



# UN SIGLO DE HISTORIA, CON MUY POCO “ECO”

La revolución del fútbol femenino.

Autora: De Biase  
Echevarría, Georgina A.  
Profesores: Giordano,  
Alejandro; Audi, Rosaura.  
Fecha: 20 de Octubre 2019.

## **INDICE**

<b>Resumen .....</b>	<b>2</b>
<b>Palabras Claves.....</b>	<b>3</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>4-9</b>
<b>Desarrollo .....</b>	<b>10</b>
Los inicios del fútbol.....	10-14
¿Qué es la AFA y la FIFA?.....	15-16
¿Qué son los medios de comunicación?.....	16-19
Análisis de los diarios La Nación y Clarín .....	19-25
<b>Conclusión .....</b>	<b>26-27</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>28-30</b>

## **RESUMEN**

La presente investigación contuvo un carácter descriptivo y exploratorio sobre el lugar que le dieron los medios de comunicación analizados, La Nación y Clarín al fútbol femenino antes y después de que esté fuera profesional.

El objetivo de este trabajo fue extraer conclusiones sobre la importancia que tienen los medios de comunicación en la sociedad actual al momento de proporcionar información. Para tal efecto, se realizó el análisis en dos técnicas cualitativas de recolección de datos: se entrevistó a dos jugadoras de fútbol femenino profesional y a dos periodistas deportivas. La técnica que se utilizó fue: revisión de documentos, ediciones impresas, plataformas online, bibliografías.

La investigación reveló que los medios de comunicación abandonaron al fútbol femenino por mucho tiempo, pero la lucha de las mujeres por sus derechos obligaría a estos a ser parte de la transición, que incluyó una profesionalización en 2019 lo cual otorgó contratos profesionales a mujeres futbolistas.

**PALABRAS CLAVES:**

- Fútbol Femenino
- Fútbol Masculino
- Medios de Comunicación
- Profesionalización
- Superliga.

## **Introducción**

La finalidad de este trabajo es analizar la cobertura que le dieron La Nación y el diario Clarín al acuerdo firmado por el presidente de la Asociación de Fútbol Argentino (AFA), Claudio Tapia, y el Secretario General de Agremiados, Sergio Marchi, para que el fútbol femenino sea profesional. Para comprender el trabajo, se debe contextualizar y explicar la situación en que se encontraban los medios de comunicación elegidos para la realización del mismo, antes de que el fútbol femenino sea profesional.

El fútbol femenino en Argentina cuenta con una máxima competición con el nombre de "Campeonato de Fútbol Femenino de Primera División" y está organizada por la Asociación del Fútbol Argentino (AFA). En este torneo se da la participación de 16 equipos divididos en dos zonas, siendo ocho los que acceden a la fase de Campeonato y de ellos saldrán los que clasifiquen a la Copa Libertadores Femenina y 2 descienden a la categoría de la Primera División B; el torneo es únicamente de la ciudad de Buenos Aires, La Plata y el Conurbano Bonaerense. El 16 de marzo de 2019, la AFA anunció en una conferencia de prensa, que se llevó a cabo en el predio de Ezeiza, la profesionalización de la liga del fútbol femenino. Esto consiste en la suscripción de ocho contratos en cada uno de los 16 clubes que componen la Primera División.

Los antecedentes de la presente investigación muestran las dificultades que tuvieron las mujeres para la práctica de este deporte. Macarena Sánchez, quien se desempeña en el fútbol femenino del Club Atlético San Lorenzo de Almagro en la posición de delantera dijo: “El deporte es esencial para la mayoría de los seres humanos, siendo estos practicados hace años, sin importar el sexo, siempre se ha tenido gran apoyo para los diferentes deportes, a excepción del fútbol femenino.” Y agregó: “Este deporte siempre fue calificado como algo que solo el sexo masculino podría realizar y las mujeres que salían a las canchas a jugar a la pelota, eran

consideradas por la sociedad y hasta por sus familiares como “marimachos”, siendo unos de los deportes más difíciles de lograr la igualdad de género” (comunicación personal, 2019).

En 1971 se llevó a cabo el primer Mundial de Fútbol Femenino extra-oficial siendo México la sede. La exjugadora Norma Saralegui y hoy integrante de la Primera Comisión Directiva de Fútbol Femenino en AFA, cuenta lo que nadie sabía de aquel mundial y lo que las jugadoras de Argentina tuvieron que pasar en esos tiempos.

*El aeropuerto de Ezeiza fue lugar de reunión, el hall se llenó de abrazos y de gritos de emoción. Algunos despistados no entendían lo que pasaba y se acercaban a preguntar quiénes eran esas mujeres que saltaban de emoción. << ¿Ellas?, son la Selección Argentina de Fútbol Femenino, se van a México a jugar el Mundial>>, les contesto orgullosa una amiga que había ido a despedirlas.*

*Los pasajes estaban, la ropa era lo puesto, apenas para un café tenían. Del que no había noticias era del empresario que les había conseguido el viaje. Ni Mandrake ni la utilería daban señales. Embarcaron el vuelo esperando que Madrake las recibiera en el aeropuerto del DF, en México (Saralegui, 2019, p.18).*

Saralegui, en el desarrollo del libro “Pelota de papel 3” (2019), deja en evidencia el poco apoyo que recibieron las mujeres que jugaban al fútbol en aquellas épocas. El seleccionado de 1971 no perdía la esperanza, a pesar del abandono que había recibido desde el comienzo de esta experiencia.

*Ya en el aeropuerto del DF esperaban encontrarse con los carteles de bienvenida, pero nadie fue a recibirlas. Llegaban con poca práctica, poca ropa y nada de plata. <<debe estar por acá, en el aeropuerto>>, se respondían. Madrake se esfumó. Como si fuera una broma, un truco de magia, desapareció. No había señales suyas (Saralegui, 2019, p.19).*

Micaela Cannataro, periodista deportiva que escribió el prólogo de “Pelota de papel 3” (2019), cree que el movimiento y la lucha de las mujeres aportó, pero aún falta mucho; y sostuvo: “El

fútbol femenino llegó a un momento que muchas lo veían lejano, por primera vez de lo que va de la historia, las protestas y demandas por parte de las futbolistas, hicieron efecto”(comunicación personal, 2019).

En marzo del 2019, la AFA anunció en el predio de Ezeiza el inicio de una Liga Profesional para mujeres a partir de junio de 2019, una fecha que no quedará en el olvido. (Saúl, Javier. 2019, 16 de marzo. El primer paso de la profesionalización: la AFA creó la Liga Profesional de Fútbol Femenino. La Nación).

