

LIC. EN COMUNICACIÓN SOCIAL
TRABAJO FINAL DE GRADO



UNIVERSIDAD DE SAN ISIDRO “DR. PLÁCIDO MARÍN”
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

ENTRE EL JUEGO Y EL ESPECTÁCULO

*LA CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA DEL FÚTBOL FEMENINO
EN LA COBERTURA DEL MUNDIAL 2023 (OLÉ Y LA NACIÓN)*

TUTOR: DR. CRISTIAN SECUL GIUSTI
ALUMNA: RAFAELA CAGGESE - 36.721.473

Resumen

Este trabajo propone un análisis cualitativo de la cobertura mediática argentina durante la Copa Mundial Femenina 2023. El corpus está compuesto por ocho notas de *Olé* y *La Nación* publicadas entre el 12 de julio y el 27 de agosto de 2023, incluyendo artículos vinculados al caso Luis Rubiales - Jennifer Hermoso. Se analizan titulares, jerarquización temática, imágenes y estrategias discursivas, con atención a los encuadres predominantes: rendimiento deportivo, espectacularización, vida privada. La investigación explora cómo los medios construyen visibilidad para el fútbol femenino y si persisten encuadres que desplazan el foco hacia aspectos extradeportivos.

Palabras Claves

Fútbol femenino

Representación de género

Noticiabilidad

Discurso mediático

Periodismo deportivo

Agradecimientos

Quiero agradecer a la Universidad de San Isidro por haber sido un espacio de aprendizaje, crecimiento y acompañamiento a lo largo de este recorrido académico.

A Cristian Secul Giusti, por su guía, compromiso y apoyo durante esta etapa tan importante. Gracias por la cercanía, la dedicación y la confianza brindada en cada instancia de este proceso.

A mi familia, y especialmente a mis papás, por estar siempre presentes, acompañándome, alentándome y ayudándome a dar lo mejor de mí.

Y, por último, a mí misma, por la constancia, el esfuerzo y la perseverancia a lo largo de estos años.

Índice

I: Introducción	5
Presentación del problema	5
Pregunta de investigación e hipótesis	5
Objetivos de la investigación	6
Objetivo general:	6
Objetivos específicos:	6
II. Estado del arte	7
III. Marco Teórico	10
Deporte, género y medios	10
Teorías de la noticiabilidad y construcción de la noticia	12
Género y análisis del discurso	13
Hegemonía y dominación simbólica	15
IV. Contextualización del objeto de estudio	17
Historia de fútbol femenino	17
Representación mediática histórica de las mujeres en el deporte	19
Olé y La Nación: dos formas de narrar el deporte	21
V. Metodología	22
Enfoque cualitativo: análisis de discurso y análisis de contenido	22
Corpus	23
Criterios de análisis: visibilidad, encuadre y representación discursiva	24
VI. Análisis	25
La previa del mundial	26
El desarrollo del torneo	27
Notas temáticas	28
El caso Rubiales - Hermoso	30
Puntos de encuentro y diferencias en la cobertura mediática	31
VII: Consideraciones finales	33
Referencia Bibliográficas	37
Anexos	40

I: Introducción

*Tiene que haber una nueva manera de contar lo que está pasando
y de contar cómo la mujer entra al fútbol.*

Mónica Santino

Presentación del problema

El presente trabajo analiza la construcción mediática del fútbol femenino durante la Copa Mundial Femenina de 2023, con especial atención a la visibilidad otorgada a las futbolistas, los encuadres predominantes en la cobertura periodística y la reproducción de relaciones y representaciones de género en la prensa argentina.

Al respecto, en los últimos años, el fútbol femenino creció considerablemente en su visibilidad y participación, alcanzando hitos de reconocimiento internacional, entre ellos el Mundial de Fútbol Femenino de 2023. Sin embargo, pese a estos avances, la cobertura mediática continúa exhibiendo desigualdades en comparación con la del fútbol masculino. Los medios de comunicación determinan qué acontecimientos adquieren relevancia pública, y también cómo se construyen las representaciones de las deportistas, señalando prioridades y jerarquías que con frecuencia reproducen estereotipos de género.

En este sentido, el tratamiento mediático del deporte femenino suele privilegiar aspectos extradeportivos, como la apariencia física, la vida privada, la emocionalidad o la sexualidad de las jugadoras. Este desplazamiento discursivo contribuye a la reproducción de un orden simbólico que sostiene las desigualdades de género, condiciona la visibilidad de las mujeres en el ámbito deportivo e influye en la valoración social de sus desempeños y logros. En este escenario, el presente trabajo analiza cómo los portales digitales argentinos *Olé* y *La Nación* construyen la visibilidad y el encuadre del fútbol femenino durante la Copa Mundial Femenina de la FIFA 2023, considerando también el caso Rubiales–Hermoso como un punto de inflexión discursivo en la cobertura.

Pregunta de investigación e hipótesis

El trabajo se organiza en torno a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo construyen *Olé* y *La Nación* la visibilidad y el encuadre del fútbol femenino durante el Mundial de Fútbol Femenino 2023?

Como hipótesis de trabajo se plantea que durante la Copa Mundial Femenina 2023, la cobertura de *Olé* y *La Nación* construye una visibilidad selectiva del fútbol femenino que contribuye a la reproducción del *statu quo* de género.

A partir de esta hipótesis, el trabajo se propone analizar de qué modo los portales digitales seleccionados construyen discursivamente la cobertura del Mundial de Fútbol Femenino 2023, observando los encuadres predominantes, las estrategias narrativas y las formas de representación de las futbolistas. También se examinará el tratamiento mediático del caso Rubiales–Hermoso como un episodio que permite observar tensiones y reconfiguraciones discursivas en torno al género, el deporte y el poder dentro del campo futbolístico.

