros deporte (tenis: la hazaña de Guido Pella llegado a los cuartos de final de Wimbledon) y noticias menos trascendentes de fútbol (resumen de los partidos de octavos de final de la Copa Africana de Naciones). Por lo tanto, no parece una casualidad que justo ese día sea el único de la semana sin presencia femenina al aire.

Luego, los otros dos días de esta semana en los que hay una tercera edición de Sportia, el martes y miércoles, son predominantemente informativos. En este contexto aparece la periodista María José Lezcano, aunque con un rol de menor protagonismo que las mujeres que mencionamos en los otros noticieros. Más allá de ser una periodista con una considerable trayectoria en Tyc Sports, Lezcano no aparece cuando se hace la apertura del programa, en la que se presentan los principales temas a tratar en el mismo. Esto lo hacen dos periodistas hombres, Alejandro Fabbri y Cristian Garofalo, quienes además de presentar el programa debaten de manera breve sobre el que sea el “tema del día”.

De la misma manera que en los otros programas, cuando se daban las informaciones de los clubes grandes del fútbol argentino, veíamos a las mujeres de manera

sostenida al aire conversando con los respectivos corresponsales, en este caso se ve una situación distinta. En lo que respecta a informaciones futbolísticas ella aparece esporádicamente. Generalmente la podemos ver anticipando brevemente algún tema que se va a tratar sobre River Plate, por ejemplo, al volver del corte comercial, pero nunca se la ve desarrollar un tema de este tipo en profundidad, ni dar opiniones personales, se limita a lo informativo. Cuando vuelven de la pausa y desarrollan en profundidad, Lezcano aparece acompañada por un hombre, mientras que al hablar de otros deportes la podemos ver sola al aire. Por ejemplo, cuando informan sobre la victoria de Roger Federer a Rafael Nadal en las semifinales de Wimbledon, es ella quien va narrando lo sucedido mientras la pantalla muestra las mejores jugadas del partido.

Otra mujer que aparece en Sportia es la periodista Cecilia Franco. No la mencionamos anteriormente porque, si bien participa como conductora en otras ediciones del noticiero, en la semana de análisis su aparición en la tercera edición del noticiero de Tyc Sports es muy secundaria. Simplemente la podemos ver en un breve segmento del programa en el que presenta, a pocos días del inicio de los Juegos Panamericanos 2019, una entrevista que se podrá ver el día sábado 13 de julio en 'Tokyo 2020', programa de Tyc Sports conducido por el periodista Gonzalo Bonadeo. Dicha entrevista es con Javier Conte, abanderado de la delegación argentina en dichos Juegos, y se muestran algunos fragmentos de la misma. Por último, lo que mencionamos anteriormente sobre la vestimenta de las mujeres periodistas se repite en Sportia. Si bien no las vemos vestidas de manera despampanante, se registra cierta diferencia con la vestimenta de los hombres. Lo máximo que podemos ver en un hombre es una camisa arremangada, mientras que las mujeres en este programa suelen usar polleras cortas que dejan al descubierto sus piernas.

## 5. Conclusiones

A modo de recapitulación de lo hecho hasta aquí hay tres elementos que constituyen nuestro análisis. Primero, el testimonio de diferentes mujeres que se desempeñan, no necesariamente de manera profesional, en roles que relacionan al periodismo y la práctica deportiva con perspectivas de género. Desde sus propias experiencias, la palabra de Viviana Vila, Sol Rodríguez Garnica, Analia Fernández Fuks y Ayelén Pujol fueron muy útiles ya que, si bien no iniciaron esas labores en un clima social como el actual que tiene gran conciencia de la lucha por la igualdad de género, están muy comprometidas con la causa y sus testimonios obran en consecuencia.

Luego, el segundo elemento es la palabra de especialistas en el tema. Resulta muy útil tener en cuenta la palabra de Pablo Alabarces, por ejemplo, sociólogo argentino quien ha escrito largamente sobre diferentes problemáticas dentro del fútbol en Argentina. *“Fútbol, música y narcisismo: algunas conjeturas sobre “Brasil, decime qué se siente”*, trabajo al que hemos hecho referencia, es un claro ejemplo de esto. Lo mismo podemos decir de Eduardo Archetti. Fue un pionero en toda la cuestión del estudio de los deportes en relación con los imaginarios colectivos ya que, si bien perdió la vida cuando la conciencia feminista ni siquiera asomaba como una posibilidad, aún así podemos encontrar trabajos suyos en los que ya se cuestionaba diferentes problemáticas como, por ejemplo, la homofobia en los cánticos de cancha.

