

**Tratamiento mediático del fútbol femenino en Argentina antes y después de la Copa  
Mundial de Francia 2019**

**Matías Martínez**



**Universidad de Palermo**

**Lic. Periodismo Deportivo**

**Facultad de Ciencias Sociales**

**2021**

## Índice

<b>Resumen.....</b>	<b>3</b>
<b>Palabras claves.....</b>	<b>4</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>Desarrollo: Contexto. Fútbol Femenino en Argentina 2006-2017.....</b>	<b>8</b>
<b>Copa América Chile 2018: Continuidad del reclamo y resultados positivos...14</b>	
<b>Repechaje rumbo al Mundial 2019: Resultados y cobertura de los medios.....17</b>	
<b>2019: Año de Mundial: El pedido de profesionalización, las redes sociales y la transmisión de los partidos.....</b>	<b>20</b>
<b>Copa del Mundo Femenina Francia 2019 y los medios.....</b>	<b>28</b>
<b>Conclusión.....</b>	<b>35</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>38</b>
<b>Anexo.....</b>	<b>40</b>

## **Resumen**

En este trabajo se analizó el espacio dedicado al fútbol femenino antes y después de la Copa Mundial Femenina Francia 2019. Se describieron los acontecimientos previos y posteriores que demostraron el tratamiento mediático que presentó la prensa. Los medios analizados fueron Olé, diario deportivo con sus tapas de papel y página digital, y las secciones deportivas digitales del diario Clarín e Infobae. Además, se incluyó medios de nicho o segmento específico como El Femenino o FutFemProf.

Los hechos que fueron elegidos se destacan por la importancia y trascendencia. La Selección nacional femenina consiguió la clasificación al Mundial 2019 mediante un repechaje, partido de ida y vuelta frente a su par de Panamá. Ese repechaje se dio al lograr entrar al podio en tercer lugar en la Copa América 2018 detrás de Chile, local, y Brasil, el campeón. A nivel local, se tomaron los campeonatos de primera división femenina organizados por la Asociación de Fútbol Argentino (AFA) desde 1991 que tuvieron una relevancia mayor luego del mundial al conseguir una semi profesionalización.

## **Palabras claves**

Fútbol Femenino

Clarín

Olé

El Femenino

FutFemProf

Mundial

2019

## Introducción

El principal objetivo del trabajo es analizar la difusión y el crecimiento del fútbol practicado por mujeres para marcar diferencias en el trato de los medios y la conciencia colectiva. Además, intentar descubrir si tanto los resultados positivos como las luchas internas de las jugadoras, buscando visibilidad, lograron alguna incidencia en los cambios. Para eso se analizarán los siguientes medios: Diario Olé, tapas en papel y sección digital; Sección deportiva digital del diario Clarín e Infobae; El Femenino y FutFemProf.

El fútbol masculino se practica en Argentina desde 1867. En el caso del femenino, no tiene un inicio claro, pero hay archivos que demuestran que en la década de 1920 se jugó un partido en un escenario importante, la antigua cancha del Club Atlético Boca Juniors. El 13 de octubre de 1923, el diario Crítica publicó en su segunda página: "Atrajo gran concurrencia el primer partido de *football* disputado por mujeres" refiriéndose a ese encuentro. También, el diario La Vanguardia tiene un título en la edición de ese día que informa "El *match* femenino de football". La nota dice que el día anterior dos equipos de mujeres llamados Argentinas y Cosmopolitas disputaron el primer partido de la disciplina de la historia nacional. Las primeras se impusieron por 4 a 3. El diario remarca que el encuentro fue organizado por un empresario con el fin de realizar "una parodia y un negocio". Pasó demasiado tiempo hasta que, en 1991, la AFA se hizo cargo y creó un campeonato, justo el mismo año que se disputó la primera Copa del Mundo Femenina de la FIFA.

En los inicios, ambos géneros tuvieron difusión, pero uno se fue desvaneciendo y el otro fue en crecimiento.

“En Olé surgían notas, pero solo salían de los partidos más importantes, superclásicos Boca-River y solo eso. Si jugaba Racing o Independiente que estaban en la segunda división u otros

equipos con menos visibilidad, no tenía importancia ni relevancia. Ni mucho menos otros equipos de menor nivel”. (Giuliana Pasquali, comunicación personal, 2020)

Pasquali trabajó para el diario deportivo Olé entre 2016 y 2018. Solo se informaba los resultados de la competencia local cuando se enfrentaban los dos equipos con mayor relevancia en la rama masculina como Boca Juniors y River Plate o cuando se determinaba un campeón, aunque muchas veces pasaba desapercibido. Tampoco se les hacía seguimiento a diferentes ligas del mundo o torneos internacionales. Las jugadoras no formaban parte del conocimiento popular.

Belén Potassa se destacó en el fútbol argentino convirtiendo más de 300 goles desde su debut en 2004 en Rosario Central, sus pasos por San Lorenzo de Almagro, Boca Juniors y UAI Urquiza hasta que emigró a España a principios del 2019, “Cuando empecé había algunos periodistas, pero pocos. Eran más los medios de mi pueblo (Cañada Rosquín, Santa Fe). Era por así decirlo ‘una deportista destacada santafesina que juega en Buenos Aires’. Era difícil que allá se redactara sobre el femenino”.

Según dijo el exjugador y seleccionador de básquet español, Manuel Coloma, al sitio web CDMSport el 10 de julio de 2020, “el deporte femenino a pesar de estar consiguiendo triunfos notorios debe hacer frente a dos grandes enemigos: el machismo y la ignorancia por parte de los medios de comunicación generalistas que solo les interesa el fútbol y que sea masculino”.

Está instalado que el deporte femenino no genera los mismos ingresos. Una nota de mayo del 2020 publicada en el diario Clarín con el título “El fútbol femenino, obligado a reinventarse en la Argentina tras la pandemia del coronavirus”, así lo afirma. Allí se explica que las empresas y sponsors que apostaron en la profesionalización del primer torneo local, que no se pudo finalizar a raíz de la pandemia, fueron a pérdida. “El fútbol no generó ratings, ni sponsors, ni nuevos

abonados” señala la publicación. Sin tener en cuenta factores como que en ningún país donde esta disciplina generó ingresos comerciales se produjo de un momento a otro. Por ejemplo, Estados Unidos es potencia, tiene la liga más fuerte y es el país con mayor cantidad de mundiales y medallas olímpicas en su haber porque elaboró un plan a largo plazo. Una ley promulgada en 1972 bajo el nombre «Title XI», obligó a las universidades a crear programas deportivos dedicados exclusivamente a las mujeres.

Coloma (2020) también dice que “no se habla más del deporte femenino porque los medios no quieren”. Esto puede conectarse con la definición del término *agenda setting* para referirse al poder que tienen los medios de comunicación de masas para dirigir la atención de la opinión pública hacia ciertos temas específicos según McCombs y Shaw (1972). Además, Shaw (1979) afirma que las personas solo conocen lo que los medios le ofrecen e ignoran todo lo demás, y que los medios le dan más importancia a un tema que a otro, y así también lo hará su público.

Por otra parte, Galeano (1997) sostiene que los profesionales de la comunicación siempre han realizado su trabajo sobre la experiencia y el sentido común del público, y eso no debería por qué cambiar, haciendo referencia a las modificaciones producidas por los medios, sin ver éstos cuál es la opinión del público que los elige.

Esta práctica pudo verse cuando luego de la clasificación de la Selección Argentina femenina al Mundial de Francia 2019 con estadio lleno, los medios realizaron informes y el diario Olé por primera vez incluyó en su tapa un recuadro con los festejos de la victoria del equipo femenino frente a Panamá.

## **Desarrollo**

### **Fútbol Femenino en Argentina 2006-2017**

El fútbol no tiene un inicio claro, varias civilizaciones en todo el mundo practicaron juegos similares con pelotas. Desde los aztecas con el *Tlachtli*, hasta los japoneses con el *Kemari*, pasando por los florentinos y su *Calcio Storico*, hasta llegar al deporte practicado en las escuelas inglesas del siglo XIX. El 26 de octubre de 1863, se formó en una taberna de Londres, la *Football Association* (FA): el organismo rector del fútbol inglés y el primero del mundo. Allí, se decidió adoptar las reglas propuestas por la escuela Cambridge. El 3 de noviembre de 1870, se jugó el primer partido internacional en donde Inglaterra le ganó 1-0 a Escocia. En cuanto al fútbol practicado por mujeres, en 1894, Nettie Honeyball, fundó British Ladies Football Club y un año después se organizó el primer partido. En 1920, tuvo lugar el primer partido internacional entre el equipo inglés, Dick, Kerr Ladies, y un combinado francés. El deporte comenzaba a tener éxito y ganar popularidad entre las mujeres que trabajaban en las fábricas, pero en 1920 la FA prohibió los partidos entre mujeres e instó a los equipos que pertenecían a la asociación a no prestar sus instalaciones para partidos femeninos. Esta decisión se basó en un informe de la doctora Elizabeth Sloan Chesser que calificaba al fútbol como el deporte menos apropiado para el cuerpo de la mujer y como un peligro para su integridad física. La prohibición duró hasta 1971, año en que la Unión Europea de Fútbol Asociado recomendó a las federaciones tomar el control del fútbol femenino, esto marcó el renacer de la actividad de manera oficial para las mujeres.