Objetivos de la investigación

Para comprender cómo se construyen la visibilidad y los encuadres discursivos en el tratamiento mediático del fútbol femenino durante la Copa Mundial Femenina de la FIFA 2023, se establecen los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Analizar de qué manera se construye la visibilidad y el encuadre del fútbol femenino durante el Mundial de Fútbol Femenino 2023 en *Olé* y en *La Nación*.

Objetivos específicos:

- Analizar los encuadres predominantes en las noticias, distinguiendo entre el tratamiento del rendimiento deportivo y los aspectos extradeportivos.
- Explorar el tratamiento discursivo del caso Rubiales–Hermoso como un episodio de conflicto institucional y mediático.
- Comparar similitudes y diferencias en la cobertura entre un medio deportivo especializado y un medio generalista.

II. Estado del arte

Tienes que verlo para poder serlo.

Billie Jean King

Los estudios sobre deporte, género y medios de comunicación crecieron significativamente en las últimas décadas, sobre todo a partir del aumento de la participación de las mujeres en competencias profesionales y de la expansión mediática de algunos eventos deportivos femeninos. Sin embargo, gran parte de las investigaciones coincide en que este crecimiento no estuvo acompañado por una representación mediática equitativa. La cobertura sobre deportes practicados por mujeres continúa siendo reducida, desigual y atravesada por distintas formas de jerarquización simbólica.

Dentro de este campo de estudios, Cheryl Cooky y Michael Messner se consolidan como dos de las principales referencias académicas para pensar la relación entre deporte, medios y género. Sus investigaciones sobre televisión deportiva en Estados Unidos constituyen uno de los antecedentes más sistemáticos y citados dentro del área, especialmente por el desarrollo conceptual de nociones como invisibilización, espectacularización desigual y “gender-bland sexism”. Debido a la centralidad de sus aportes para esta investigación, se retoman tres de sus trabajos como base principal del presente estado del arte.

En el artículo “From Fizzle to Sizzle! Televised Sports News and the Production of Gender-Bland Sexism”, Musto, Cooky y Messner (2017) analizan la cobertura televisiva del deporte femenino en Estados Unidos a partir de un estudio longitudinal realizado entre 1989 y 2014. Las autoras y el autor sostienen que las formas de sexismo en los medios deportivos cambiaron con el tiempo: si en las décadas anteriores predominaban representaciones abiertamente denigrantes o sexualizadas, en la actualidad la desigualdad opera de manera más sutil. A partir de esto desarrollan el concepto de “gender-bland sexism”, entendido como una forma de sexismo menos explícita, donde el deporte femenino es presentado de manera plana, poco espectacular y carente de entusiasmo.

El aporte central de este trabajo es la idea de que la desigualdad mediática no se expresa únicamente en la ausencia de cobertura, sino también en la forma en que esa cobertura es construida. El estudio demuestra que las transmisiones deportivas dedican más recursos

narrativos, visuales y emocionales al deporte masculino: utilizan relatos más dinámicos, música, estadísticas, efectos visuales y comentarios enfáticos, mientras que los eventos femeninos suelen aparecer bajo una lógica descriptiva y rutinaria.

En continuidad con este trabajo, Cooky, Council, Mears y Messner (2021), en “One and Done: The Long Eclipse of Women’s Televised Sports, 1989–2019”, actualizan el estudio longitudinal incorporando no solo televisión deportiva sino también newsletters y redes sociales. Allí observan que, a pesar de ciertos avances discursivos y del crecimiento del deporte femenino a nivel global, la cobertura mediática sigue siendo profundamente desigual. Los autores describen una lógica de “one and done”, es decir, una aparición breve y aislada del deporte femenino dentro de una programación dominada por deportes masculinos.

El documento también sostiene que los grandes eventos internacionales, como los Juegos Olímpicos o los Mundiales de fútbol femenino, generan momentos excepcionales de visibilidad que no logran sostenerse en el tiempo. La cobertura aumenta durante esos eventos, pero luego vuelve rápidamente a niveles mínimos. Este planteo dialoga directamente con el objeto de estudio de esta tesis, ya que permite pensar el Mundial Femenino de 2023 como un momento de alta exposición mediática que, sin embargo, no necesariamente modifica las estructuras históricas de representación dentro del periodismo deportivo.

En América Latina y particularmente en Argentina, distintas investigaciones retomaron estos debates para estudiar la relación entre fútbol, medios y género desde una perspectiva local. En este punto resulta relevante el artículo *Mujeres en el fútbol argentino: sobre prácticas y representaciones*, de Mariana Conde y María Graciela Rodríguez (2002), publicado en la revista *Alteridades*. Las autoras analizan la presencia de mujeres en el fútbol argentino no solo desde las representaciones mediáticas, sino también desde las prácticas y discursos de las propias protagonistas. Su punto de partida es que el fútbol argentino constituye una arena históricamente masculina, donde las reglas, los valores y los sentidos legítimos fueron contruidos principalmente por varones.

El aporte de este trabajo es central porque permite pensar que la exclusión de las mujeres del fútbol no se da únicamente por ausencia, sino también por formas específicas de inclusión subordinada. Conde y Rodríguez (2002) muestran que las mujeres pueden estar presentes en el universo futbolístico, pero muchas veces aparecen ubicadas en lugares

secundarios, condicionadas por la mirada masculina o asociadas a roles que no ponen en cuestión el orden de género. Esta perspectiva resulta útil para analizar cómo, en la cobertura del Mundial Femenino 2023, las futbolistas pueden adquirir visibilidad mediática sin necesariamente ser representadas como deportistas en igualdad de condiciones con los varones.

En una línea histórica más reciente, Hijós y Cabrera (2020), en *Historia mínima del fútbol argentino. Hacia un montaje de la década del veinte*, reconstruyen el proceso de consolidación del fútbol argentino como espectáculo popular, masivo, mercantilizado y masculino. El artículo muestra cómo, durante la década de 1920, el fútbol se convirtió en un elemento central de la cultura argentina, al mismo tiempo que las mujeres fueron progresivamente desplazadas de ese espacio. Los autores señalan que, aunque las mujeres estuvieron presentes desde los primeros momentos de la historia futbolística argentina, el fútbol se consolidó como un territorio “de y para varones.”