Estos dos primeros elementos deben ser el trasfondo para comprender el último elemento, que es lo que nos ofrece concretamente la pantalla durante el visionado de los tres programas de debate elegidos (‘90 minutos de fútbol’, ‘Estudio Fútbol’ y ‘Espin FC’) y los tres noticieros deportivos (‘Central Fox’, ‘Sportia’ y ‘Sportscenter’) entre el lunes 8 y el viernes 12 de julio, la semana elegida para el análisis. Todos estos elementos nos brindan las herramientas necesarias para sacar conclusiones debidamente fundamentadas y así poder explicar el porqué de una tan baja representación de mujeres en el periodismo deportivo en Argentina. Si bien ya fuimos dando explicaciones parciales, aquí recapitularemos todas ellas.

Se registran diferentes cuestiones que reflejan una clara discriminación de género en el periodismo deportivo en Argentina. En primer lugar, la distinción entre los dos grupos de programas. El hecho de que los noticieros deportivos sean más receptivos a la presencia de una mujer al aire que lo que lo son los programas de debate, algo que en un principio se planteaba como hipótesis, se comprueba. La línea divisoria entre debatir sobre fútbol e informar sobre fútbol, que parece ser una línea angosta, es la misma que marca la

división entre que una mujer sea bien aceptada en un programa deportivo o que directamente no se le dé ese lugar.

Como fuimos mencionando, el fútbol es un deporte que históricamente ha sido ocupado por hombres y, si bien en los últimos años las mujeres se sienten más incluidas (muchas de ellas, como Sol Rodríguez Garnica, van a la cancha todos los fines de semana, algo que en el pasado no ocurría), no se ha mejorado tanto, ya que el componente homofóbico y machista de las canciones y del ambiente de cancha en general sigue muy presente, solo por citar un ejemplo en los que la mujer podría verse marginada.

Esto mismo sucede en el periodismo deportivo. Un espacio en el que, en un pasado no tan lejano, no se veía absolutamente a ninguna mujer, hoy en día las incluye. Sin embargo, como vimos, el espacio que se les da a las mujeres en este ámbito es limitado. El hecho de ver mujeres teniendo espacios en el periodismo deportivo no significa que estén en igualdad de condiciones con respecto a los hombres, se debe analizar la manera en que ocupan esos espacios. Esa supuesta igualdad es tan solo aparente.

El mejor ejemplo de ello es Agustina Scalise, quien fuera la corresponsal del club River Plate en el programa de debate '90 minutos de fútbol' durante el año 2018. Esa prueba de Fox Sports parece no haber funcionado, ya que ella se alternaba en esa función con un periodista hombre, Mauro Palacios, y en la actualidad fue trasladada a la edición del mediodía del noticiero de ese canal, dejando únicamente a Palacios en el programa de debate. Entonces, podemos entender que a Scalise se la saca de un programa, no por su falta de capacidad, ya que co-conducir el noticiero es algo importante, sino porque el rol que antes ocupaba en un programa de debate es más pensado para un hombre que para una mujer.

Luego, también podemos ver cierta discriminación de género si analizamos el rol que tienen las mujeres en los noticieros deportivos, la manera en que ocupan esos espacios. Ya dijimos que los programas de debate que mencionamos son ocupados por hombres exclusivamente, mientras que en los noticieros deportivos se puede esperar cierta presencia femenina. A esto se agrega que aún al interior de los noticieros se puede ver una cuestión machista, ya que se presenta una clara distinción entre las noticias que cubren hombres y mujeres.

En la única circunstancia en la que vemos a una mujer al aire sin compañía de un periodista hombre es en el momento de informar sobre algún deporte diferente del fútbol o sobre competencias de fútbol poco trascendentes. Por ejemplo, cuando se informaban sobre Wimbledon, uno de los torneos más importantes de tenis cuyas rondas finales se disputaron justo en la semana de análisis, pudimos ver a una mujer sola al aire narrando

en off lo sucedido en cada partido particular mientras la pantalla mostraba las principales jugadas del mismo.