En Argentina, según la Asociación de Fútbol Argentino (AFA), el primer partido de fútbol masculino fue el 20 de junio de 1867 y en 1891, se creó el primer campeonato en Buenos Aires organizado por la Argentine Association Football League. En el caso del fútbol femenino los



registros periodísticos indican que el primer partido ocurrió el 13 de octubre de 1920 en la antigua cancha del Club Atlético Boca Juniors. y el primer campeonato oficial organizado por AFA fue en el año 1991.

El fútbol es considerado uno de los deportes más populares del mundo, tanto es así que la Fédération Internationale de Football Association (FIFA), organismo rector del fútbol mundial, posee 211 federaciones afiliadas a comparación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que la integran 193 países.

Las diferencias entre fútbol masculino y femenino fueron creciendo y entre los datos más destacados se encuentra la creación del primer campeonato del mundo de fútbol masculino en 1930, en cambio, la primera copa del mundo oficial de selecciones femeninas se disputó en 1991. Además, la FIFA posee un ranking de clasificación con un sistema de puntos y posiciones, en ella se evidencia que de las 211 federaciones, 167 poseen equipos masculinos y femeninos.

En 1930, la Selección Argentina masculina participó en el primer Mundial y perdió la final frente a su par de Uruguay. La Selección Argentina femenina tuvo que esperar hasta el 2007 para clasificar por primera vez.

Belén Potassa es una futbolista argentina. Nació en Cañada Rosquín, provincia de Santa Fe, el 12 de diciembre de 1998. Desde los seis años que juega al fútbol, se inició en Juventud Unida de Cañada Rosquín y a los 14 pasó a jugar en Rosario Central. Su carrera siguió en Buenos Aires jugando para San Lorenzo, Boca Juniors y UAI Urquiza. Forma parte del seleccionado argentino desde el 2006, año en que Argentina obtuvo el campeonato Sudamericano jugado en Mar del Plata. Jugó dos mundiales (2007 y 2019), en el medio del último fue transferida a Fundación Albacete en España, donde firmó su primer contrato profesional. Actualmente juega

en el Córdoba CF español. (Belén Potassa, comunicación personal, 2020) “En el 2006, salí campeona sudamericana con la Selección y no salimos en ningún lado. Salió algo chiquito en el Olé pero nadie lo vio”. Los campeonatos Sudamericanos se iniciaron en 1991 y se disputan cada cuatro años dando clasificación a los próximos torneos internacionales. Luego, en 2010 pasó a llamarse “Copa América Femenina”. En el certamen 2006 disputado en Mar del Plata, Argentina se impuso sobre Brasil, Uruguay y Paraguay en la Fase Final del torneo en un sistema de definición de todos contra todos. El último partido se lo ganó a su par de Brasil por 2 a 0. Vale destacar que desde la creación de la copa hasta la última disputada en 2018, ese fue el único donde la Selección *verdeamarela* no logró hacerse con el título. Ganó 7 de 8.

Aparte fue histórico porque clasificamos a un juego olímpico, a un Panamericano y a un Mundial, eso todavía no se pudo igualar. Quizás no tuvimos la suerte de tener la difusión por las redes y tampoco por los medios. Tranquilamente TV Pública o alguno más podría haber transmitido el partido. Solamente teníamos al periodista de AFA que colgaba algo en la red de la Federación o salía en la revista institucional después de los tres meses (Potassa, comunicación personal, 2020).

Avanzando en el tiempo, en el periodo 2015-2017, la Selección albiceleste no compitió. No jugó ningún amistoso, ni las jugadoras se entrenaron todas juntas, a pesar de que la mayoría jugaba en el fútbol local, ni tenían un técnico a cargo. Julio Olarticochea había renunciado luego de conseguir un solo punto en los Juegos Panamericanos Toronto 2015 y no lograr pasar de fase. La Asociación de Fútbol Argentino dejó pasar el tiempo hasta que llegó el momento de competir en la Copa América Chile 2018. En septiembre del 2017 contrató a Carlos Borrello, quien fue entrenador desde 1998 hasta 2012 de la Selección femenina y ayudó al equipo nacional a

clasificar a los Mundiales 2003, 2007 y 2019, tres Mundiales Sub-20 (2006, 2008 y 2012) y a los Juegos Olímpicos de Pekín 2008.

Esos dos años fue como si en un almanaque, agarraras y los arrancarás. A nadie le importó el fútbol femenino hasta que llegó el momento de competir y había que armar algo para poder ir a Chile. Porque si no te presentás te sancionan, tanto Conmebol como FIFA, pero a todas las disciplinas, no solo a nosotras. Entonces ahí te da la pauta de que años anteriores el femenino estaba ahí... se ponía a las jugadoras para que no te sancionen o para no pasar vergüenza de ser la única Selección sudamericana que no presentaba equipo. (Potassa, comunicación personal, 2020).

A partir de ahí, AFA organiza un amistoso en Uruguay contra ese seleccionado y la albiceleste le ganó 3 a 0 en la cancha de Defensor Sporting. Este amistoso fue un día antes que la Selección mayor masculina se enfrentase también a Uruguay en el Estadio Centenario de Montevideo por las eliminatorias rumbo al Mundial de Rusia 2018. De regreso al país, las futbolistas argentinas deciden realizar un paro, elevar una carta a AFA y publicarla en redes sociales. En esa carta las jugadoras anuncian que dejaron de entrenarse y explican que la Asociación no les pagó los viáticos para ir a las prácticas. Cada una tuvo que garantizarse la forma de llegar al predio de Ezeiza para entrenar. Además, exponían que no viven del fútbol y que los traslados les generan complicaciones en sus trabajos, muchas perdían el presentismo o incluso días completos para cumplir con su compromiso en el conjunto nacional. Además, denunciaban que el dinero que habían podido acordar con Ricardo Pinela, en ese entonces presidente de la Comisión de Fútbol Femenino, eran 150 pesos y a pesar de que no alcanzaba para cubrir sus viajes desde las distintas provincias, aceptaron pero el dinero no apareció. Pidieron que les den una cancha de césped natural para entrenar ya que lo hacían en césped

sintético y que les provean de indumentaria con talles acordes a sus cuerpos, que no sea la que quedaba en desuso de los seleccionados masculinos. El final del comunicado decía: “ninguna epopeya deportiva puede llevarse a cabo cuando quienes le prestan el cuerpo deben viajar el mismo día de la competencia entre las 4 y las 9 de la mañana y dormir en un micro hasta la hora del encuentro, tal como sucedió el 30 de agosto en ocasión del partido amistoso jugado en la ciudad de Montevideo”.

Este reclamo se difundió en redes y llegó a Daniela Lichinizer quien escribió en el sitio digital Infobae.com una nota de opinión sobre el tema titulada: “Un reclamo de la Selección Argentina de fútbol femenino desnuda una cuenta pendiente de la AFA”. Allí además de mostrar la carta y detallarla, hace un paralelismo con la Selección masculina.

El duelo se jugó en la cancha de Defensor Sporting, un día antes del encuentro que la Selección masculina disputó por eliminatorias ante el conjunto "Charrúa" en el estadio Centenario. Mientras que los dirigidos por Jorge Sampaoli viajaron a Montevideo en un vuelo de Aerolíneas Argentinas, el elenco femenino se trasladó en barco y debió "hacer tiempo" y dormir en un micro hasta la hora del partido para regresar al país una vez terminado el mismo. En la previa de estos compromisos, las futbolistas dijeron basta e hicieron escuchar su voz. Dejaron en claro que se cansaron del maltrato y que reclaman medidas para avanzar hacia una igualdad en las condiciones de trabajo para representar al país. (...) El desarrollo del fútbol femenino es una cuenta pendiente en la Argentina. El paro podría ser una llamada de atención y, a la vez, una oportunidad para que la dirigencia cambie el rumbo y le dé al equipo nacional el reconocimiento que hasta el momento se le ha negado. (Daniela Lichinizer, 2017)

El diario deportivo Olé y la sección digital de Clarín se hicieron eco del reclamo, pero un tiempo después.

A principios de 2018, se planteó la necesidad de hacer una nota contando qué había pasado con la Selección femenina que había pasado de tener logros en los juegos Odesur al punto de quedar olvidada. Sabíamos que no entrenaban y le pagaban 150 pesos de viáticos, entonces hicimos un informe que fue nota central del diario papel donde participaron jugadoras y dirigentes. El cambio dirigenal en AFA fue importante. (Pasquali, comunicación personal, 2020).

Luego de la muerte de Julio Humberto Grondona quien fue presidente de AFA desde 1979 hasta 2014, la institución entra en un proceso de reestructuración. Luis Segura toma el mando hasta 2016 y lo pasa a Armando Pérez que estaba a cargo de una “comisión normalizadora”, una intervención de la asociación. Este proceso culmina en el 2017 cuando asume Claudio Tapia.