Este antecedente permite ubicar la cobertura actual del fútbol femenino dentro de una historia más larga de exclusión, invisibilización y disputa simbólica. Hijós y Cabrera (2020) muestran que los medios tuvieron un papel importante en la construcción del fútbol masculino como norma, ya que contribuyeron a legitimar ciertos deportes como adecuados para mujeres y otros, como el fútbol, como impropios para ellas. Desde esta perspectiva, la cobertura contemporánea del fútbol femenino no puede entenderse únicamente como una cuestión de cantidad de notas o presencia mediática, sino como parte de una tradición cultural en la que el fútbol fue narrado, practicado y reconocido mayoritariamente desde una lógica masculina.

Estos abordajes previos dialogan con el objeto de estudio de este trabajo. Por un lado, permiten pensar el Mundial Femenino 2023 como un momento de visibilidad excepcional para el fútbol femenino. Por otro lado, advierten que esa visibilidad no implica una transformación de los modos de representación. A partir de estos aportes, esta investigación busca analizar cómo *Olé* y *La Nación* construyeron discursivamente la cobertura del Mundial Femenino 2023, observando los encuadres predominantes, los criterios de noticiabilidad, las formas de representación de las futbolistas y las tensiones entre rendimiento deportivo, espectacularización y género.

III. Marco Teórico

*Siempre hay nuevos desafíos, y más grandes, que enfrentar.
Una verdadera ganadora acepta cada uno de ellos.*

Mia Hamm

Este capítulo presenta los conceptos teóricos que orientan el análisis del trabajo. En este caso, los trabajos de Cooky, Messner y sus coautoras no solo funcionan como antecedentes, sino también como aportes teóricos para pensar la desigualdad mediática en el deporte. De ellos se retoman nociones como la invisibilización del deporte femenino, la cobertura desigual, la espectacularización diferenciada y el concepto de *gender-bland sexism*, entendido como una forma de sexismo menos explícita, donde el deporte practicado por mujeres aparece representado de manera plana, breve o carente del mismo entusiasmo narrativo que el deporte masculino (Musto et al., 2017). Estos conceptos permiten analizar no sólo cuánto aparece el fútbol femenino en los medios, sino también cómo aparece, bajo qué encuadres y con qué jerarquización discursiva.

A partir de estos aportes, el marco teórico se organiza en cuatro ejes: deporte, género y medios; teorías de la noticiabilidad y construcción de la noticia; género y análisis del discurso; y hegemonía y dominación simbólica.

Deporte, género y medios

El deporte no puede pensarse únicamente como una práctica física o competitiva. También constituye un espacio de producción simbólica, donde se construyen identidades, jerarquías y sentidos sociales. En el caso del fútbol, esta dimensión resulta especialmente visible, ya que se trata de una práctica históricamente asociada a la masculinidad, tanto en su organización como en sus formas de representación mediática.

Michael Messner (2002) sostiene que el deporte moderno ha funcionado como un espacio privilegiado para la construcción y reproducción de la masculinidad. Desde esta perspectiva, el deporte no solo refleja desigualdades de género existentes en la sociedad, sino que también contribuye a producirlas y legitimarlas. En particular, los deportes de alto rendimiento y gran visibilidad mediática han sido históricamente narrados como territorios masculinos, donde se celebran valores como la fuerza, la competitividad, la

agresividad y la superioridad física. De este modo, el deporte opera como un ámbito en el que las diferencias de género son socialmente construidas y naturalizadas, ya que "proporciona un contexto en el que la ficción de sexos separados, categóricamente diferentes y desiguales puede construirse y hacerse parecer natural, incluso en esta era supuestamente posfeminista" (Messner, 2002, p. 2).

Esta mirada es vital para el presente trabajo porque permite comprender que la cobertura del fútbol femenino no ocurre en un espacio neutral. Cuando los medios informan sobre mujeres futbolistas, lo hacen dentro de un campo deportivo y mediático que fue construido históricamente alrededor del fútbol masculino. Por eso, analizar el Mundial Femenino 2023 implica observar no solo la presencia de noticias sobre el torneo, sino también qué tipo de legitimidad se le otorga al fútbol femenino, qué aspectos son jerarquizados y de qué manera se construye a las jugadoras como protagonistas deportivas.

Cheryl Cooky, junto con Michael Messner y otras investigadoras, profundiza esta línea de análisis al estudiar específicamente la cobertura mediática del deporte femenino. Sus trabajos muestran que, a pesar del aumento de la participación de las mujeres en el deporte, los medios continúan otorgando una cobertura mucho menor a las competencias femeninas que a las masculinas (Cooky et al., 2015; Cooky et al., 2021). Esta desigualdad no se expresa solamente en la cantidad de noticias, sino también en su ubicación, extensión, tono narrativo y recursos visuales. En este sentido, Cooky et al. (2015) muestran que el deporte masculino suele recibir una cobertura más extensa, entusiasta y espectacularizada, mientras que el deporte femenino aparece con frecuencia de manera marginal o secundaria.

El concepto de *gender-bland sexism*, desarrollado por las mismas autoras y autor, resulta particularmente útil para este análisis. Las autoras y el autor sostienen que las formas contemporáneas de sexismo mediático no siempre se manifiestan de manera abiertamente ofensiva o sexualizante. En muchos casos, el deporte femenino es tratado de forma aparentemente respetuosa, pero mediante relatos poco enfáticos, planos o carentes de espectacularidad. Así, la desigualdad se reproduce de manera más sutil: el deporte femenino aparece, pero no recibe el mismo tratamiento narrativo que el masculino.