En cambio, cuando se debe informar sobre los clubes grandes del fútbol argentino, especialmente River Plate y Boca Juniors, segmentos de los noticieros en los que hay un cierto componente de debate y análisis futbolístico muy presentes, el rol de la mujer se modifica. Salen al aire los corresponsales de los diferentes clubes desde un móvil, mientras en el estudio siempre vemos a la mujer acompañada por un periodista hombre y sus intervenciones se limitan a lo informativo. Y cuando participan de ese debate futbolístico lo hacen a partir de preguntas a los diferentes hombres que las acompañan, no exponen opiniones personales con convicción.

Por último, la diferencia que vemos en cuanto a la vestimenta de hombres y mujeres que salen al aire en los programas en cuestión, exponen la muestra más clara de discriminación de género en el periodismo deportivo en Argentina. Es algo que no requiere gran profundidad en el análisis, sino que se percibe a simple vista.

Si bien no podemos coincidir con Calvo Ortega (2014), quien decía que las mujeres en los programas deportivos se presentan en un papel decorativo y como objetos sexuales, hay una diferencia entre hombres y mujeres que se manifiesta claramente. No se duda de lo preparadas que estén Agostina Larocca, María Jose Lezcano o Alina Moine para desempeñarse en sus respectivos programas, ellas son periodistas formadas. Lo que sí se cuestiona es que, a diferencia de los hombres que vemos allí, ellas son jóvenes y con una trayectoria mucho menor, especialmente las primeras dos mencionadas, y la manera en que se presentan al aire es diferente a la de los hombres. En este sentido se puede entender cuando Covarrubias decía: *“La mujer vende. Al ver una mujer atractiva en la televisión es garantía en muchas ocasiones, no siempre, de mejorar los niveles de audiencia. Y si las integras a un programa deportivo, siempre es una fórmula que funciona. En los hombres empezás al revés, cuando vas a meter a un hombre a trabajar en lo primero que te fijas es en su capacidad, en sus conocimientos, en su experiencia”*.

## 6. Bibliografía

- Alabarces, Pablo (2015). "Fútbol, música y narcisismo: algunas conjeturas sobre 'Brasil, decime qué se siente'", en *Portal de Publicaciones Científicas y Técnicas* (CAICYT-CONICET), Vol 3, N°1. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Arango Forero, Germán (2005). "*Siglo XXI: hacia una nueva deontología del periodismo deportivo*". Vol. 8 N°2 (Ed. N°13).
- Archetti, Eduardo (1985). "*Fútbol y ethos*", en *Monografías e Informes de Investigación*, N°7, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Buenos Aires: FLACSO-Series de Investigación
- Calvo Ortega, Elena (2014). "*La representación de la mujer y los roles de género en los informativos de televisión*", en *Fonseca, Journal of Communication*, N°8 , pp. 111-129.
- Rodríguez Castañón, Jesús (2000). "*El juego de la violencia verbal en el fútbol*", Mesa redonda "La violencia y el fútbol", en I Congreso Nacional de Peñas de Fútbol Aficiones Unidas, Gijón, España.
- Cebrelli, Alejandra y Rodriguez, Maria Graciela (2013). "*Algunas reflexiones sobre representaciones y medios*", en *Revista Trampas de la comunicación y la cultura* N°76.
- Conde, Mariana y Rodríguez, María Graciela (2002). "*Mujeres en el fútbol argentino: sobre prácticas y representaciones*", en *Alteridades*, vol. 12, núm. 23, enero-junio, 2002, pp. 93-106 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, Distrito Federal, Mexico.
- Covarrubias, Ruth (2009). "*El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco*", en *Razón y Palabra*, vol. 14, núm. 69, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Estado de México, México.
- De Barbieri García, Martha Teresita (1993). "*Sobre la categoría género. Una introducción teórico-metodológica*", en *Debates en Sociología* N°18, p. 145-169.
- Frydenberg, Julio. (1997). "*Prácticas y valores en el proceso de popularización del fútbol*", en *Entrepasados, Revistas de Historia*. Buenos Aires, Argentina.
- Verón, Eliseo (1987). "*El sentido como producción discursiva*", en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.