Volvía a aparecer el fútbol femenino en la agenda de estos grandes medios, pero haciendo foco en un conflicto. Según la futbolista Belén Potassa “siempre que hay problemática, los medios aparecen”. (Potassa, comunicación personal, 2020).

## **Copa América Chile 2018**

### **Continuidad del reclamo y resultados positivos**

En 2018, Argentina fue a disputar la Copa América de Chile. El certamen premia a los primeros puestos con la clasificación al siguiente Mundial y al tercero con la posibilidad de un repechaje contra alguna selección del mundo para ganarse un lugar. En el país trasandino solo se encontró un medio argentino: El Femenino.

El Femenino es un medio autogestionado que se formó en 2016 para suplir la necesidad de información sobre la disciplina. Con una página de internet llamada [elfemenino.com.ar](http://elfemenino.com.ar) y la red social Twitter, Romina Sacher y Nicolas Valado, comenzaron a llevarle al público que los seguía los resultados, mejores jugadas, curiosidades y entrevistas a las protagonistas tanto del torneo como de la Selección Argentina. Ellos también eran los encargados de prensa y comunicación de UAI Urquiza, club que ganó cuatro títulos locales en los últimos siete años, un subcampeonato y un tercer puesto en la Copa Libertadores 2015. Las futbolistas argentinas tenían sensaciones encontradas porque un solo medio las acompañó.

La verdad que sentíamos bronca porque eran los únicos pero estábamos felices por ellos porque todo lo que hicieron fue a pulmón y se lo bancaron ellos. Y también alegría porque eran el nexa con nuestras familias y le podían llevar noticias nuestras a nuestra gente en Argentina. Los conocíamos de antes y si bien en el fútbol femenino se conocen todos, la relación era buena y nosotras estábamos orgullosas por ellos y encantadas también de ayudarlos. (Potassa, comunicación personal, 2020)

La Selección llegó con poca preparación, apenas una semana de entrenamiento todas juntas, y con muchos reclamos y problemas sin resolver que continuaban del año anterior con la

Asociación del Fútbol Argentino. La falta de logística para juntarse y entrenar como se merece esa competencia, sin posibilidad de hacerlo en una cancha de césped natural, la indumentaria vieja que le quedó a la utilería de cuando la usaron los equipos masculinos y los viáticos irrisorios hicieron que las jugadoras manifiesten su descontento y reclamen mediante gestos en los goles o en la foto inicial pidiendo “ser escuchadas”. Argentina, para sorpresa de muchos, logró un tercer puesto y la posibilidad de entrar al Mundial luego de 12 años, pero ningún medio grande estaba ahí, los únicos eran ellos, El Femenino que, con ayuda económica de los lectores y ahorros personales, habían podido viajar, aunque no todo el equipo, sino tres personas. Los diarios y portales se hicieron eco y para sus notas utilizaron el material brindado por los únicos presentes en Chile. El diario Olé, en la previa al certamen, publicó una nota en su página web firmada por el periodista Hector Lescano, titulada “¡Vamos las pibas!” informando brevemente el formato de competición. Allí se utilizaron las fotos y el material sacado de la página de Twitter @FemeninoAFA, la cuenta de El Femenino en esa red social. Esta práctica era repetida porque eran los únicos que tenían información sobre la Selección Argentina de primera mano y proveían voluntaria o involuntariamente a quienes se interesaban.

A pesar de esta nota en la página digital de Olé, el logro deportivo de la Selección femenina obteniendo el tercer puesto y el derecho a participar del repechaje para ir al Mundial no se vio reflejado en la tapa de la versión papel. En su lugar, estuvo la imagen del futbolista de Boca Juniors, Cristian Pavón, festejando uno de los goles de su equipo frente a Newell 's Old Boys por el torneo local. McCombs y Shaw (1972) definen el término *agenda setting* como el poder que tienen los medios de comunicación de masas para dirigir la atención de la opinión pública hacia ciertos temas específicos. Además, Shaw (1979) afirma que las personas solo conocen lo

que los medios le ofrecen e ignoran todo lo demás, y que los medios le dan más importancia a un tema que a otro, y así también lo hará su público.

La Copa América constó de dos partes: una primera fase donde las diez selecciones estaban divididas en dos grupos de cinco y una fase final donde los dos mejores clasificados de cada grupo jugaban entre sí. Argentina quedó en el segundo lugar de su grupo, detrás de Brasil. En cuanto a la difusión, los partidos estaban disponibles a través de una transmisión oficial en la red social, Facebook, de la competición.

Luego del primer partido de la fase final en el que Argentina venció 3 a 1 a Colombia, el canal de televisión público de deportes ( DeporTV) se hizo con los derechos de transmisión y puso en pantalla los siguientes partidos frente a Brasil y Chile.

Lamentablemente tenés que lograr algo para que aparezcan medios grandes pero bueno. Todo suma. El hecho de llegar hasta ahí y que un medio grande transmita está bueno porque siempre pensamos en nuestras familias o la gente que nos banca y se quedan con las ganas de ver nuestros partidos. Eso hizo que ellos puedan disfrutarlo y nosotros también porque es lindo sentir que nos apoyan en la distancia. No es lo mismo que se sepa el resultado después o entrar a una cancha sabiendo que te mira todo el país o por lo menos gente que te banca. (Potassa, comunicación personal, 2020)

Además del resultado deportivo, para Potassa otra cosa que influyó para lograr mayor visibilidad a lo que pasaba en Chile fue el reclamo en el que decían: “Queremos ser escuchadas”.

Creo que fue un 50 y 50: el reclamo porque nunca se había visto un gesto así, mostramos que queríamos más, y el resultado porque obviamente acompañó para que digan bueno, es momento de pasar y dar información de fútbol femenino. Todo es a base de lucha y de los



reclamos que uno hace pero, obviamente, te ayuda el resultado. (Potassa, comunicación personal, 2020)

## **Repechaje rumbo al Mundial 2019**

### **Resultados y cobertura de los medios**

La Selección Argentina femenina pierde el último partido de la Copa América Chile 2018 frente al local por 4 a 0, obteniendo el tercer lugar y el derecho a jugar un repechaje por un lugar en el Mundial de Francia 2019. Debía jugar una serie de ida y vuelta frente a su par de Panamá. A pesar del reclamo frente a la AFA, las futbolistas se habían esforzado por conseguir una oportunidad de estar en la máxima competencia internacional. La AFA, con nueva dirigencia, decide que el partido en Argentina se jugaría en el estadio Julio Humberto Grondona, la casa de Arsenal de Sarandí con capacidad para 16000 personas y que la entrada sea libre y gratuita. Daniela Lichinizer escribió el 9 de noviembre de 2018 para Infobae una nota titulada “Repechaje Argentina - Panamá: el día que las mujeres reclamaron el fútbol como propio”:

El escenario era distinto al que se vive cada fin de semana en el fútbol argentino: esta vez, fueron en su mayoría mujeres las que conformaron la hinchada. De a poco, las tribunas se fueron colmando de aquellas que juegan, que miran, que sienten y que viven por ese deporte que tanto las apasiona, pero que muchas veces se sienten marginadas de un ámbito que les suele resultar hostil. (Infobae, 2018)

En la ida Argentina goleó 4 a 0 a Panamá con goles de Mariana Larroquette, Yamila Rodríguez y doblete de Eliana Stabile en un estadio repleto y con transmisión de TyCSports, el canal que históricamente tiene los derechos de la Selección masculina.

A diferencia del torneo en Chile, las cabinas de prensa estaban completas con redactores de diarios, revistas, cronistas de televisión y radio.

Creo que en la Copa América, el gesto de “queremos ser escuchadas” hizo un poco de ruido. Después por mala suerte no clasificamos directo al mundial pero eso también ayudó a que juguemos dos partidos más y que uno sea de local. Eso sirvió para que todo el mundo se enterara de que necesitábamos de la gente para sentirnos superiores al rival y que era un puntapié inicial acá en Argentina, para ir cómodas a Panamá. Entonces eso ayudó muchísimo también, a que en el Mundial los periodistas argentinos hayan querido viajar y que los canales quieran noticias de nosotras, se hayan acercado marcas y sponsors que antes seguramente no los teníamos. Creo que todo arranca en la Copa América y todos los sucesos hicieron que se acercaran los medios. (Potassa, comunicación personal, 2020)

En el diario Olé, la tapa en papel se la llevó nuevamente el jugador de Boca, Cristian Pavón, que paró ante los medios desde su auto para hablar sobre la final de la Copa Libertadores que enfrentaba al xeneize contra su acérrimo rival, River Plate. El texto con el título “Traigan Bomboneras: desesperación por las entradas” hacía alusión a los dichos del presidente de Boca, Daniel Angelici, con respecto a los socios que se quedaron afuera del primer partido. Un recuadro pequeño en la parte superior citaba: “Golearon las chicas PODEROSAS. 4 a 0 a Panamá para ir al Mundial”.