Aplicado al corpus de esta tesis, este concepto permite observar si las noticias sobre el Mundial Femenino 2023 construyen a las futbolistas como deportistas profesionales, si

destacan su rendimiento, trayectoria y desempeño, o si desplazan el foco hacia elementos externos al juego, como el marketing, la vida privada, la emocionalidad o el conflicto. De este modo, el eje deporte, género y medios permite situar la investigación dentro de una problemática más amplia: la persistencia de desigualdades simbólicas en la representación mediática del deporte femenino.

Teorías de la noticiabilidad y construcción de la noticia

Para relevar la cobertura mediática del Mundial Femenino 2023, es necesario partir de una idea central en la comunicación social: las noticias no son un reflejo directo de la realidad, sino una construcción social. Los medios seleccionan ciertos acontecimientos, los jerarquizan, los narran desde determinados enfoques y los presentan como relevantes para el público. En este proceso intervienen rutinas profesionales, criterios editoriales, valores culturales y condiciones propias del campo periodístico.

Mauro Wolf (1987) trabaja el concepto de noticiabilidad para explicar los criterios mediante los cuales un acontecimiento se transforma en noticia. Según el autor, los medios no pueden cubrir todos los hechos que ocurren, por lo que seleccionan aquellos que consideran más relevantes de acuerdo con ciertos valores-noticia. Entre ellos se encuentran la novedad, la relevancia, el conflicto, la proximidad, la espectacularidad, la prominencia de los protagonistas y la capacidad del hecho para captar la atención del público.

Estos criterios ayudan a revisar la cobertura del fútbol femenino. En muchos casos, el deporte practicado por mujeres no ingresa a la agenda mediática por su desarrollo cotidiano, sino cuando aparece asociado a elementos considerados más noticiables: récords, conflictos, polémicas, figuras reconocidas, casos excepcionales o acontecimientos de gran escala como un Mundial. Esto permite preguntarse qué vuelve “noticiable” al fútbol femenino para los medios argentinos y qué aspectos del Mundial Femenino 2023 fueron destacados por *Olé* y *La Nación*.

Desde este plano, una noticia sobre el Mundial puede centrarse en el rendimiento deportivo de las jugadoras, pero también puede construirse alrededor de elementos externos al juego, como la participación de Lionel Messi en una campaña publicitaria, la vida privada de las futbolistas, la desigualdad salarial o el caso Rubiales-Hermoso. Cada una de estas decisiones editoriales expresa una forma particular de aplicar criterios de

noticiabilidad y, al mismo tiempo, una forma de construir sentido sobre el fútbol femenino.

Miquel Rodrigo Alsina (2000) complementa esta mirada al plantear que la noticia debe entenderse como una construcción social de la realidad. Así, el periodismo reproduce hechos, los organiza narrativamente y les otorga significado dentro de un marco cultural respectivo. De este modo, la noticia no solo informa sobre un acontecimiento, sino que también propone una interpretación posible de ese acontecimiento. En este sentido, Alsina (1993) sostiene que "los periodistas tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad pública y socialmente relevante" (p. 21). Desde esta perspectiva, las decisiones que toman los medios respecto de qué hechos destacar, cómo narrarlos y qué aspectos enfatizar resultan fundamentales en la producción de sentidos sobre el deporte y sus protagonistas.

En este trabajo, los criterios de noticiabilidad se utilizarán para analizar qué elementos son destacados en los titulares, bajadas, imágenes y enfoques de las notas seleccionadas. También permitirán observar si los medios priorizan el rendimiento deportivo, la trayectoria de las jugadoras y el desarrollo del torneo, o si recurren a encuadres ligados a la excepcionalidad, la espectacularización o el conflicto.

Género y análisis del discurso

El concepto de género es central para esta investigación porque permite analizar cómo se construyen social y culturalmente las diferencias entre hombres y mujeres. Desde esta línea, el género no se entiende como una característica natural o biológica, sino como una construcción histórica, social y discursiva. Esto significa que las ideas sobre lo femenino y lo masculino se producen y reproducen a través de prácticas, instituciones, discursos y representaciones.

Judith Butler (1990) propone pensar el género como performatividad. Para la autora, el género no expresa una identidad previa y estable, sino que se construye a través de actos repetidos que producen la apariencia de una identidad natural. En otras palabras, las normas de género se sostienen porque se repiten en el tiempo, en los cuerpos, en los discursos y en las instituciones.

Aplicado al fútbol femenino, este enfoque permite observar de qué manera las noticias no solo hablan de jugadoras, sino que también construyen determinadas formas de

feminidad deportiva. Por ejemplo, una cobertura puede representar a las futbolistas como atletas profesionales, destacando su rendimiento y trayectoria, o puede enfatizar aspectos como la emocionalidad, la apariencia física, la vida privada o las relaciones afectivas. En ambos casos, el discurso mediático participa en la construcción de género.

La perspectiva de Butler (1990) destaca cómo ciertas representaciones pueden naturalizar la idea de que el fútbol femenino es una excepción dentro de un deporte pensado como masculino. Si las mujeres futbolistas aparecen asociadas a lo novedoso, lo curioso, lo emocional o lo extradeportivo, el discurso mediático contribuye a reforzar la idea de que su presencia en el fútbol necesita ser explicada, justificada o legitimada. Por el contrario, cuando se las representa desde su desempeño deportivo, se contribuye a disputar esa construcción tradicional.

En otras palabras, para romper el clásico techo de cristal deportivo que hace pensar que el deporte es territorio masculino, es necesario que se visibilice que se conservan discursos que legitiman el lugar secundario de las mujeres “por su naturaleza”, y reivindicar las particularidades de los cuerpos de mujeres deportistas, resignificando las palabras de Butler, como cuerpos que verdaderamente importan. (Boyezuk & Galak, 2020, p. 45)

Marta Lamas (2016), desde los estudios de género en América Latina, plantea que la perspectiva de género posibilita analizar las relaciones de poder que organizan las diferencias entre hombres y mujeres en la vida social. Para la autora, el género no se reduce a una cuestión individual, sino que atraviesa instituciones, prácticas culturales, normas sociales y formas de representación. Esta mirada permite interpretar que las desigualdades de género se expresan en el acceso material a determinados espacios, y también en las formas simbólicas de reconocimiento.