“Para tener una idea, la FIFA demoró 61 años en organizar el primer mundial femenino oficial que fue en 1991, siendo que el fútbol masculino ya llevaba 14 ediciones” (Pujol, Ayelén. 2018, 12 de mayo. El día que Argentina jugó su primer mundial de fútbol femenino. Pagina12). En relación al tema, Cannataro sostiene: “A pesar de que los años han pasado, el fútbol femenino sigue sin contar con el apoyo suficiente para los equipos y la falta de patrocinio aún se nota” (comunicación personal, 2019).

Si bien, el ex presidente del fútbol femenino de AFA, Ricardo Pinela dijo: “El proceso hacia la profesionalización es complejo y puede llevar cerca de cinco años, no solo en la Argentina, sino en toda la región”. (Saúl, Javier. 2019, 16 de marzo. El primer paso de la profesionalización: la AFA creó la Liga Profesional de Fútbol Femenino. La Nación).

El objetivo de la investigación es entender cómo los diarios seleccionados divulgan el fútbol femenino. Se pretende identificar cuáles son las similitudes y diferencias observables en cada diario. Se buscará indagar y contextualizar sobre el impacto que tuvo la lucha de las mujeres por sus derechos en el fútbol femenino.

El trabajo estará orientado hacia el análisis de la cobertura que le dieron dos diarios diferentes al comienzo de la profesionalización del fútbol femenino en Argentina. Para indagar en este tema y poder comprender mejor su desarrollo, es primordial conocer algunos conceptos claves que pudimos observar en el transcurso de la investigación.

Según Shannon y Weaver (1949) hablan de la "comunicación" como un proceso lineal "el problema de la comunicación, consiste en reproducir en un punto, sea exacta o aproximadamente, un mensaje seleccionado en otro punto. Frecuentemente el mensaje tiene significado; éste se refiere o está relacionado con algún sistema, con ciertas entidades físicas o conceptuales". (p.15)

Por su parte, Martínez (1997) señala que se puede entender como comunicación a "la transmisión a través de un canal, de un mensaje entre un emisor y un receptor mediante un código" (p.129) y según el mismo autor, dice que la comunicación escrita no es más que "la comunicación que se establece entre personas o grupos a través de un medio de comunicación escrita." (p.129)

Fontevicchia (2018) define al periodismo como "difundir aquello que alguien no quiere que se sepa, el resto es propaganda. Su función es poner a la vista lo que está oculto, dar testimonio y, por lo tanto molestar." (p.6)

López (1995) sostiene que cuando mayor es el énfasis de los medios sobre el tema, mayor importancia de los miembros de una audiencia le concederán. "No significa que la gente vaya a creer pies juntitas lo que se le dice, pero si va a pensar en los temas seleccionados por los medios" (p.113)

El objetivo de estudio de esta investigación está centrado en los medios de comunicación impresos, por eso hay que definir qué son. Suarez (2010) expresa que "un medio es todo aquel recurso que modifica las condiciones naturales de emisión y recepción de los mensajes permitiendo comunicación personal. Los medios cumplen la función de difusión y soporte del mensaje mediando entre quienes lo emiten y quienes lo reciben."

Así mismo, Martínez (1992) define al periódico como "todo impreso o escrito que aparece intervalos regulares de menos de un año y continua por un periodo indefinido; especialmente, dícese de los diarios". (p.373)



Castelli (1996) explica al “periodismo” desde la función periodística para darle un sentido único. “La función social de recoger, codificar y transmitir, en forma permanente, regular y organizada, por cualquiera de los medios técnicos disponibles para su reproducción y multiplicación, mensajes que contengan información para la comunidad social, con una triple finalidad: informar, formar y entretener” (p.14). Mientras que Desinano (1987) engloba al periodismo como “la transmisión de noticias concretas de la realidad, referidas al acontecer socio-económico- político- cultural y la crítica sobre la misma” (p.11).

El diario *Clarín* le da prioridad a los temas locales, tiene noticias de carácter nacional e internacional, sus secciones están divididas en: política, mundo, sociedad, policiales, ciudad, economía, opinión, deportes y entretenimiento. Las secciones de deporte y de espectáculos tienen un diseño diferente al resto. (Sivak, 2013, p.14). Mientras que el diario *La Nación* cuenta con cinco secciones diarias fijas y dentro de ellas están: Política, información general, exterior, ciencia, opinión, economía, deportes, espectáculos y clasificados. Además, cuenta con 18 suplementos semanales: Revista, tecnología, turismo, campo, arte, salud, etc., (*La Nación*, sin fecha de publicación).

Durante el desarrollo de este trabajo de investigación se recurrirá a distintos métodos. En gran parte se utilizará el método descriptivo. Para Dankhe los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (como se cita en Sampieri, 1998). Durante este trabajo se buscara describir como fue la cobertura de la profesionalización del fútbol femenino en Argentina.

Otro método que se utilizará para la investigación es el correlacional. “La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo al comportamiento de otras variables relacionadas” (Sampieri, 1998). Este

método se aplica para entender los distintos empleos del tono, estilo, gráfica y otras características de cada diario, haciendo una comparación entre ambos.

Por último se empleará el método explicativo. Para Sampieri (1998), "su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este, o por qué dos o más variables están relacionadas". En el proceso de la investigación, se pudieron diferenciar variables a tomar en cuenta. Entre ellas, se encuentra la variable dependiente, para comprender el trato de los diarios al cubrir el anuncio de la AFA al profesionalizar el fútbol femenino. También la variable antecedente, la cual se utilizó para entender cuanto tiempo se estuvo hablando del tema a investigar, el espacio que ocuparon las noticias sobre el suceso en cada uno de los diarios.

## DESARROLLO:

### LOS INICIOS DEL FÚTBOL.

El primer partido de fútbol en Argentina fue disputado por varones el 20 de junio de 1867 al mediodía, se realizó en el campo de Buenos Aires Cricket Club, donde hoy está el Planetario de la Ciudad de Buenos Aires. En 1920, se jugó en el estadio del Everton, Goodison Park, Inglaterra, el primer partido femenino donde se enfrentaron Dick Kerr Ladies vs. St. Helens Ladies, ganando las primeras por 4-0. El encuentro contó con 53.000 espectadores, estableciéndose el primer record de asistencia a un partido entre clubes femeninos (El País, 9/06/19).