El 13 de noviembre, el conjunto dirigido por Carlos Borrello empató 1 a 1 con gol de Florencia Bonsegundo en el Estadio Rommel Fernández de la Ciudad de Panamá y nuevamente fue televisado por TyCSports. El escenario cuenta con capacidad para 32000 personas pero se encontraba por la mitad y las entradas valían de 4 a 8 usd. Con el global 5 a 1 a favor, la albiceleste volvió a la máxima competencia internacional por tercera vez en la historia y después

de 12 años (su última participación fue en China 2007). Más allá del logro histórico, algunos medios reflejaron algo más.

El partido de ida, aquel 4-0 en la cancha de Arsenal, resultó el primer paso, el decisivo de esta serie. Pero no sólo eso: también resultó un mensaje. El fútbol de las mujeres también es capaz de llenar estadios. Y de agradar. Y de ser televisado, como en la noche panameña. Sucede en muchos rincones y en algunas redacciones: Las chicas que se visten como Messi o como Agüero o como Otamendi ofrecen alegrías. Se gritan sus goles. El asombro acontece. Queda una impresión al final del recorrido: el fútbol femenino no es femenino. Es fútbol. De una. (Clarín, 2018)

Como dijo Belén Potassa (comunicación personal, 2020): “Lamentablemente, tenés que lograr algo para que aparezcan los grandes medios”. Con respecto al diario Olé, el miércoles 14 de noviembre, con el resultado consumado y el pasaje al mundial del año próximo, su tapa tuvo como imagen principal al jugador de Boca, Carlos Tevez, con el título: “Tevez Monumental. El finalista del pueblo”. El logro del fútbol femenino nacional tuvo nuevamente un cuadro pequeño con la frase “1 a 1 con Panamá. Las chicas van al Mundial”.

## **2019: Año del Mundial**

### **El pedido de profesionalización, las redes sociales y la transmisión de los partidos**

El año mundialista comienza con una bomba en las redes sociales. La futbolista de UAI Urquiza, Macarena Sánchez, intimó al club a reconocer el vínculo laboral que mantiene con ella y le exigió a la AFA que garantice este derecho y que cumpla con las normativas de FIFA respecto de los principios de no discriminación y de igualdad de género. Su objetivo era claro: que el fútbol femenino sea profesional en la Argentina.

El conflicto nace cuando días antes del comienzo de la pretemporada, el DT German Portanova, le avisa a Macarena que no sería parte del plantel. Esto significaba que después de siete años vistiendo los colores de la UAI, se quedaba sin la posibilidad de jugar al fútbol por torneos AFA hasta el comienzo de la próxima temporada (seis meses después) ya que el periodo de fichajes había concluido y Sánchez había perdido la posibilidad de conseguir un nuevo club.

Entonces, la futbolista mediante un comunicado de prensa que publicó desde su cuenta de Twitter, informaba de la situación y anunciaba que agotaría las instancias legales junto a un equipo jurídico que la representaba integrado por abogadas feministas de Abofem Argentina y M y G Asociadas.

El fútbol femenino era amateur y los clubes no reconocían a sus jugadoras como trabajadoras. Una nota de Infobae.com, firmada por Daniela Lichinizer con el título: "Macarena Sánchez, la jugadora que rompe moldes y quiere la profesionalización de las mujeres: «El fútbol debería ser más feminista»" informaba:

En el caso de Macarena, tenía un arreglo particular con la UAI Urquiza, distinto -y superior- al que suelen tener sus colegas en otras instituciones. La entidad le pagaba un viático mensual y, además, le garantizaba un trabajo como administrativa en una de sus dependencias.

Daniela Lichinizer cerraba la nota escribiendo: “el reclamo de Macarena podría significar una revolución, podría marcar un antes y un después en el camino hacia la profesionalización del fútbol femenino en Argentina”.

En este contexto nace FutFemProf, un medio especializado en la disciplina en el país que fue creciendo con el tiempo. Tiene mucha presencia en las redes sociales, además de una página web con información y resultados, y una sección para asesorar a las futbolistas con sus derechos adquiridos. En conjunto al canal de YouTube, Vamos Las Pibas, se hicieron cargo de las transmisiones de algunos partidos de la Primera División y durante el 2020 hicieron un programa semanal para llenar el hueco de la falta del deporte en un año de pandemia. Lautaro Sánchez forma parte de este medio, pero cubre al fútbol femenino desde el 2017 en su cuenta de Twitter @IncidiumOk (Ahora @cespedyarena en Instagram).

En 2016 empecé con la cuenta y en 2017 agregué fútbol femenino. No arranqué con esa disciplina, sí un año después como iba a ver los partidos y todo, empecé a subir información del torneo. En el 2018 comencé a hacer notas a las jugadoras. En realidad, a mí siempre me gustó hacer algo distinto al resto. Nadie cubría el futfem y para mí era fútbol, no tenía mucho prejuicio como otra gente. Además, lo iba a ver seguido porque mi novia jugaba en Huracán. Vi que además de verlo podría cubrirlo y estar ahí. Nunca me gustó hacer lo mismo que el resto, todos estaban con el fútbol masculino, hay poco lugar y es un ambiente bastante feo. Pero entendí que el femenino no era tan así y me gustó. (Lautaro Sánchez, comunicación personal, 2020)

FutFemProf tampoco comenzó con el objetivo de informar y transmitir partidos, fue evolucionando.

Empezó siendo un canal o una vía donde se reclamaba que se profesionalice el fútbol femenino con el reclamo de Maca Sánchez. Comenzaron tres personas: Leila Grayani, Micaela Cannataro y Lucía Gargini. Lo hicieron como un reclamo que no era para informar ni nada, pero ese reclamo generó difusión y se generaron cosas. Entendieron que tenían que subir resultados y fueron ampliando el equipo. Llamaron a Agustina Vidal que estaba cubriendo como podía desde TyC Sports. Me llamaron a mí que me veían en la cancha y que trataba de hacer notas. Me preguntaron si me quería sumar, me interesó y también había una página o canal de YouTube ese mismo año que transmitía algunos partidos donde estaban Nahir Jaidar y Melina Kaler, ellos lo hacían para AtlantaTeSigo, también cubrían el femenino y después se extendieron. Y todo se unió. Todos los cubríamos aparte y nos unimos. Los que menos lo hacían eran las tres que empezaron porque no lo armaron para eso, pero se dio. Se armó un lindo grupo y encima de esas 8 personas que éramos al principio, tres íbamos a ir al Mundial cada uno por su lado”. (Lautaro Sánchez, comunicación personal, 2020)

Todo este proceso duró un par de meses, Macarena recibió el apoyo de otras jugadoras, sobre todo de las que formaron parte de la Selección que reclamó en Chile 2018. Recibió también mucho rechazo por parte de un sector de la población, pero eso en vez de amedrentarla, la hizo más fuerte.

En su cuenta de Twitter (@MacarenaSanchezj) publicó el 9 de febrero: “Hace 20 años que juego al fútbol. Siempre viví exclusión y discriminación. Desde que inicié la denuncia de público conocimiento no paro de recibir mensajes con insultos y agravios, pero todo tiene un límite”. El mensaje iba acompañado de una foto de un arma de fuego que le enviaron. El apoyo a Macarena fue en aumento y la causa fue avanzando a favor.

Olé en su versión digital publicó una nota sobre el tema con el título: “Amenazaron de muerte a Maca Sánchez”:

La jugadora que encabeza la lucha por la profesionalización del fútbol femenino en la Argentina recibió un violento mensaje en sus redes sociales. “Hay bastante dinero por tu cabeza, vas a morir pronto”, le escribieron con una foto intimidante. Lamentable. (Olé, 2019)

El 16 de marzo de 2019, La Asociación del Fútbol Argentino (AFA) y Futbolistas Argentinos Agremiados (FAA), institución que protege los derechos económicos y deportivos de los jugadores de fútbol en el país, firmaron un acuerdo para profesionalizar el fútbol femenino, aunque el término más correcto sería semi profesionalizar porque no es total. La AFA se comprometió a aportar 120.000 pesos por mes a cada uno de los 16 clubes que componen la Liga de Primera División (equivalente a ocho contratos). Luego, está en la decisión de cada club extender la cantidad de contratos con presupuesto propio.

La lucha, como todas las luchas, llevaba años. Muchos años de lucha invisible. O invisibilizada. Fue Macarena Sánchez, quien tras un conflicto con su club, UAI Urquiza, se transformó en la cara de un movimiento que creció y terminó por sacudir los cimientos de un statu quo que parecía imposible de modificar. Todo cambió en cuestión de un par de meses y este sábado se dio el primer paso de un largo camino. (Clarín, 2019)

Pese a ser tan importante en este hito de la disciplina en el país, Macarena no fue invitada por AFA a la firma que se celebró en el predio de Ezeiza y participó una jugadora por cada club de Primera División. Luego de la firma, Sánchez publicó en Twitter:

El fútbol femenino es profesional. Es el primer paso y fue TODO NUESTRO. De las que ya no juegan, pero igual se sumaron a reclamar y de las que están jugando y no dejaron de bancar la lucha a pesar de las presiones. #FutbolFemenino #FutbolFemeninoProfesional.

Gracias a todos los que se comprometieron con la lucha, acompañando y entendiendo el reclamo. Gracias a los periodistas que difundieron con la verdad, con responsabilidad y con respeto. (Macarena Sánchez, 2019).