En el caso de los medios de comunicación, esta mirada destaca cómo se producen y reproducen estereotipos de género. Las coberturas periodísticas pueden contribuir a visibilizar a las mujeres en espacios históricamente masculinos, pero también pueden hacerlo desde marcos que refuerzan su posición subordinada. Por eso, no alcanza con observar si el fútbol femenino aparece en los medios; también es necesario analizar qué tipo de representación se construye, qué atributos se destacan y qué sentidos se asocian a las futbolistas.

Hegemonía y dominación simbólica

Para comprender la persistencia de desigualdades en la representación mediática, es necesario incorporar conceptos que permitan analizar cómo ciertos órdenes sociales se naturalizan y se reproducen. En este aspecto, los aportes de Antonio Gramsci y Pierre Bourdieu permiten pensar la relación entre medios, deporte y poder simbólico.

Antonio Gramsci (1971) desarrolla el concepto de hegemonía para explicar cómo un grupo social logra construir consenso alrededor de su visión del mundo. La hegemonía se sostiene a través de la coerción, y mediante prácticas culturales, discursos e instituciones que presentan un orden social determinado como natural o legítimo. En efecto, la cultura cumple un papel central en la reproducción de las relaciones de poder.

En el campo deportivo, la hegemonía puede observarse en la centralidad histórica del fútbol masculino. Durante décadas, el fútbol practicado por varones fue construido como la forma legítima, principal y universal del deporte, mientras que el fútbol femenino fue ubicado en un lugar secundario, excepcional o marginal. Esta jerarquía no se mantiene solo por diferencias materiales, sino también por discursos que naturalizan qué fútbol merece atención, qué competencias importan y qué protagonistas son considerados relevantes.

Los medios de comunicación cumplen un papel importante en este proceso, ya que contribuyen a definir qué deportes ocupan el centro de la escena pública. Cuando el periodismo deportivo dedica mayor espacio, emoción y profundidad al fútbol masculino, refuerza su posición hegemónica. A la vez, cuando el fútbol femenino aparece asociado a la excepcionalidad, al conflicto o a aspectos extradeportivos, esa cobertura puede reproducir la idea de que se trata de un fenómeno secundario o derivado.

Pierre Bourdieu (1991), por su parte, aporta el concepto de dominación simbólica para analizar cómo las jerarquías sociales se reproducen de manera naturalizada. La dominación simbólica opera cuando ciertas relaciones de poder son aceptadas como legítimas o evidentes, incluso por quienes ocupan posiciones subordinadas dentro de ese orden. Esta forma de dominación no necesita imponerse de manera explícita, porque actúa a través de esquemas de percepción, valoración y clasificación.

Aquí hay que afrontar una nueva paradoja capaz de provocar una total revolución en la forma de abordar lo que se ha querido estudiar con el título de la «historia

de las mujeres»: las invariantes que, más allá de todos los cambios visibles en la condición femenina, se observan en las relaciones de dominación entre los sexos, ¿no obligan a tomar como objeto privilegiado los mecanismos y las instituciones históricas que, en el curso de la historia, no han cesado de suprimir estas invariantes de la historia? (Bourdieu, 2000, p. 7)

En relación con el deporte, la dominación simbólica permite comprender por qué el fútbol masculino suele ser percibido como “el fútbol”, mientras que el fútbol femenino necesita ser nombrado como una categoría específica. Esta diferencia no es solo lingüística: expresa una jerarquía simbólica en la que lo masculino aparece como norma y lo femenino como variación.

Este concepto permite observar cómo ciertas jerarquías pueden aparecer incluso en coberturas aparentemente positivas. Una nota puede celebrar el crecimiento del fútbol femenino y, al mismo tiempo, reforzar la idea de que su legitimidad depende del reconocimiento masculino, de su rentabilidad comercial o de su comparación con el fútbol de varones.

La articulación entre hegemonía y dominación simbólica permite cerrar el marco teórico de este trabajo. El fútbol femenino no solo disputa espacio en las canchas, sino también en los discursos, en las agendas mediáticas y en las formas de reconocimiento público. Por eso, analizar la cobertura del Mundial Femenino 2023 implica observar cómo los medios construyen visibilidad, pero también qué límites, jerarquías y sentidos acompañan esa visibilidad.

En conjunto, estos conceptos permiten analizar la cobertura del Mundial Femenino 2023 no solo como un conjunto de noticias, sino como un espacio de producción de sentido. La noticiabilidad permite observar qué hechos se vuelven relevantes; el análisis del discurso permite estudiar cómo son narrados; y las nociones de género, hegemonía y dominación simbólica permiten interpretar qué jerarquías se reproducen o se disputan en esa narración.

IV. Contextualización del objeto de estudio

Porque las negras, las negras sin recursos y olvidadas, tenemos hambre, un hambre que a veces es de comida, pero también de más cosas. Tiene que ver con sentirnos miradas. No ser invisibles o insignificantes. Creo que desde mi infancia quise eso, que me miraran. Y cada vez que me caía y me levantaba de esa atención me levantaba más fuerte. Cuando hablo de atención, hablo de respeto, de igualdad y también de amor, porque hasta eso a veces está negado para nosotras en algunas ocasiones.