Tres años después, en Argentina se jugaría el primer partido de fútbol entre chicas que se llevaría a cabo en la antigua cancha de Boca. Los equipos estuvo formado por 22 mujeres divididas en dos equipos, haciéndose llamar “Argentinas y Cosmopolitas”, ganando las Argentinas por 4 a 3.

En ese entonces los partidos de fútbol eran organizados por empresarios, los diarios se encargaban de remarcar que estos partidos tenían como fin “hacer negocio” (Sin autor. 1923, 13 de octubre. El match femenino de football. La Vanguardia. Pag 3), mientras que el diario Crítica en su edición del 13 de octubre de 1923 le daba lugar en su segunda página bajo el título “Atrajo gran concurrencia el primer partido de football disputado por mujeres”. La nota destaca el interés de ambos sexos por el encuentro, donde hubo seis mil espectadores y la mayoría eran mujeres.

Gloria Argentina “Betty” García, cuenta que “Juan Doce era el empresario que se encargaba de hacer los contactos para los partidos que iban ella y las demás chicas a disputar los fin de semanas, así es como Betty junto a otras chicas, recorrieron infinidad de estadios y pese a la

desigualdad que había en el momento de dividir lo recaudado, para Betty el trato funcionaba” (Pujol, 2019, p.25).

*En su época, los empresarios conseguían que las mujeres jugaran en estadios, algo que resulta llamativo porque, pese a que el fútbol femenino está organizado por la AFA desde 1991, recién en la actualidad se les está abriendo esa posibilidad a futbolistas que, durante años, ocuparon un lugar marginal, las canchas auxiliares de los clubes, mientras que las principales se reservaban solo para los varones de la Primera A (Pujol, 2019, p.25).*

El primer mundial femenino se realizó en Italia en 1970, donde Argentina no fue parte y Dinamarca salió campeón. Un año después, a través de Santiago Harrington, otro empresario que trabajaba como manager, las invitó a gran parte de las mujeres que hoy conforman el grupo de *Las Pioneras*, a ser parte del mundial de 1971, que se llevaría a cabo en México.

Marta Soler, arquera de aquel equipo, dijo: “Esa Selección llegó al Mundial como el Patito Feo del campeonato” (Pujol, 2019, p.30). Viajaron sin botines, sin médico, sin masajista, sin técnico y con una sola camiseta, todo lo que le había prometido Harrington no lo tuvieron y por sus medios tuvieron que salir a buscar cómo arreglarse en un país que no conocían.

El 15 de agosto de 1971 salieron a la cancha por primera vez y su rival eran las locales, perdiendo 3 a 1.

*Nos bombardearon mal. Íbamos 3-1 abajo y sobre la hora hubo un penal para nosotras que pateó Elba Selva. La arquera dio rebote y Betty convirtió el gol. Pero el árbitro terminó el partido después de la atajada. Fue una cosa de locos, rememora Marta. (Pujol, 2019, p.31)*

Su segundo partido sería con Inglaterra y lo cierto es que las mujeres argentinas lograrían una victoria, convirtiéndose así en el primer equipo de fútbol femenino argentino en ganarle un partido a Inglaterra en un mundial, siendo Elba Selva la gran figura de ese día, consagrándose como la goleadora del partido con cuatro goles. Micaela Cannataro comenta: “la historia de este

mundial, es hoy bastante conocida gracias al movimiento de mujeres y a que muchos medios se hicieron eco” y agrega: “desde entonces hay historia, lo que falta muchas veces son documentos, y otras veces no están tan a mano la información como si están las de los jugadores de fútbol masculino” (comunicación personal, 2019).

Luego de aquel 21 de agosto de 1971, donde gran parte de Las Pioneras estuvieron en la goleada a Inglaterra, impulsaron un proyecto de ley para que ese día sea declarado *Día de la Futbolista*, por tratarse de un fecha histórica para la primera Selección Femenina, “así como los varones tienen el día del futbolista el 14 de mayo por el gran gol de Ernesto Grillo, las chicas piden porque ese día sea declarado el de las futbolistas” (Pujol, 2019, p. 35-37).

El grupo consolidado por las futbolistas de los años cincuenta, sesenta, setenta, ochenta y noventa lograron un gran reconocimiento en la actualidad por aquel mundial extraoficial. El 21 de julio de 2018, bajo el nombre de Las Pioneras empiezan a dar a conocer sus principios en el fútbol y la historia de cada una de ellas con la pelota.

En aquellos tiempos, donde el fútbol femenino se encontraba lejos de ser tomado como profesional, Nils Altuna, un nombre clave para la historia, fue la primera mujer que se propuso a tomar en serio el deporte; se tomó el tiempo de reorganizar el juego con un objetivo, que la mujer que se dedicara al fútbol sea reconocida como deportista. Luego del mundial, predominaba en esa época los tornemos relámpagos o campeonatos que duraban pocas fechas, los grupos eran armados por las propias chicas y otros clubes armaban sus equipos, y luego se juntaban en alguna cancha y jugaban todo el día.

En 1986 Nils y Liliana Fadel crearon la Asociación Argentina del Fútbol Femenino (AAFF), con el fin de que las mujeres practicasen en los clubes afiliados a la AFA, pero recién dos años después tuvo el lanzamiento oficial en la cancha de All Boys por el apoyo de Oscar Quaranta, vicepresidente del club y uno de los pocos dirigentes que la impulsaba (Pujol, 2019, p.54-55).

Liliana Fadel, licenciada en publicidad fue la vicepresidenta de la asociación, recuerda en el libro de la periodista Ayelén Pujol:

*(...) había gente que usaba a las chicas, vivillos. Les daban cervezas en los entretiempos, las usaban para hacer eventos denigrantes, como grandes shows. Las hacían jugar con varones, y en el medio del juego las hacían bajarles los pantalones. Con Nils, lo primero que hicimos fue armar un reglamento. El filtro era el orden. Sabíamos que quien no estuviera capacitado para cumplir el reglamento se terminaría yendo. Nosotras queríamos limpiar a esta gente que usaba a las chicas. Así empezamos (2019, p.55).*

Lo que impulsaba a Nils y Fadel para ayudar a las chicas, era lograr que muchas mujeres de clases de bajo recurso pudieran tener una vida honrada: “lo que queríamos era ayudar a todas esas chicas. (...) Queríamos hacer como se hacía en el fútbol masculino, que tuvieran posibilidades de desarrollarse, sacarlas de la pobreza”, (Pujol, 2019, p.25). Diego Etcheberry, en la revista que salía conjuntamente con el diario de Olé en 1999, escribió un artículo bajo el título de “¿Por qué te fuiste, mamá?” donde relató:

*El fútbol femenino, sin un ente que lo rigiera, fue creciendo en la marginalidad y desde la marginalidad. Las mayorías de las jugadoras provenían de sectores de baja condición social de la provincia de Buenos Aires. Llegaban entusiasmadas por el juego, pero cuando ese entusiasmo inicial comenzaba a apagarse, seguían jugando para mitigar al menos un poco esa situación de pobreza. Los “vivos” se aprovechaban de esa necesidad.*

El trayecto para llegar a los dirigentes y lograr el objetivo de convencerlos para que armaran un equipo de fútbol femenino aparte del masculino, no sería sencillo. Nils y Liliana idearon diferentes estrategias para llegar a sus objetivos, por ejemplo unas de esas, cuenta Ayelén Pujol fue con Boca: “(...) cuando ya tenían varios equipos armados, llamaron a amigos que tenían en los medios e inventaron una noticia: que Boca tenía equipo de mujeres”, esa noticia salió en el diario Popular y ese mismo día, recibieron una llamada del presidente del club de ese entonces,

Antonio Alegre, quien se encontraba sorprendido por la noticia ya que el siendo el presidente no estaba enterado que su club tenía un equipo femenino de fútbol (Pujol, 2019, p. 56-57).

Luego de la estrategia, Nils consiguió conjuntamente con Liliana un encuentro con Alegre, que llevaría a armar un equipo femenino en el club y en los entretiempos de los partidos de fútbol masculino, las chicas saldrían a jugar y ser vistas por las más de sesenta mil personas que fueron a la cancha de Boca a ver jugar a los varones (Pujol, 2019).

Lo que mujeres como Nils y Fadel trataban de lograr en aquella época, sería un hecho que aun estaría presente en la actualidad; Macarena Sánchez (comunicación personal, 2019) explica que su desvinculación repentina del club UAI no es algo que le sucedió solamente a ella: “lo que me sucedió a mí, les sucedió a muchas chicas más, solo que sus casos no salieron a la luz porque muchas de ellas no contaron con los recursos necesarios para lograr iniciar una demanda. Muchas de las chicas vienen del interior, con la promesa de jugar en un club y cobrar algún día un sueldo, con el sueño de jugar a la pelota”.

La vocera de prensa de Sánchez, Micaela Cannataro adicionó: “Maca tuvo la suerte de contar con su hermana Sol quien es abogada, a la que le consultó y le comentó lo sucedido, llevando así a cabo la intimación a la AFA y al club por lo sucedido” y recalcó “hay mucha desinformación agrede para las jugadoras, para que no conozcan sus derechos y entonces es cuando ‘si yo no conozco mis derechos’ no sé qué puedo reclamar, y la realidad es que necesitas muchos recursos, no solo económicos, sino también un apoyo familiar, una herramienta intelectual” (comunicación personal, 2019).

## ¿Qué es la AFA y la FIFA?

En la década de 1880 a través de los puertos de Buenos Aires “llegaría el deporte que más adelante se convertiría en el preferido de Argentina, el fútbol”. Los ingleses que inmigraron a América buscaban una mejor vida, con ellos vinieron sus juegos, costumbres que tenían para pasar el rato libre, como jugar al balompié con una vejiga de vaca como pelota y un par de piedras que usarían para hacer el arco. La construcción de ferrocarriles en Argentina dio lugar a la llegada de más británicos, estos formaron colonias, colegios para la educación de sus hijos, iglesias, hospitales y clubes de deportes donde se jugaban críquet, polo, tenis (AFA, Sin fecha de publicación).

Watson Hutton, el inmigrante que trajo en sus maletas pelotas de fútbol e infladores, elementos que no se encontraban arancelados en esos años en la Aduana. Fue el que implanto en los colegios la práctica deportiva, logrando el interés de todos los alumnos. Hutton el 21 de febrero de 1893 fundó *The Argentine Football League*; junto a representantes de Quilmes Athletic Club, Caledonians, Saint Andrews, English High School, Lomas y Flores. En 1934 sufriría una reestructuración administrativa y pasaría a llamarse *Asociación del Fútbol Argentino (AFA)* (AFA, Sin fecha de publicación).

La Asociación del Fútbol Argentino, es la más antigua de sus pares de Sudamérica y reconocida como la octava del mundo. Es el ente encargado de organizar todo lo que tenga que ver con el fútbol en Argentina, supervisa los equipos nacionales de hombres y mujeres, organiza los torneos domésticos, las ligas de fútbol de niños, como las de amateurs. En 1912, Argentina sería el primer país sudamericano en afiliarse a la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) (AFA, Sin fecha de publicación).

Por último, la Federación Internacional de Fútbol Asociación es la institución que gobierna las federaciones de fútbol en todo el mundo. “Se fundó el 21 de mayo de 1904 y desde entonces es



el encargado de prestar apoyo financiero y logístico a sus 211 federaciones afiliadas a través de diversos programas. Como representantes de la FIFA en sus países, las federaciones tienen la obligación de respetar los estatutos, objetivos e ideales del organismo rector del fútbol” (FIFA, Sin fecha de publicación).

“El primer torneo de fútbol femenino, se da porque la FIFA saca un fallo que exigía a todas las asociaciones de fútbol que tuvieran un equipo femenino” y agrega Micaela Cannataro: “imagínate que recién en 1991 la AFA incorpora a las mujeres en el fútbol, desde entonces, las chicas intentan por una igualdad en este deporte” (comunicación personal, 2019); El 26 de octubre de 1991 se llevaría a cabo el primer campeonato femenino, integrado por ocho equipos: Boca Juniors, Excursionistas, Independiente, Yupanqui, Deportivo Español, Deportivo Laferrere, Sacachispas y River Plate (AFA, Sin fecha de publicación).

La historia de las mujeres con el fútbol en Argentina no cuenta con un inicio claro, pero sí un momento que marca un antes y un después: 1991, año que la Asociación del Fútbol Argentina crea un campeonato de Primera División, dividiéndose éste en dos fases: Torneo Apertura y Torneo Clausura. Y si bien la AFA crea un campeonato en 1991, las chicas conocidas hoy bajo el nombre de *las pioneras* defendieron los colores de Argentina en el primer Mundial extraoficial (Pujol, 2019).