El diario deportivo Olé, en su versión papel el día después de la firma, el 16 de marzo puso en su tapa a Lisandro Lopez, jugador de Racing Club, que convirtió un gol para la victoria de su equipo, el puntero del campeonato. No hubo distinción sobre el acuerdo por la semi profesionalización.

Pero después de julio, con el Mundial concluido y todo el revuelo que provocó la Selección haciéndole frente a potencias mundiales como Japón o Inglaterra y la remontada frente a Escocia, llegó el turno de comenzar el primer torneo nacional con este acuerdo de contratos de futbolistas, pero además con una sociedad entre la AFA y TNT Sports para la televisación de cuatro partidos por fecha. Se hizo una presentación donde las protagonistas conversaron con la prensa, se sorteó el fixture y se presentó la copa que por primera vez estaba patrocinada: “Torneo Rexona”. Pero este paso perjudicó a los medios de nicho que hace años se la rebuscaron para llevar las imágenes y la información sobre la disciplina.

Fue un tema eso. El primer partido del torneo semiprofesional, transmitimos Lanús - San Lorenzo, el nuevo club de Maca Sánchez, su partido debut donde incluso convirtió un gol y TNT no lo pasaba. Ellos fueron al superclásico en la Bombonera que era a la misma hora. Entonces fuimos a Lanús y lo hicimos lo más bien. Al otro día quisimos transmitir a UAI contra Independiente y no nos dejaron. Nos dijeron que no podíamos mostrar imágenes, hicimos como Domingol y mostramos la tribuna. Estábamos sorprendidos... llamaron desde AFA diciendo que ellos habían firmado los derechos con TNT. Luego descubrimos que TNT no compró los derechos, sino que AFA los cedió “gratis”. No había regla clara que otros medios no podían



transmitir. Lo peleamos vía legal. Encima TNT Sports empezó a pasar menos partidos, de cuatro pasaron a tres y al poco tiempo a dos y encima uno de esos partidos siempre era el de SAT que es el equipo del sindicato de televisión. Entonces quedaban muchos partidos afuera, nosotros queríamos ir a cubrir los otros. (Lautaro Sánchez comunicación personal, 2020)

Se dio algo importante en el diario Olé y sus tapas. Luego del primer superclásico Boca-River en la Bombonera de la era profesional, el diario puso como imagen principal a la futbolista xeneize Fanny Rodriguez festejando un gol abrazada con su compañera Eliana Stabile y el título “BOCA 5- 0 RIVER. Osa de locos: Goleada profesional con triplete de Fanny...” y la particularidad de que arriba, en un cuadro pequeño, figuraba una posible lesión de Lionel Messi, que tuvo que salir del campo en un partido con su club y encendía las alarmas del seleccionado argentino masculino.

Después del reclamo de Maca, en Olé, Cecilia Cinalli comenzó a hacer notas para conocer la vida de las chicas, mostrarlo y ahí empezó a tener otro espacio. Se creó una sección en la web para redirigir las notas ahí, un lugar en el papel, no solo en contratapa sino en lugares centrales. Se le empezó a prestar un poco más de atención. Dentro de todo eso hubo un cambio estructural en el diario a nivel dirigencial, y en nivel concepción. Dejó de salir “LA DIOSA” se dejó de lado por una lucha más que nada interna de las trabajadoras. También era contradictorio que el diario tuviera esas imágenes de mujeres semidesnudas y hable de FutFem y empoderamiento de vez en cuando, eran discursos antagónicos. Poco a poco se empezó a iniciar ese camino y hoy por hoy cubre el fútbol femenino, con distancias eso sí, sin ir a la cancha., sin ir al “barro” como deberían. (Comunicacion Pasquali, 2020)

A Giuliana Pasquali, que ya no estaba en Olé, le habían propuesto luego del repechaje frente a Panamá, volver y armar un proyecto para que diario tenga un suplemento del fútbol femenino.

Me dijeron de hacer un proyecto del femenino porque querían que el diario fuera “el diario del fútbol femenino” y que tenga un suplemento. Esa era la postura del director del diario. Lo armé, pensé algunas cosas, propuse algo teniendo en cuenta el Mundial que se venía, ideas y eso, pero se fue dilatando. No había acuerdo económico. Llegaron sponsors que no nos cerraban el tema negociación y se fue postergando porque no dependía solo de Olé sino de la parte comercial del Grupo Clarín, que responde al igual que todo el diario. Quedó estancado (Pasquali, comunicación personal, 2020).

Retomando la lucha de derechos televisivos entre un medio grande como TNT Sports y otro autogestionado y de nicho como FutFemProf, el proceso siguió por la vía legal pero paralelamente los propios clubes se daban cuenta de que TNT no les servía para la difusión y que cada vez se ocupaba menos del torneo.

TNT Sports estaba pasando dos partidos y había clubes a los que nunca les tocó y no habían transmitido a sus jugadoras. Racing era uno de ellos. Abrió El Cilindro, su estadio, por primera vez para el femenino frente a Villa San Carlos y TNT no fue. Imagínate como club hacer un partido histórico, tan importante y que no haya difusión. Nosotros estuvimos ahí y desde Racing nos brindaron todas las comodidades. Entonces los clubes también se replantearon, “si ustedes no quieren, hay unos pibes que sí y los voy a dejar” y así empezaron a entender nuestro pedido y pasó a depender de cada club. Racing, Defensores de Belgrano, River fueron algunos de los que nos dejaron. Nosotros todas las fechas mandábamos la acreditación diciendo que queríamos transmitir. Algunos nos rechazaban diciendo que no se podía por AFA y TNT y otros sí. Pero igual a veces teníamos discusiones. Hubo un partido de Defensores de Belgrano vs. Huracán en donde 2 horas antes nos avisan que no podíamos. El jefe de prensa nos dijo que sí y que lo hagamos tranquilos. Había varias versiones y no había nada claro. Algunos clubes

se animaban un poco más y otros se desligaban del problema. (Lautaro Sánchez, comunicación personal, 2020)

Lautaro Sánchez entiende que los grandes medios no se especializan en la disciplina o no buscan a la gente que tiene recorrido en el tema por falta de interés comercial o presupuesto. Además de los resultados.

TNT tenía un programa con Angela Lerena que tenía poca producción y pasaban algunos goles. Los medios ya tienen un presupuesto armado y no quieren destinar dinero en eso. Los que hay, son muy cortitos y sin tanta producción ni presupuesto. Pero nosotros no queremos eso, queremos dar lo mejor y no escatimar en nada. Sea en economía, en tiempo, en esfuerzo y desde los medios no tienen esa idea. “Tenemos esto, ponemos 98% al fútbol masculino, el 1% a otros deportes y 0,5% o 1% al FutFem”. Es siempre lo que resta, no hay interés de ese lado. Es un círculo vicioso... si no se invierte, es difícil que mejore el nivel porque necesitas invertir para que haya formación para que las pibas se dediquen a esto desde chicas, que no tengan que tener 7 trabajos y a su vez jugar. Si se dedican a esto solo, el nivel va a mejorar y va a haber más interés del público y más difusión. Es como que todo va de la mano. Primero se necesita que los partidos se difundan, se vean, se conozcan a las jugadoras. En los medios con el masculino pasa lo mismo, es todo Boca o River porque entienden que otro equipo no vende tanto. Por ej creen que Argentinos Juniors o Vélez no tiene tantos hinchas o por lo menos consumidores y no vende entonces no hay mucha información en esos medios, y pasa lo mismo con el fútbol femenino, pero a nivel global. Y no es tan así en realidad. El problema es que no está en la agenda, está más que otros años, pero no como debería estar. Ni siquiera un 50-50 con el masculino, pero sí, un 80-20 aunque sea, pero no se ve ese porcentaje. (Lautaro Sánchez, comunicación personal, 2020)

## **Copa del Mundo Femenina Francia 2019 y los medios**

La AFA aprendió y escuchó los reclamos de las jugadoras y para la preparación de esta competición, reacondicionó un sector del predio de Ezeiza, les brindó un vestuario exclusivo para ellas y armó una gira por Centroamérica y Estados Unidos para medirse frente a distintas universidades.

Así, llegó al primer partido en Francia frente a la Selección de Japón, campeona del mundo 2011 y subcampeona del anterior mundial en Canadá 2015. Eran pocas las expectativas de clasificar a la siguiente ronda en un grupo complicado que completaban Inglaterra, una de las potencias que venía de vencer al equipo femenino de Estados Unidos, tres veces campeón del mundo, en su propia copa preparatoria “She Believes Cup” y con Escocia, donde la mayoría de sus futbolistas eran profesionales y disputaban la FA Women's League del Reino Unido.

Esa poca expectativa la vivieron los periodistas que quisieron viajar y no conseguían un medio con el cual hacerlo y así poder cumplir los requisitos de FIFA para ser acreditados. Agustina Vidal, Leila Grayani y Lautaro Sánchez de FutFemProf pudieron viajar ahorrando y pagándose el viaje, pero no conseguían algún medio que los certifique para acreditarse.