*Evelina Cabrera
Cofundadora de la Asociación Femenina de Fútbol Argentino*

Historia de fútbol femenino

Para comprender el modo en que los medios argentinos construyeron la cobertura del Mundial Femenino 2023, es necesario ubicar primero el recorrido histórico del fútbol femenino, caracterizado por procesos de exclusión, invisibilización y posterior institucionalización. El fútbol fue históricamente considerado territorio masculino. Durante gran parte del siglo XX, la participación de las mujeres en este deporte fue objeto de restricciones institucionales, prohibiciones formales y deslegitimaciones culturales. En este sentido, Conde y Rodríguez (2002), señalan que: "El fútbol forma parte no sólo de las dimensiones más generales de una sociedad y su cultura, sino que, paralelamente, se relaciona con la construcción de un orden y un mundo masculino, de una arena, en principio, reservada a los hombres. En América Latina el fútbol es un mundo de hombres, es un discurso masculino con sus reglas, estrategias y su moral" (Conde y Rodríguez, 2002, p. 94).

Las primeras experiencias organizadas de fútbol femenino se remontan a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, particularmente en Inglaterra. Sin embargo, el crecimiento de esta práctica fue rápidamente frenado por decisiones institucionales. En 1921, la Football Association prohibió a los clubes afiliados prestar sus estadios a equipos femeninos, argumentando que el fútbol era un deporte "inapropiado para las mujeres". Esta medida limitó durante décadas el desarrollo del fútbol femenino en ese país y tuvo repercusiones simbólicas en otras federaciones deportivas.

A pesar de estas restricciones, el fútbol femenino continuó practicándose en circuitos informales y en competencias paralelas. Recién a partir de la década de 1970, en el contexto de los movimientos feministas y de las luchas por la igualdad de derechos, comenzó un proceso de reconocimiento institucional del deporte femenino. Dos décadas más tarde, en 1991, se celebró la primera edición de la Copa Mundial Femenina de la FIFA, un acontecimiento que marcó un punto de inflexión en la visibilidad internacional del fútbol practicado por mujeres.

Desde entonces, el crecimiento del fútbol femenino fue progresivo. El aumento de la participación, la profesionalización de algunas ligas y la expansión de las competencias internacionales contribuyeron a posicionar esta disciplina en el sistema deportivo global.

El desarrollo del fútbol femenino en Argentina estuvo marcado por largos períodos de invisibilización institucional, poco reconocimiento mediático y una fuerte resistencia cultural a la participación de las mujeres en el deporte. En este sentido, Arambuena (2025) señala que desde las primeras décadas del “siglo XX –periodo de fundación de clubes y popularización de este deporte en el país– y hasta el reconocimiento oficial del fútbol femenino en 1991, distintos estudios mostraron que, a lo largo y ancho del territorio nacional, las mujeres jugaron al fútbol de manera informal y al margen de las instituciones deportivas" (p. 5).

Uno de los hitos fundacionales del fútbol femenino argentino se produjo en 1971, cuando un grupo de futbolistas viajó a México para disputar el Women's World Cup, un torneo internacional independiente organizado sin el reconocimiento de la FIFA. La selección argentina participó del certamen con un plantel autogestionado prácticamente sin recursos. En esa copa, el seleccionado nacional derrotó 4 a 1 a Inglaterra en el Estadio Azteca. Este partido fue considerado durante décadas como uno de los momentos fundacionales del fútbol femenino argentino, porque representó la primera victoria internacional del equipo nacional en un torneo de alcance mundial.

Tras la experiencia de 1971, el desarrollo del fútbol femenino en Argentina continuó de manera fragmentaria durante las décadas siguientes. A la disciplina le costaba crecer debido a la falta de apoyo institucional y de estructuras competitivas. En 1991 pasó algo clave: la AFA organizó el primer campeonato femenino oficial. Esto marcó el inicio de la institucionalización del fútbol femenino en el sistema deportivo nacional.

Se empezaron a consolidar clubes, torneos y selecciones que permitieron la continuidad competitiva. En el plano internacional, la selección argentina logró clasificar por primera vez al Mundial de Fútbol Femenino en 2003, participación que se repetiría en las ediciones de 2007, 2019 y 2023. Estas clasificaciones representaron un avance significativo para la visibilidad y el desarrollo del fútbol femenino argentino.

Tras años de reclamos por parte de las jugadoras y organizaciones deportivas, en 2019 la AFA anunció la profesionalización parcial del fútbol femenino de primera división, medida que buscaba mejorar las condiciones laborales de las jugadoras y fortalecer la estructura competitiva del torneo local. Este proceso estuvo acompañado por un creciente interés mediático y social hacia el fútbol femenino.

El Mundial de 2023 se inscribe dentro de este proceso de expansión global del fútbol femenino. El torneo registró cifras récord de asistencia a los estadios y altos niveles de audiencia televisiva, consolidándose como uno de los eventos deportivos más importantes del calendario internacional.

Representación mediática histórica de las mujeres en el deporte

El desarrollo del deporte femenino no puede analizarse únicamente desde su dimensión institucional. Los medios de comunicación desempeñan un papel central en la construcción de sentido en torno al deporte, determinando qué prácticas y deportistas se visibilizan, cómo se narran y qué significados adquieren dentro del imaginario social.