### **¿Qué son los medios de comunicación?**

Thompson (2008) los define “como la producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos por conducto de la transmisión y la acumulación de información/comunicación” (p.245). Mientras que Suarez (2010) expresa que un medio “es todo aquel recurso que modifica las condiciones naturales de emisión y recepción de los mensajes permitiendo comunicación personal. Los medios cumplen la función de difusión y soporte del mensaje mediano, entre quienes lo emiten y quienes lo reciben” (p. 26). A su vez,

Niklas Luhmann (1995) define a los medios de comunicación como “todas aquellas disposiciones de la sociedad que sirven, para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva” (p. 49).

En *prensa y comunicación*, Suarez (2010) distingue tres tipos de medios masivos, clasificándolos en gráficos (diarios, periódicos y revistas), audiográficos (radios) y audiovisuales (televisión, cine, internet) y añade “hoy el impacto lo tienen los medios audiovisuales, aunque los diarios siguen siendo una fuente de referencia tanto para las élites y para los otros medios, que toman de los matutinos la agenda de temas a discutir durante el día”, si bien la radio y la televisión logran la cobertura inmediata de los sucesos cotidianos, al ser medios temporales pasan constantemente de un tema a otro (p. 27). En 1835, Tocqueville decía en su libro *democracy in America, segunda parte* que “nada como los diarios para llevar un pensamiento a miles de personas en un mismo momento” (p. 198); la presente investigación está centrada en como los diarios *Clarín* y *La Nación* divulgaron al fútbol femenino antes de la profesionalización y después de la misma, para lograr esto, se hará un breve paso por la historia de ambos medios.

El 28 de agosto de 1945 Roberto Noble funda en la Ciudad de Buenos Aires el diario *Clarín*, en comunicación telefónica con Sabrina Faija, periodista del diario (2019), comenta que Noble “aspiraba a que fuera un diario masivo y de calidad, donde se privilegiaría la información y se apostaría al desarrollo integral de la Argentina”. En 1969 el diario pasa a ser dirigido por Ernestina Herrera Noble, esposa de Roberto, *Clarín* se convertiría en el primer diario nacional y se iría consolidándose “gracias al trabajo de los periodistas y las de sus lectores *Clarín* llegó a ser uno de los diarios de mayor circulación” (comunicación telefónica, 2019).

“A su vez, el diario fue protagonista de los cambios que vivieron los medios del mundo, sumó nuevas y variadas actividades de impresión y decidió acompañar la evolución tecnológica,

¿Cómo? Invirtiendo para llegar a su público a través de nuevas plataformas y canales” (Sivak, 2013, p.18).

Mientras que el diario *La Nación* fue creada el 4 de enero de 1870 por el ex presidente de la República Argentina, Bartolomé Mitre. Este periódico fue la plataforma de acción política del “mitrismo”, por eso Mitre nombró a la publicación a partir del nombre de su partido político. Al fallecer en 1906 sus hijos quedaron a cargo del diario, creando un estatuto accionario donde solo pueden ser propietarios descendientes de la familia Mitre. Su lema es “*La Nación* será una tribuna de doctrina” (La Nación, Sin fecha de publicación).

En cuanto a la clasificación de ambos, se puede identificar de acuerdo a la información que brindan, la periodicidad con la que se emiten, el soporte que utilizan y al público que se dirigen. *Clarín* y *La Nación* publican noticias de carácter nacional e internacional, sus secciones están divididas en: política, mundo, sociedad, policiales, ciudad, economía, opinión, deportes y entretenimiento. Su periodicidad es diaria, de lunes a domingo, por la mañana.

Los medios de comunicación vivieron grandes cambios desde la llegada de internet. En 1995 *La Nación* a partir de ese año lanza la plataforma virtual, siendo el primero. Asimismo haría *Clarín* crea su plataforma digital en 1996. El público que ambos apuntan es diferente, *La Nación* cuenta con un perfil más formal, mientras que *Clarín* se encuentra entre lo serio o conservador (López, 1995).

Por último, López (1995) habla que las secciones de la publicación, tienen como función de ahondar en una temática particular, en un mismo lugar y de forma ordenada. Sabrina Faija periodista del diario *Clarín* agrega: “Las secciones son útiles para poder segmentar el espacio publicitario, facilitando a los anunciantes para que puedan publicar exclusivamente en las secciones que les va más con su marca o producto”.

En cuanto al rasgo de la primera plana de ambos diarios, Manuel Navarro (1998) en Pereiro M. J. (2010) clasifica a las portadas en cinco estilos: *estilo tradicionalista*, de diarios clásicos que conservan un mismo modelo desde su nacimiento; *el contemporáneo*, con cuadros que adelanta notas desarrolladas en el interior; *el tabloide/cartel*, con el principal objetivo es atraer al lector con un titular o una imagen potente; *tabloide contemporáneo*, con información acompañada de alguna foto y numerosos titulares y *periódico de tamaño sabana y confección tabloide*: Alto impacto visual por el uso de fotos, color e ilustraciones como un tabloide/cartel, pero en un formato sabana.

En base a lo desarrollado, se determina que *Clarín* tiene un estilo tabloide contemporáneo, mientras que *La Nación* tiene la de tabloide de lunes a viernes de forma compacto desde 2016, mientras que los sábados y domingo su formato es de tamaño sábana.

Para finalizar con los elementos de ambos periódicos, López (1995) agrega que el logotipo y los titulares son una parte *esencial*, sobre el primero dice que es una parte fundamental de la portada, debido a que este debe transmitir el carácter de la publicación y define a los titulares como “los que avanzan sobre el contenido interno”. Mientras que Vezzani (2012) habla sobre los *resúmenes*, diciendo que son los que dan avances de las noticias y éstas pueden disponerse de manera vertical u horizontal.

### **Análisis de los diarios**

La metodología utilizada para realizar este trabajo es la observación de los diarios impresos de *Clarín* y *La Nación* dentro del periodo entendido entre 5 de enero de 2019 hasta el 24 de septiembre de 2019.

El seleccionado femenino anunció a través de un comunicado destinado a Ricardo Pinela, el entonces presidente de la Comisión de Fútbol Femenino de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), donde las jugadoras anunciarían la medida de paro (Clarín, 21/09/2017).