Era duro porque vos tenías que acreditarte y la FIFA pedía requisitos imposibles para Argentina. Pedían como 5 años de antigüedad para un medio oficial comprobado y experiencia en competiciones Conmebol femeninas. Requisitos que eran imposibles porque acá TyC o Clarín, por decirte alguno, los medios grandes no cubrían. Esos eran los que la FIFA entendía que podían hacerlo y no lo hacían. Entonces era complicado, te dejaban cubrir para una página como redacción, pero esa página tenía que tener 5 años de antigüedad o sea era complicado lo que pedían. Yo necesitaba tener un medio porque no me daban la acreditación. Empecé a ofrecer y la respuesta era “sí, pero vas a tener que laburar en todo lo que se te pida y no te

vamos a pagar porque como te damos la acreditación...” era precarizarte por ese lado. En un momento accedí para DobleAmarilla pero no me la aprobaron de todas formas. Después hubo otros medios que propusimos, sobre todo ellas dos (Agustina y Leila), yo buscaba más una página de redacción. Pero la respuesta en general era que sí, pero “si pasa algo importante te llamamos”. Era como que no había mucha esperanza en el seleccionado, nosotros tampoco igual, no pensábamos en que Argentina pase a Octavos, pero sí queríamos ir igual, estar ahí (Lautaro Sánchez, comunicación personal, 2020).

Más allá de lo que se proyectaba que el conjunto albiceleste podía hacer en Francia y hasta dónde podía llegar, una gran diferencia con los mundiales masculinos fue la importancia previa en la competición. Para hacer un paralelismo, la Selección masculina no siempre pasó la fase de grupos y de todas formas, la gran mayoría de los medios tenían enviados allí que siguieron cubriendo las distintas fases hasta la final. Eso sucedió en Corea-Japón 2002 cuando Argentina quedó afuera en fase de grupos. En el caso de Francia 2019 no había interés en la previa por la competencia en general.

Los periodistas que fueron tenían la idea de ir y a partir de ahí, ellos mismos propusieron a sus medios el tema. Arreglaron los viáticos o por lo menos algo. No es que los medios donde trabajan tenían interés previamente. Empezó por los periodistas la idea. Ningún medio mandó a gente allá, ni TyC, ni TELEFÉ ni ninguno que uno pueda imaginar, Todo se armó desde allá. Algunos estando allá con el resultado positivo, el medio lo vio viable en inversión. No como en los mundiales masculinos que cada medio envía periodistas con la misión de cubrirlo y pagándole las comodidades. Además en esos casos, los medios tienen que elegir a ver a quien mandan por la alta oferta. Acá los periodistas fueron los voluntarios. Ellos querían ir y tuvieron que buscar cómo. Éramos como mucho 10 y solo dos hombres con Nico Valado de El Femenino pero nos conocíamos todos y nos veíamos todos los días. Recuerdo que Daniela

Lichinizer que estaba por infobae y consiguió a lo último, los 20 días finales puedo arreglar el viaje. Nos contó que ella insistió para que la manden, pero no salió de Infobae. Salía el interés del periodista no del medio. (Lautaro Sánchez, comunicación personal, 2020)

Cuenta Lautaro que luego del primer partido frente a Japón, donde el equipo de Borrello consiguió un empate 0 a 0 con una gran actuación defensiva y de su número 10, Estefanía Banini, la situación se dio a la inversa: muchas empresas de prensa los llamaban a ellos para informarse.

Ahí nos empezaron a llamar. Me llamó Radio Nacional, también de FM 94.7 de Grupo Octubre y yo había tratado de estar ahí y no nos dieron bola. Nos llamaban para salir al aire en la previa de los partidos o mandar algún audio de opinión con información. Salí para 5 o 6 radios que ni me acuerdo cuáles eran que al principio nos habían rechazado. A mí, me pedían salir dos minutos al aire pero sin pagarme. Ya que estaba allá, tenía más difusión. Mientras era salir al aire aceptaba pero redactar no. La china (Grayani) por ahí sí, con precio para Página 12, pero también se lo armó allá. Ya con un resultado positivo del primer partido y Argentina mejor futbolísticamente. (Lautaro Sánchez, comunicación personal, 2020)

En Olé sucedió algo histórico, en la tapa de la versión papel, este empate ocupó el espacio principal con la foto del festejo de Estefanía Banini y Aldana Cometti abrazándose al final del partido. Acompañó el texto “Puntazo. Japón del medio” y destacaba el nivel del rival y el logro del primer punto en el tercer mundial disputado. En un recuadro más pequeño, información sobre quién sería el arquero titular de la Selección masculina que ya estaba en Brasil para disputar la Copa América 2019.

A veces es solo una vez y nunca más. Pero es importante que un medio tan importante como Olé o La Capital, el que más consume la gente, vean en la tapa el fútbol femenino o vean a tal

jugadora, eso es muy importante. Porque así nosotras llegamos a la gente que no está tan enfocada o familiarizada con la disciplina. Los medios también son parte del crecimiento porque la visibilidad también la dan ellos. Yo puedo tener Instagram con seguidores y mostrarme, pero hay gente que solo consume diarios y revistas, si no estamos ahí no vamos a poder llegar a ellos. (Potassa, comunicación personal, 2020)

En Clarín digital, Sabrina Faija, se encargó de hacer notas sobre las jugadoras, su historia y quiénes eran y cubrió el mundial desde la redacción.

Y en esa cobertura de Clarín hubo algo específico que sucedió en redes. Pasa que a nivel web se le dio importancia, se contaba la historia de cada jugadora, se las seguía y haciendo el aguante de la Selección, pero paralelamente en la Copa América de Brasil había un enviado y en Francia no había nadie. Hay distancia, pero creo que si el Mundial fuese hoy, en la cobertura del diario habría exteriores. Si se presenta esa situación con todo lo que significó este mundial y lo que significa el FutFem hoy por hoy sería distinto. También tuvo que ver que haya tomado fuerza el movimiento feminista, sin eso no hubiese sido posible que la disciplina adquiriera esa visibilidad y ni hablar si Maca Sánchez no hubiese visibilizado la situación que pasaba. Retomando lo del Mundial y haciendo un paralelismo con la Copa América masculina. Lo que pasó fue que de la Copa América estábamos haciendo un minuto a minuto en Twitter de Clarín (@Clarincom), pero paralelamente le planteé a mi jefa hacer algo con el femenino. Porque a mi entender, quedaba mal hacer de uno sí y de otro no y lo rechazaron. Pero luego del primer partido frente a Japón, desde la central que es donde toman decisiones del día a día dijeron que en redes había que tener álbumes de fotos y contar lo que sucedía sí o sí. A partir del resultado se dieron cuenta que era importante estar porque todos lo tenían menos nosotros. Insisto en que si hoy se hiciera se cubriría distinto tanto en redes como en la web. (Pasquali, comunicación personal, 2020)

Para Belén Potassa el Mundial 2019 “fue un antes y un después” en todo sentido:

La diferencia fue muchísima con respecto al Mundial 2007. Recuerdo que FIFA me llamó para hacerme una entrevista por ser una de las jugadoras a seguir, pero fue vía telefónica y nada más. Nada que ver a lo que fue el mundial pasado (2019) que tuvimos un furor de periodistas y todos para hacer visible esto. En el 2007 nadie se enteró que fuimos, solo la familia sabía y nada más. Entonces, de viajar y que nadie sepa que jugamos a tener un seguimiento de todas las jugadoras y saber quiénes entraban en la cancha o quienes viajaron. Y hoy en día no solo se conoce solo Sudamérica o Argentina sino también se conocen los resultados de Europa o demás países. (Potassa, comunicación personal, 2020)

Algo que se dio en este Mundial, también, fue que los periodistas que estaban allí al ser pocos, tenían mucho más acceso a las protagonistas además de tener una buena relación.

Éramos pocos y teníamos trato cercano con las jugadoras. Tomábamos mates y demás. Conocíamos a la jefa de prensa de AFA y las jugadoras por el torneo local también, fuimos a los entrenamientos de acá entonces era un trato más cercano y al ser pocos, estaban mucho más dispuestas. No había 1.000 periodistas que ellas pudieran sentirse invadidas o incómodas, no había nadie. Le hice una nota a Mariela Coronel y terminó agradeciéndonos por estar ahí. Que éramos pocos y se notaba la pasión que tenemos y el amor que le ponemos. No creo que se sientan abrumadas, lo que sí, sé que a ellas las llamaban para salir al aire en plena competencia desde acá, impensado en un mundial masculino. (Lautaro Sánchez, comunicación personal, 2020)

Los derechos televisivos del certamen los tuvo DirecTV que transmitía todos los partidos, pero la TV Pública adquirió todos partidos de Argentina y la final. De esa forma, todos los argentinos pudieron acceder de forma gratuita a los encuentros del conjunto nacional.