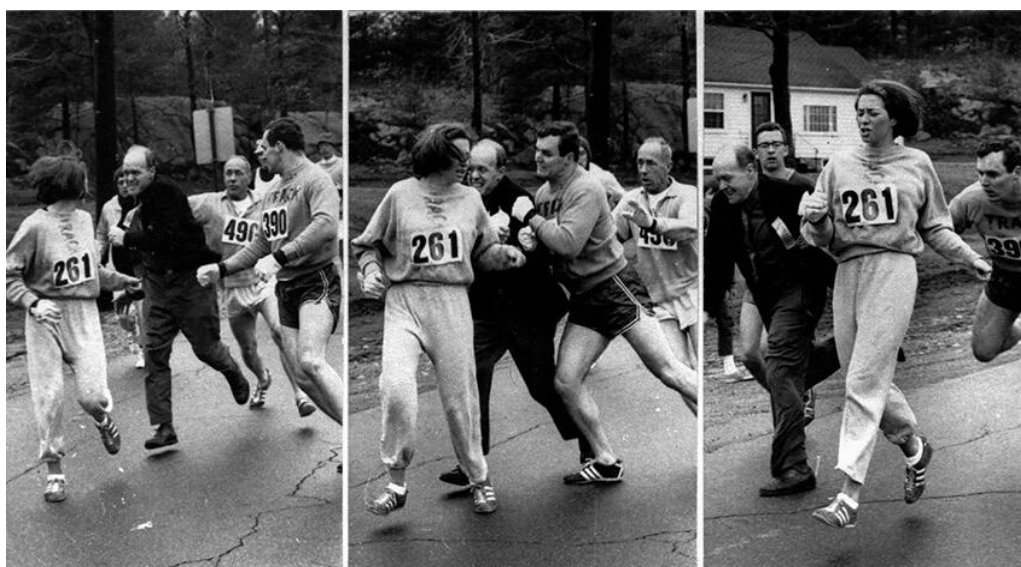
Desde la perspectiva de los estudios de comunicación, la noticia no es simplemente un reflejo de la realidad, sino una construcción social producida periodísticamente. El teórico Mauro Wolf sostiene que los criterios de noticiabilidad funcionan como filtros que determinan qué acontecimientos se transforman en noticia y cuáles quedan fuera del circuito informativo (Wolf, 1987). Estos criterios incluyen factores como la relevancia, la proximidad, el conflicto o la espectacularidad y generan una jerarquización de temáticas, personajes y acontecimientos donde unos son más relevantes mediáticamente que otros.

En el caso del deporte femenino, estos criterios entran en cortocircuito. Ante igualdad de factores noticiables, las mujeres deportistas reciben una cobertura mediática significativamente menor que los hombres. Diversos estudios empíricos han demostrado esta desigualdad cuantitativa. Un relevamiento longitudinal realizado por Cheryl Cooky, Michael Messner y Michela Musto sobre noticieros deportivos en Estados Unidos

encontró que, a lo largo de más de veinticinco años, el deporte femenino ocupó entre el 2 % y el 4 % del total de la cobertura deportiva televisiva (Cooky, Messner & Musto, 2015).

Este tipo de investigaciones evidencia que la desigualdad mediática no se limita únicamente a los encuadres discursivos, sino que comienza en una diferencia estructural de visibilidad. El deporte femenino aparece con menor frecuencia en la agenda mediática, lo que limita su presencia en el espacio público y condiciona las formas en que las deportistas son percibidas socialmente.

Y la diferencia no es solo cuantitativa, ya que, como dice Michael Messner, cuando aparecen en los medios, suelen ser representadas desde encuadres que enfatizan aspectos extradeportivos, como su apariencia física, sexualidad o vida privada, en lugar de centrarse en su desempeño deportivo. Según el autor, esta tendencia contribuye a reforzar una jerarquía simbólica en la que el deporte masculino se presenta como la norma y el deporte femenino como una excepción (Messner, 2002).



Fotografía: Kathrine Switzer durante el Maratón de Boston 1967, siendo interceptada por un organizador que intentó retirarla de la competencia. Fotografía de Harry A. Trask. Fuente: Boston Herald

A lo largo de la historia del deporte moderno pueden encontrarse muchos ejemplos de estas representaciones mediáticas. Uno de los casos más emblemáticos es el de Kathrine Switzer, quien en 1967 se convirtió en la primera mujer en correr oficialmente la Maratón de Boston. Se apuntó con un nombre que no evidenciaba su género y empezó a correr. Un organizador la descubrió e intentó, sin éxito, sacarla de la carrera.

Este episodio fue muy fotografiado y difundido por la prensa. Si bien el hecho tuvo gran repercusión mediática, muchas de las coberturas periodísticas de la época enfatizaron el carácter “inusual” o “controversial” de la participación femenina en la maratón, antes que el logro deportivo en sí mismo. El episodio dejó en evidencia el machismo compartido entre el ámbito deportivo y el mediático.

Olé y La Nación: dos formas de narrar el deporte

La selección de *Olé* y *La Nación* responde al interés de comparar dos modelos periodísticos diferentes. Es decir, un medio deportivo especializado y un medio generalista de alcance nacional. Esta comparación ayuda a observar si los encuadres y formas de representación del fútbol femenino responden a características propias del periodismo deportivo o si forman parte de tendencias más amplias del sistema mediático argentino.

La Nación es uno de los diarios más antiguos e influyentes de la Argentina. Fue fundado el 4 de enero de 1870 por Bartolomé Mitre y se consolidó como un medio de referencia dentro del periodismo nacional. A lo largo de su historia se caracterizó por una línea editorial vinculada a la información política, económica, cultural e internacional, dirigida principalmente a sectores medios y medios-altos con altos niveles de consumo informativo. En la actualidad, además de su edición impresa, posee una importante presencia digital y desarrolla una cobertura amplia de temas de actualidad, entre ellos el deporte.

Olé, por su parte, fue fundado el 23 de mayo de 1996 por el Grupo Clarín y se convirtió en el primer diario deportivo de publicación diaria de Argentina. Su propuesta editorial se centra exclusivamente en la información deportiva, con especial énfasis en el fútbol. A diferencia de *La Nación*, se dirige a un público interesado en el deporte y se caracteriza por un estilo más dinámico, coloquial y cercano al lenguaje de los aficionados. Su cobertura suele privilegiar la actualidad deportiva, el espectáculo, las estadísticas, las figuras destacadas y los aspectos emocionales vinculados a las competencias.

En efecto, mientras *La Nación* representa un medio generalista que incorpora el deporte dentro de una agenda informativa más amplia, *Olé* construye su identidad alrededor de la información deportiva. En el caso de este trabajo, cada medio jerarquiza el fútbol femenino, diseña aspectos en su cobertura y construye discursivamente la visibilidad de las futbolistas durante el Mundial Femenino 2023.

V. Metodología

El fútbol nos da la plataforma para ser mucho más que atletas;

nos permite ser agentes del cambio.