La jugadora del Seleccionado Mayor de Fútbol Femenino, Belén Potassa, a través de su cuenta de twitter dijo “la triste realidad del fútbol femenino” acompañado del comunicado que fuera enviado al ex Presidente de la Comisión de Fútbol. En cuanto al análisis de los medios de comunicación, se puede observar que *Clarín* y *La Nación* no difundieron en sus ediciones impresas el hecho. En referencia al tema, la defensora del Seleccionado Femenino Mayor, Aldana Cometti relató: “Todas creíamos que lo mejor era parar y hacernos escuchar. Estuvimos días sin tener un entrenador o pisar el predio para poder entrenar y prepararnos, sentíamos que nos estaban dejando un poco afuera de la competencia internacional” y agregó: “Siento que el paro fue un gran punta pie para poder conectarnos con el presidente de la AFA” (comunicación personal, 2019).

*Fue una lucha que costo, porque es difícil decirle que no a la selección, uno siempre quiere estar, quiere participar, quiere ayudar a crecer y la única manera que íbamos a crecer era realizando el paro. Los días pasaban y solo las ediciones online se encargaban de hablar de lo sucedido, aseguró Cometti (comunicación personal, 2019).*

Lo que señala Cometti es que si bien “hoy las cosas por suerte cambiaron”, siempre hay que hacer una lucha previa para que las soluciones aparezcan. “Hoy en día tenemos una buena relación con los dirigentes que antes no existía, pero esto es parte del proceso. Todavía faltan muchos pasitos por dar” y amplió: “Falta que los medios de comunicación y los clubes realmente apuesten con todas sus ganas a este crecimiento” (comunicación personal, 2019).

Además, la periodista del diario *Clarín*, Sabrina Faija, quien se encuentra encargada de la sección de deportes desde 2006, cuenta que: “Clarín da lugar al fútbol femenino por primera vez en la Copa América de 2018, cuando las jugadoras posaron como el “Topo Gigio” para hacerse escuchar” y añade: “Pero la realidad es que raramente se daba a conocer algo, salvo que ocurriera un hecho extraordinario y masivo” (comunicación personal, 2019).

La ex jugadora del Club Deportivo UAI Urquiza, Macarena Sánchez, recibe el 5 de enero una llamada telefónica de su entrenador, quien le comunica de su desvinculación con el club. “Ese día el técnico me llama y me dice que no me iba a tener en cuenta para el equipo, faltaban tan solo 12 días para que comenzara la pretemporada. A través de mi cuenta de twitter, el 21 de enero de 2019 anuncié con un comunicado de prensa que ya no formaba parte del Club y que iniciaría acciones legales con el fin de obtener el reconocimiento de relación laboral profesional que existe entre la jugadora y la entidad deportiva” (comunicación personal, 2019).

Con relación al tema, Cannataro agrega: “Referente a los medios de comunicación, las ediciones de los diarios impresos no se hicieron eco de lo sucedido hasta que llegó la semi-profesionalización del fútbol femenino, está demás decir que en el fútbol masculino hubiera sido diferente” y completó: “Nosotros en ese mismo comunicado que largamos, exigíamos a la AFA, a dar cumplimiento de los compromisos asumidos internacionalmente con la FIFA en materia de igualdad de género” (comunicación personal, 2019).

Para comenzar, el 9 de febrero de 2019, se llevaría a cabo el *Superclásico femenino* en una cancha situada al lado del estadio Monumental, donde el equipo de River se impuso 3-1 sobre Boca.

El diario *Clarín*, en su edición del 10 de febrero del 2019, le da lugar en su tapa al Superclásico femenino con una foto de las jugadoras, donde se ve a Yamila Rodríguez del Club Atlético Boca Juniors desafiando con la pelota a Stephanie Melgarejo de River Plate bajo el título “*el superclásico de las chicas se lo llevó river*”. En su bajada hace referencia del partido que disputaría el equipo masculino diciendo: “*River y Racing juegan a las 19.20 un partido de alto voltaje por la Superliga*” (p. 54). Mientras que *La Nación* en su tapa y en su sección de deportes no desarrolla ninguna noticia del Superclásico de las chicas de Boca y River.

Al día siguiente *La Nación*, quien tiene una imagen formal y conservadora en su portada, la cual se divide en tres partes: la cabecera, el logo en el centro y en sus costados describe el tiempo y la cantidad de páginas; en su cuerpo central están las noticias del día, imágenes e infografías simples, y por debajo, el pie obtiene adelantos de notas internas y suplementos, índice, frase del día, precio, etc., le da un pequeño lugar en su *adelantos de noticias internas* a una nota realizada a Elba Selva titulada: “*la verdugo de los ingleses*”, quien fue la encargada de convertirle cuatro goles a las inglesas en el Mundial de México (p.2). En tanto que *Clarín*, en su tapa con una foto de los jugadores de River donde se puede ver a Quintero, Borré y Casco celebrando el segundo gol que le convirtieron a Racing por la fecha 18° de la Superliga (p. 53) y al costado un *pequeño adelanto* del contenido interno, sobre el partido del equipo masculino de Boca Juniors con Belgrano (p. 54).

Un hecho trascendente a analizar es el 9 de marzo de 2019, donde se daría por primera vez un partido de fútbol femenino en la Bombonera. Las chicas de Boca se enfrentarían con el equipo femenino de Lanús en la previa del partido masculino donde se enfrentarían los chicos de Boca vs. San Lorenzo. *La Nación* no le dio espacio al fútbol femenino en su tapa, pero si lo hizo con el equipo masculino, no obstante, en la página 3 de la sección deportes hay una foto donde se ve a las chicas de boca celebrando y el titulo dice: “*Ganaron las chicas de Boca, pero festejo todo el fútbol*”. En cuanto el diario *Clarín*, en su edición impresa solo hablo del partido protagonizado por el equipo de fútbol masculino, y no comento nada sobre el partido jugado entre las chicas.

La defensora de la Selección Argentina del fútbol femenino, Aldana Cometti señala:

*El fútbol femenino ha mejorado muchísimo, esté ha ido creciendo día tras día un poquito más, no solo en Argentina sino en todo el mundo. Sin necesidad de ir tan lejos, lo que se dio en la Bombonera el 9 de marzo, fue un antes y un después para el fútbol femenino” (comunicación personal, 2019).*

Por la lucha y la insistencia de Sánchez, quien reclamaba igualdad para las mujeres en este deporte, logró unos de sus objetivos: la AFA comunicó el 16 de marzo del 2019 el comienzo de una era profesional para el fútbol femenino (Cannataro, comunicación personal, 2019). Ahora bien, la edición impresa de ese día de *Clarín* no contó con la noticia ni en la tapa y tampoco en la sección de deportes. “Si bien, en la edición impresa no se desarrolló sobre la profesionalización del fútbol femenino ese día, ni tampoco después, sí se hizo en la plataforma online que dispone Clarín. Todo lo que sale en la edición impresa forma parte de la plataforma online, no así a la inversa. Hay contenidos de la web que nunca llegan al papel, al menos en deportes” (Faija, comunicación personal, 2019).