El camino del sueño mundialista siguió con una derrota por 1 a 0 frente a Inglaterra, pero con una gran actuación de la arquera argentina, Vanina Correa, que además atajó un penal. Olé publicó en su tapa un recuadro pequeño con la imagen de Vanina y el título: “¡Correa vieja nomás!” y la nota principal fue el triunfo 3 a 0 de Brasil a Bolivia en la Copa América masculina. Esa derrota posicionó a la Selección en un lugar complicado con respecto a las chances de clasificar a la siguiente fase: Argentina debía vencer a Escocia y esperar otros resultados para pasar como mejor tercero. Pero las esperanzas de la Selección se fueron disipando cuando a falta de 30 minutos del final del partido, Escocia ganaba 3 a 0. A partir de allí, Argentina comenzó a dominar el encuentro y terminó empatando 3 a 3 con un penal en manos del VAR que atajó la arquera escocesa y se tuvo que volver a ejecutar. Ahí sí, Bonsegundo selló la remontada y además dejó a Escocia fuera. Una particularidad es que el diario Olé, esta vez, en su tapa publicó un recuadro pequeño sobre este empate con el título “Las chicas de 0-0 al 3-3: ¡Mucho ovario!”. La parte principal se la llevó el empate de la Selección masculina frente a Paraguay por 1-1. Ante dos paridades, se destacó una por encima de la otra. Giuliana Pasquali, cree que se hubiese dado distinto hoy por hoy y eso no podría pasar. Un poco por la importancia de las redes.

En la Copa América femenina del 2018 sacaron una campaña con el lema “queremos ser escuchadas” y eso nació en redes. Sin ir muy lejos lo de Maca fue en Twitter. Sin las redes y el volumen que le dieron al tema del FutFem no tendría el espacio que tiene ni los medios le darían importancia. Yo creo que de ahí parten muchas cosas y el foco está en las redes. Hoy el Olé piensa mucho más en lo que sucede en redes y el interés de la gente. Imaginate que hicieron una sección que se llama Coronavirus, y partiendo de esa base le dan importancia porque tienen un medidor de lo que habla la gente. También creen que tienen una obligación con la sociedad de hacerlo, de hablar del fútbol femenino, aunque sea algo por la lucha contra los prejuicios y el momento de la mujer en reclamar su lugar. Esas situaciones cambiaron de cómo se hacían

las cosas antes. Eso de hacer una tapa en que la Selección masculina ocupará todo y el fútbol femenino poquito cuando ambos empataron. O cuando el logro era mayor, no sucedería. De hecho está a la vista salvando las distancias, lo que pasó con Nadia Podoroska y con Diego Schwartzman, ahí claramente se ve como hubiese sido hoy. (Pasquali, comunicación personal, 2020)

Lo que se refiere Giuliana es a la tapa del 7 de octubre de 2020, en la imagen principal fue de los tenistas argentinos Diego Schwartzman y Nadia Podoroska quienes habían pasado a las rondas finales del Grand Slam Roland Garros. La tapa fue compartida. También, el 8 de octubre, Nadia compartió tapa con la Selección de fútbol masculina que jugaba el primer partido de las eliminatorias rumbo al Mundial de Qatar 2022. El título fue “Pedí dos deseos”.

## Conclusión

Tras el trabajo realizado, se puede afirmar que existen las diferencias planteadas entre el fútbol masculino y femenino con respecto a los espacios que ocupan en la prensa. La rama femenina logró aparecer en la agenda, pero aún está dentro de la marginación de los medios hacia los otros deportes importantes para los argentinos como el boxeo, el automovilismo, el básquet o el tenis.

Las empresas analizan y creen que lo que más rédito les da es un asunto y dejan de lado los demás. Como contó Lautaro Sánchez: “Los medios ya tienen un presupuesto armado y no quieren destinar dinero en eso. Los programas de fútbol femenino que hay son muy cortitos y sin tanta producción ni presupuesto. Tenemos esto, ponemos 98% al fútbol masculino, el 1% a otros deportes y 0,5% o 1% al FutFem”. Esto lo sufre la disciplina debido a que sin tanta difusión no resulta atractivo para el espectador y para el que se interese, las opciones donde ver un juego se limitan. Las marcas no invierten y los clubes se ven afectados económicamente para mantener los planteles, eso hace que las futbolistas necesiten otros trabajos para vivir y que el nivel deportivo disminuya al no poder enfocarse solamente en el fútbol. En fin, resulta un círculo vicioso.

Aunque también es cierto que, desde la Copa América 2018 en Chile, el fútbol femenino ha conseguido mayor difusión y lograr espacios que antes era impensado conseguir como, por ejemplo, una tapa completa del diario Olé con futbolistas mujeres.

Un poco se debe a los buenos resultados conseguidos, pero también a los reclamos que se hicieron públicos. Como dijo Belén Potassa en la entrevista, “... fue un 50 y 50: el reclamo porque nunca se había visto un gesto así, mostramos que queríamos más y, el resultado porque

obviamente acompañó para que digan bueno, es momento de pasar y dar información de fútbol femenino...”

Además, para que esto sucediera fue importante la fuerza que tomó el reclamo en las redes sociales y que ocurrió al mismo tiempo que distintas luchas de las mujeres relacionadas al feminismo. Buscar que la AFA tenga un trato igualitario entre la Selección masculina y femenina y que se quiera avanzar con una profesionalización de la disciplina en el país fueron hechos que el movimiento feminista absorbió en un todo. En las marchas de “Ni Una Menos” y las referidas a la “Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito” distintas agrupaciones hacían visible el reclamo dentro del fútbol. Y en el fútbol como deporte social en Argentina, se comenzaron a ver futbolistas e hinchas con pancartas en las canchas o pañuelos verdes (símbolo de la lucha a favor de la despenalización del aborto) hasta por ejemplo, cintas de capitanas alusivas al tema como la de Maria Dragneff, capitana de Banfield.

El movimiento de redes durante el Mundial ayudó a que los medios, específicamente los diarios Olé y Clarín, necesiten de información al respecto para no quedarse atrás de la tendencia en ese momento. Giuliana Pasquali contó que “... la campaña con el lema «queremos ser escuchadas» nació en redes y sin ir muy lejos lo de Maca Sánchez fue en Twitter. Sin las redes y el volumen que le dieron al tema del FutFem no tendría el espacio que tiene, ni los medios le darían importancia. Yo creo que de ahí parten muchas cosas y el foco está en las redes. Hoy el Olé piensa mucho más en lo que sucede en redes y el interés de la gente”. Por eso, a partir de la experiencia de la Copa América 2018 y el Mundial 2019, la difusión y el lugar del fútbol femenino en Argentina cambió y se le presta más atención. No se compara en absoluto con la importancia que le da la prensa al fútbol masculino, pero sí llega a verse en la agenda cuando se da alguna instancia importante del campeonato o una participación de la Selección. Todo

comenzó con un reclamo hacia la AFA que ahora se candidatea como sede de distintas competencias internacionales, cosa que antes era impensado.

Los próximos años serán fundamentales para poder continuar viendo la evolución del fútbol femenino en Argentina y cómo las redes sociales ayudan a que los medios masivos se interesen en cubrir los eventos importantes que se aproximan: la Copa Libertadores Femenina 2021 en Argentina con la participación de Boca Juniors y River Plate, el Sudamericano Sub-20 femenino también en Argentina, la Copa América 2022 y el Mundial Femenino Australia-Nueva Zelanda 2023.

## Bibliografía

- AFA sitio web oficial. “Historia”
- Arjona, M. (2019, 10 de julio) “No se habla más de deporte femenino porque los medios de comunicación no quieren”. CDMSport sitio web.
- Avellaneda, D. (2020, 23 de mayo) El fútbol femenino, obligado a reinventarse en la Argentina tras la pandemia del coronavirus. Diario Clarín versión digital.
- Britez, D. (2018, 7 de abril) “Kemari, el antiguo fútbol japonés” (Mirando hacia Japón, sitio web)
- FA sitio web oficial. “THE HISTORY OF THE FA”
- FIFA sitio web oficial. “CLASIFICACIÓN FEMENINA”
- FIFA sitio web oficial. “CLASIFICACIÓN MASCULINA”
- FIFA sitio web oficial. “FEDERACIONES MIEMBRO DE LA FIFA”
- Galeano, E (1997) Modelos de comunicación. España, Barcelona.
- Gil, A. (2020, 31 de marzo) El origen: Nettie Honeyball y el primer partido hace 125 años. Diario AS, versión digital.
- Lescano, H. (2018, 5 de abril). ¡Vamos las pibas!. Diario Olé, versión digital.
- Lichinizer, D. (2017, 25 de septiembre) Un reclamo de la Selección Argentina de fútbol femenino desnuda una cuenta pendiente de la AFA. Infobae.com.
- Lichinizer, D. (2018, 9 de noviembre). Repechaje Argentina - Panamá: el día que las mujeres reclamaron el fútbol como propio. Infobae.com
- Lichinizer, D. (2019, 18 de enero) Macarena Sánchez, la jugadora que rompe moldes y quiere la profesionalización de las mujeres: "El fútbol debería ser más feminista". Infobae.com
- Martínez Moya, P. (2004, junio) “Juego de Pelota prehispánico: características del juego de dioses”. (Efdeportes.com, revista digital)
- McCombs y Shaw (1972), The agenda-setting function of mass media. The public opinion quarterly.
- Naciones Unidas sitio web oficial. “Estados Miembros”
- Pujol, A. (2019), ¡Qué Jugadora! Un siglo de fútbol femenino en la Argentina.
- Shaw (1972), Agenda-setting and mass communication theory. Gazzete (International journal for mass communication studies), Vol XXV, N° 2, 96-105.