En el caso de *La Nación*, se escribiría un encabezado al costado derecho de su tapa: “*Llega el fútbol femenino profesional*” y lo desarrollaría un poco más en su página tres de la sección de deportes “*Fútbol femenino profesional: de la demanda de Macarena Sánchez, al anuncio de la AFA*”, la noticia contaría con tres columnas y medias, acompañada de una foto donde se puede ver a una jugadora de Boca con una de Lanús disputando una pelota.

En la edición del 17 de marzo de 2019, la tapa del diario *Clarín* le dio lugar al encuentro que vivieron los chicos de Racing vs. Belgrano, ilustrando con una foto donde se ve a Lisandro López, jugador de Racing Club de Avellaneda convirtiendo el único tanto del encuentro: “*Racing golpeó rápido, superó sus nervios y acaricia el sueño*” (p.54). El logro que las chicas consiguieron un día antes, seguía sin hacerse eco en la edición impresa, pero su sección de deportes estaba acumulada de partidos jugados por los varones en la Superliga (Cannataro, comunicación personal, 2019). Lo mismo sucedería con *La Nación*, que se encargaría de informar en su sección de deporte todo sobre lo acontecido en el mundo del fútbol masculino.

En relación, Cometti señaló que los medios de comunicación aún están ausentes al momento de divulgar las noticias del fútbol femenino y a su vez dijo:



*Hay que ir de a poco, no se puede lograr un fútbol femenino igual al de los hombres de un día para el otro, nosotras sabemos que lleva mucho trabajo e inversión, pero sin la ayuda de los medios de comunicación es difícil. En 2019 la lucha de las mujeres por sus derechos se potenció más y todo lo que tenga que ver con algún reclamo o derecho de una mujer fortalece, todo va de la mano. Nosotras luchamos por los derechos de la mujer en sí y también luchamos por los derechos de la mujer en el deporte, particularmente en el fútbol (comunicación personal, 2019).*

Para seguir, el 12 de abril de 2019 se daría por primera vez en la historia del fútbol femenino la contratación de 16 jugadoras, siendo el Club Atlético San Lorenzo de Almagro el encargado de hacer historia (Clarín, 12/04/2019). Sánchez pasaría a ser futbolista del Club San Lorenzo de Almagro, firmando ese mismo día su primer contrato profesional junto a 15 jugadoras que forman parte del plantel. “Desde enero que venimos reclamando por un fútbol femenino profesional. Hoy me encuentro viviendo el sueño de toda mi vida, aunque todavía falta, estoy feliz. Necesitamos que los medios de comunicación visibilicen más al fútbol femenino, en los diarios, en la televisión, porque lamentablemente hoy todo entra por los ojos, todo se vende y hay que tratar de vender al fútbol femenino como tal” (Sánchez, comunicación personal, 2019).

El 13 de abril de 2019 la edición impresa de *La Nación* le daría lugar en su tapa con una foto donde se puede ver a Macarena Sánchez junto al presidente de San Lorenzo de Almagro, Matías Lammens, firmando su contrato y titularía: “*La era profesional del fútbol femenino*”, lo desarrollaría en su página 2, siendo la cuarta nota, antes se encontrarían tres noticias referentes al fútbol masculino. En cambio, *Clarín* no le daría lugar en su tapa, pero si le daría un pequeño espacio en su página 53 de su sección de deportes, bajo el título: “*San Lorenzo, el primer Club que firmará contrato con sus jugadoras*”. En comunicación con Sabrina (2019), recordó que el día después de la firma de los contratos, el diario impreso se encargó de “demostrar la situación financiera del país, debido a que son años electorales” y sostuvo: “Los medios, en cualquier

tema, deben informar y ayudar a mediatizar, desde problemáticas hasta logros deportivos. Nosotros como comunicadores debemos generar un espacio para que los actores puedan expresarse, no importa si es tapa o no”.

Y por último, el 24 de septiembre de 2019 se daría otro hecho histórico para el fútbol femenino, pero ahora bajo el ámbito profesional, cuenta Cannataro: “Por primera vez de lo que va en la historia, se logró jugar un Superclásico femenino en la misma cancha donde el plantel masculino llevan a cabo sus encuentros de la Superliga” y resaltó: “En esta oportunidad, los medios de comunicación dieron prioridad al encuentro que se vivió en la Bombonera” (comunicación personal, 2019). Es así, como la edición impresa del 25 de septiembre de *La Nación* destacaría el acontecimiento en su sumario de noticias destacadas seguido de *“fútbol femenino en marcha”* y lo desarrollaría más en la página 2 de la sección de deportes, donde se puede ver una foto del plantel femenino de Boca festejando con los hinchas y es titulado: *“En la cancha, Boca goleó a River, pero en la historia será un triunfo de todas las profesionales”*. Mientras tanto, *Clarín* se encargaría de darle más espacio en su tapa con una foto que se ve a Fabiana Vallejos, jugadora del Club Atlético Boca Juniors festejando su primera conquista como jugadora profesional, el título que acompañaría a esta foto sería *“Boca arrasó en el primer Superclásico de las chicas”* y en su página 42 desplegaría todo lo acontecido en el fútbol femenino, los partidos jugados, los goles marcados y además, acompañaría una nota con Macarena Sánchez realizada por Sabrina Faija, titulándola *“La líder del movimiento por el fútbol femenino”*.

## CONCLUSIÓN

El fútbol femenino ha logrado en los últimos años romper modelos y establecerse profesionalmente como una modalidad del deporte, las mujeres futbolistas hoy cuentan con salarios y obra social, el 2019 empezó a contar la historia que *las pioneras* habían empezado a escribir en ese Mundial de 1971, las chicas cada vez se hacen escuchar más.

Sin embargo, Cometti asegura que: “para que crezca el fútbol femenino, los clubes tienen que aportar. Cobrar un sueldo, tener un contrato, no significa ser profesional, sino que hay que trabajar entre todas día a día, lograr que todos nos apoyen, los dirigentes, los medios de comunicación” (comunicación personal, 2019). Aunque hoy cuentan con una relación con el presidente de la AFA que antes no contaban, las mujeres del fútbol aún tienen dificultades al momento de conseguir apoyo por parte de los órganos responsables.

*A las mujeres les costó aún más ser parte del fútbol debido a que es uno de los deportes donde más se afirmaron los resabios machistas: siempre lo jugaron los hombres, a la cancha iban solo los hombres, ya que era peligroso para las mujeres, etc. Seguramente si los medios hubieran acompañado dándole difusión, su visibilización se habría visto afectada y podría haber crecido antes (Fajja, comunicación personal, 2019).*

El análisis realizado a los diarios *La Nación* y *Clarín* dejó en evidencia que le dedican muy poco espacio en sus ediciones impresas al fútbol femenino, dándole más lugar en sus ediciones online.

Ahora bien, la pregunta que surge al momento de finalizar la investigación es: ¿El fútbol femenino se ha convertido en suceso de la sociedad moderna? Si bien los avances se fueron dando estos últimos años, el fútbol en Argentina cuenta con su historia desde 1971, pero 48 años después se logra que sea profesional.

A lo largo del trabajo se pudo ver que el fútbol femenino ha tenido su proceso de evolución, confirmando la superación del paradigma que le ha dado la sociedad al sexo femenino. “Si las luchas se miden por las relaciones de fuerza, el año 2019 dejó en evidencia que las pibas van torciendo la batalla” (Pujol, 2019. p.276).

Teniendo en cuenta la hipótesis planteada al comienzo de esta investigación, se llega a la conclusión que la temática principal de los medios analizados es el fútbol de hombres y para hombres, es decir que las mujeres siguen en desventaja respecto a los hombres en este deporte, tanto por parte de los órganos responsables, como en los medios de comunicación.

En conclusión, es mucho aun lo que hace falta en cuestión de igualdad de género en el fútbol femenino. En mi opinión los medios de comunicación ayudan a la difusión y crecimiento en cualquier ámbito, es por eso que considero que deberían incluir más este deporte en su agenda de interés. A partir de nuevas publicaciones, como libros, programas y periodistas especializados en la disciplina se sabe que el fútbol femenino cuenta con una historia.

## **Bibliografía:**

- Amado Suarez, A. (2010). “Prensa y comunicación: relaciones informativas responsables”. Buenos Aires: Crujía.
- Castelli, E. (1996) “Manual de periodismo”. Buenos Aires: Plus ultra.
- Casar González, Alejandro. (16 de marzo de 2019). “Tras la denuncia de una jugadora, la AFA vuelve profesional el futbol femenino”. La Nación. Recuperado el 20/4/19 de <https://www.lanacion.com.ar/deportes/futbol/tras-denuncia-jugadora-afa-vuelve-profesional-al-nid2229159>
- Delfino, Carlos. (12 de abril de 2019). ”Golazo de las mujeres en el fútbol argentino: San Lorenzo, el club pionero en la profesionalización”. La Nación. Recuperado el 20/4/19 de <https://www.lanacion.com.ar/deportes/futbol/san-lorenzo-club-pionero-profesionalizacion-del-futbol-nid2237856>
- Desinano De Ossana, N. (1987). “El Discurso Periodístico: Didáctica del lenguaje y la comunicación”. Buenos Aires: Plus Ultra.
- Domínguez, S. (2019). “Pelota de papel 3”. Buenos Aires: Planeta.
- Gómez, Daniel. (9 de junio de 2019). “Historia del fútbol femenino”. El país recuperado el 6/10/19 de <https://elpais.com/especiales/2019/mundial-futbol-femenino/historia/>
- Insua, Patricio. (8 de marzo de 2019). “La Bombonera se prepara para un día histórico”. La Nación. Recuperado el 16/3/19 de <https://www.lanacion.com.ar/deportes/futbol/la-bombonera-se-prepara-dia-historico-primera-nid2226710>
- López, M. (1995). “Como se fabrican las noticias: Fuentes, selección y planificación”. Buenos Aires: Paidós.
- Luhmann, N. (1995). “La realidad de los medios de masas”. Buenos Aires: Anthropos.

- Martínez, J. (1992). “Diccionario de información, comunicación y periodismo”. Barcelona: Paraninfo.
- Martínez, J. (1997). “Diccionario de redacción y estilo” Madrid: Pirámide.
- Pujol, A. (2019). “¡Que jugadora!”. Buenos Aires: Ariel.
- Shannon, C. y Weaver, W. (1948). “The Mathematical Theory of Communication”. Estados Unidos: The University of Illinois Press.
- Sivak, M. (2013). “Clarín una historia”. Buenos Aires: Planeta.
- Sin Autor. “El primer paso a la profesionalización: AFA creó la Liga Profesional de Fútbol Femenino”. La Nación. Recuperado el 16/3/19 de <https://www.lanacion.com.ar/deportes/futbol/el-primer-paso-profesionalizacion-chiquitapia-firmo-nid2229291>
- Sin autor. 12 de abril de 2019. “San Lorenzo, histórico: las primeras 15 mujeres futbolistas que firmaron como profesionales en el país”. Clarín. Recuperado el 16/3/19 de <https://www.clarin.com/deportes/futbol/san-lorenzo/san-lorenzo-historico-primera>
- Sin Autor. (s.f) “Historia del futbol en argentina” Recuperado el 20/4/19 de <https://www.afa.com.ar/es/pages/historia>
- Sin Autor. (21 de septiembre de 2019). “La Selección fútbol femenino está de paro: qué le piden las chicas a la AFA”. Clarín. Recuperado el 16/3/19 de [https://www.clarin.com/deportes/futbol/seleccion-futbol-femenino-paro-piden-chicas-afa\\_0\\_r1jSFK-sW.html](https://www.clarin.com/deportes/futbol/seleccion-futbol-femenino-paro-piden-chicas-afa_0_r1jSFK-sW.html)
- Tocqueville, A. (2010). “La libertad de prensa en los Estados Unidos”. Buenos Aires: Trotta.

- Urta, Candela. (23 de enero de 2019). “Fútbol Femenino: el año que pateamos la pelota para llegar al Mundial de Francia”. Infobae. Recuperado el 16/3/19 de <https://www.infobae.com/parati/news/2019/01/23/futbol-femenino-el-ano-que-pateamos-la-pelota-para-llegar-al-mundial-de-francia/>