- “1895: Primer partido internacional” (Diario Marca especiales, versión digital)
- “1921: Las Dick Kerr Ladies” (Diario Marca especiales, versión digital)
- “Amenazaron de muerte a Maca Sánchez”. (Diario Olé, versión digital. 2019, 9 de febrero).
- “El ‘Calcio’ (fútbol) con trajes florentinos” (Florencia.es, guía digital de la ciudad)
- “La Selección femenina empató con Panamá y se metió en el Mundial 2019” (Diario Clarín, versión digital. 2018, 13 de noviembre).
- “La guerra que causó la prohibición del fútbol femenino” (BBC, versión digital, 2014, 23 de diciembre)
- “The FA Ban” (Dick Kerr Ladies, sitio web creado por la escritora y exfutbolista Gail Newsham)
- “Un cambio histórico: acuerdo entre la AFA y Agremiados para profesionalizar el fútbol femenino”. (Diario Clarín, versión digital. 2019, 16 de marzo)

## Anexo

Tapa Diario Olé del 23/4/2018 - La Selección Argentina femenina logra el tercer puesto de la Copa América 2018 y va al repechaje por un lugar en el Mundial 2019. No se refleja





Tapa del Diario Olé del 9/11/2018. La Selección femenina le gana 4 a 0 a Panamá en el estadio de Arsenal de Sarandí el primer partido del repechaje.



Tapa del Diario Olé del 14/11/2018. La Selección Argentina empata 1 a 1 en Panamá y logra un lugar en el Mundial de Francia 2019.

MIÉRCOLES 14.11.2018 \$23 Recargo interior \$4. Recargo impresión digital \$4. Uruguay SURU 60. /DiarioOle @DiarioOle www.ole.com.ar

**ole**

LEGGARON NUEVOS PUEBLOS. ARMARÁ TU METEORO EN EL BOSQUE.

**PARA EL MUÑE TRAIGAN BRONCE**

D'Onofrio le quiere hacer "dos estatuas, pase lo que pase".

**COMPARTIMOS LA PASIÓN**

**CANDIDATOS**  
**SIN BORRÉ NI PAVÓN, ¿QUIENES ENTRAN?**  
PRÁCTICA ABIERTA  
LA HINCHADA PREPARA UN BOMBONERAZO

**1-1 CON PANAMÁ**  
**LAS CHICAS VAN AL MUNDIAL**

**TIENE 27 PARTIDOS EN FINALES DE COPAS Y ES EL FUTBOLISTA CON MÁS TÍTULOS DE LOS QUE PELEAN ESTA LIBERTADORES. ENTRÓ BIEN EN LA IDA, SE MOSTRÓ LÍDER Y EL 62% DE LA GENTE LO PIDE. ¿SERÁ TITULAR?**

**TEVEZ MONUMENTAL**

**EL FINALISTA DEL PUEBLO**

CARLITOS MARCA EL CAMINO. PRESENCIA FUERTE.

Tapa del Diario Olé del 17/3/2019. Se oficializó que el fútbol femenino local pasará a ser semiprofesional. No lo refleja el diario.



Tapa del Diario Olé del 25/9/2019. Tapa histórica del diario con el primer superclásico profesional entre River y Boca. Fanny Rodríguez y Eliana Stabile aparecen como protagonistas.



Tapa del Diario Olé del 11/6/2019. Tapa histórica en el primer partido de Argentina en el Mundial. 0 a 0 ante Japón. Estefanía Banini y Aldana Cometti son las protagonistas.

MARTES 11.6.2019 \$30 Reagrupador \$5 Uruguay \$URU 60 [f/DiarioOle](#) [@DiarioOle](#) [www.ole.com.ar](#)

**BOCA SUEÑA**  
**SE ACERCÓ UN PASITO BANEGA**

**FIRMA EN RACING**  
**ROJAS ES UNA GRAN PEGADA**

**CICLÓN Y GLOBO FESTEJAN**  
**TODO UN CLÁSICO**  
*La Superliga suspendió la quita de 6 puntos.*

YA SALIÓ LA REVISTA  
**Olé**  
DIEZ ES GALLINA  
LA FIESTA DE LA PELOTA Y LOS 10 TITULOS DEL AMARILLO.  
COMPARTIMOS LA PASIÓN

**COPA AMÉRICA**  
**EL SÚPER DE ARQUEROS**  
*Armani le saca ventaja a Andrada en la pelea por el arco de la Selección.*

**BANINI LA 10 Y FIGURA DE ARGENTINA, FESTEJA.**

**Las chicas bancaron el 0-0 ante Japón, una potencia y actual subcampeón en el arranque del Mundial de Francia. Es el primer punto en nuestro tercer Mundial. ¡Vamos!**

**PUNTAZO**  
**JAPÓN DEL MEDIO**



Tapa del Diario Olé del 15/6/2019. Argentina pierde 1 a 0 vs. Inglaterra con una buena actuación de Vanina Correa, su arquera.

SÁBADO 15.6.2019 \$30 Ingresar \$5 Olé SURU 60 /DiarioOle @DiarioOle www.ole.com.ar

**2º GENERAL**  
**JAGUARES CERRO CON GOLEADA**  
MESSI Y SU BALLET, SON BUENA ENERGÍA.

**DEBUT VS. COLOMBIA**  
**¡VAMOS CON FE!**  
Un duro rival para arrancar. Scaloni se mostró optimista y dolido por la baja de Andrada.

**Olé**

**INGLATERRA 1-0**  
**¡CORREA VIEJA NOMAS!**  
Se retiró seis años, fue mamá y a los 35 atajó un penal en el Mundial: MVP.

**COMPARTIMOS LA PASIÓN**

**BRASIL 3-0**  
Abucheado en el PT por un público frío, Brasil abrió con un penal VAR y liquidó a Bolivia.  
COUTINHO METIÓ LOS PRIMEROS Y TRAJÓ LA CALMA.

**LA MOCHILA ES DE ELLOS**

SA



Tapa del Diario Olé del 20/6/2019. Argentina remontó un 0 - 3 contra Escocia y terminó empatando en su último partido del grupo.

JUEVES 20.6.2019 \$33 Recargo Electrónico \$5 Uruguay \$URU 60

f /DiarioOle @DiarioOle www.ole.com.ar

**¡MUCHO OVARIO!**  
Levantaron un partido increíble contra Escocia.

**Olé**

COMPARTIMOS LA PASIÓN

**SALE LA PASIÓN DE SIEMPRE. SALEN NUEVOS SABORES.**

Schneider NEGRA Schneider ROJA

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

**No jugamos a nada y el DT encima se equivocó al sacar a Lautaro, que lastimaba con el Kun. Armani nos salvó al atajar un penal. Está difícil.**

MESSI FESTEJÓ A LO DI MARÍA QUE LUEGO ENTRÓ.

**NOS FALLA EL CORAZON**

ARGENTINA 1 - PARAGUAY 1

Tapa del Diario Olé del 7/10/2020. La imagen principal fue de los tenistas argentinos Diego Schwartzman y Nadia Podoroska quienes habían pasado a las rondas finales del Grand Slam Roland Garros. Tapa Compartida





Tapa del Diario Olé del 2/10/2020. Nadia Podoroska comparte tapa con la Selección masculina antes que dispute el primer partido de las Eliminatorias Sudamericanas rumbo al Mundial Qatar 2022.

JUEVES 8.10.2020 \$50 George Lerner \$15 Miguel SURU 60 [diario.ole](#) [@diarioole](#) [@DiarioOle](#) [www.ole.com.ar](#)

**¡ARMÁ TU METEGOL!**  
PEDI EL FASCIONO A LA ESTEA EN TU ANUNCIO

**BOCA**  
**¡LA METIÓ SOLDANO!**  
*Hizo un gol bien de 9 en el 2-0 amistoso al Bicho. Volvió Ábila y Zárate jugó en el puesto de Tevez.*

**RIVER**  
**NACHO NO SE TOCA**  
*D'Onofrio dijo que no se considera la chance de dejarlo ir a Fernández porque no tiene suplente.*

**COMPARTIMOS LA PASIÓN**

**En la Bombonera, a las 21.30 (TV Pública y TyC Sports), con Messi y frente al Ecuador de Alfaro, la Selección inicia el camino a Qatar 2022. ¿Quién va al arco?**

**¡RÍEN LEO, PÁREDES, DYBALA Y DE PAUL, ¡VAMOS!**

**PEDÍ DOS DESEOS**

**SUEÑOS ARGENTINOS**

**CON LO QUE YA RIZO, SERÁ TOP 50 DEL MUNDO.**

**Nadia Podoroska, a las 10, va en busca de llegar a la final de Roland Garros. Martín Jaite opina para Olé sobre ella y el Peque Schwartzman.**