Megan Rapinoe

Enfoque cualitativo: análisis de discurso y análisis de contenido

El enfoque de este trabajo es cualitativo. La investigación busca analizar cómo un conjunto de notas seleccionadas sobre el Mundial Femenino 2023 construye sentido sobre el fútbol femenino, las futbolistas y las relaciones de género dentro del campo deportivo. El trabajo se inscribe en una perspectiva de análisis del discurso periodístico. Se analizan titulares, bajadas, imágenes, fuentes, adjetivación, enfoques narrativos y formas de representar a las protagonistas. El objetivo es observar cómo los medios construyen la visibilidad del fútbol femenino y qué encuadres predominan en esa construcción.

Para pensar la producción de noticias, se retoman los aportes de Mauro Wolf (1987), quien plantea que los medios seleccionan y jerarquizan los acontecimientos a partir de criterios de noticiabilidad. Estos criterios permiten explicar por qué ciertos hechos se transforman en noticia y otros quedan fuera de la agenda.

También se incorporan los aportes de Teun A. van Dijk (1990), quien entiende la noticia como una forma específica de discurso. En este sentido, el autor sostiene que el análisis del discurso permite observar las “relaciones sistemáticas entre el texto y el contexto” (Van Dijk, 1990, p. 53).

Desde esta mirada, los textos periodísticos informan, y organizan sentidos a través de sus temas principales, titulares, estructuras narrativas, selección de fuentes y formas de nombrar a los actores sociales. En palabras de Patrick Charaudeau (2012), el mundo mediático tiene conciencia de lo que apela e implica: “Los medios tienden a dar cuenta de esa realidad, la reconstruyen y devuelven al ciudadano un reflejo deformado, no es un reflejo transparente, no es un vidrio por el que se ve. El hecho solo de relatar la realidad significa reconstruirla” (en García, 2012, p. 235).

Corpus

El corpus de la presente investigación está compuesto por ocho notas periodísticas publicadas en las versiones digitales de *Olé* y *La Nación*. Las notas fueron seleccionadas en función de su relevancia y de su representatividad dentro de distintos momentos de la cobertura.

Pre Mundial:

- *Olé*: “Lionel Messi, la nueva campaña del Mundial Femenino”. 12/07/23
- *La Nación*: “Mundial de Fútbol Femenino 2023: cuándo debuta Argentina en la Copa del Mundo”. 19/07/23

Durante el Mundial:

- *Olé*: “Mundial femenino 2023: récord de asistencia y espectadores”. 08/08/23
- *La Nación*: “La selección argentina debuta contra Italia y busca hacer historia”. 24/07/23

Notas temáticas:

- *Olé*: “Futbolistas y novias: cómo se visibilizan en el Mundial Femenino”. 23/07/23
- *La Nación*: “Quién es la jugadora mejor paga del mundo y cuánto diferencia aún con el fútbol masculino”. 31/07/23

Caso Rubiales-Hermoso:

- *Olé*: “Inaceptable: ola de críticas por el beso de Rubiales a Jenni Hermoso”. 21/08/23
- *La Nación*: “El beso de Luis Rubiales a Jenni Hermoso: cronología del escándalo” por Santiago Bauzá. 25/08/23

La elección de este período permite observar tres momentos de la cobertura: la previa del torneo, el desarrollo de la competencia y los días posteriores a la final. Además, este recorte incluye la cobertura del caso Luis Rubiales-Jennifer Hermoso, episodio que adquirió una fuerte visibilidad mediática y permitió observar tensiones entre género, poder institucional y deporte.

La selección de *Olé* y *La Nación* responde al interés de comparar un medio deportivo especializado con un medio generalista de alcance nacional. Esta comparación permite observar si los encuadres y mecanismos de visibilización del fútbol femenino responden a lógicas propias del periodismo deportivo o si forman parte de un patrón mediático más amplio.

Criterios de análisis: visibilidad, encuadre y representación discursiva

El análisis de las notas se organiza en torno a tres ejes principales: visibilidad, encuadre y representación discursiva. La visibilidad refiere al lugar que ocupa el fútbol femenino dentro de la cobertura mediática. Para abordar esta dimensión se observará la extensión de las notas, la jerarquización del tema, el lugar otorgado a las protagonistas y la forma en que el Mundial aparece presentado dentro del universo informativo de cada medio.

El encuadre permite identificar desde qué perspectiva se construye cada noticia. Se analizará si las notas priorizan el rendimiento deportivo, las estadísticas, el desempeño y la trayectoria de las jugadoras, o si desplazan el foco hacia elementos extradeportivos como la vida privada, la emocionalidad, la apariencia, la sexualidad, el marketing, la comparación con el fútbol masculino o el conflicto institucional.

La representación discursiva se centrará en las formas concretas de construcción de sentido dentro de cada pieza periodística. Para ello se observarán titulares, bajadas, adjetivación, fuentes, imágenes, formas de nombrar a las futbolistas y recursos narrativos. Este eje permitirá analizar si las jugadoras son representadas como protagonistas deportivas, como figuras excepcionales, como personajes vinculados al entretenimiento o como protagonistas de conflictos atravesados por el género.

La articulación de estos tres criterios permite vincular el análisis del corpus con el marco teórico de la investigación, especialmente con los conceptos de noticiabilidad, representación de género, hegemonía, dominación simbólica y cobertura mediática del deporte femenino.

VI. Análisis

La narración de la historia puede conferir legitimidad a los sujetos, al igual que puede negársela en la misma instancia.

Brenda J. Elsey y Joshua H. Nadel

Este capítulo analiza las ocho notas que componen el corpus de la investigación. El objetivo es observar cómo *Olé* y *La Nación* construyeron la visibilidad del fútbol femenino durante el Mundial Femenino 2023, qué encuadres predominaron y de qué manera fueron representadas las futbolistas.

El análisis se organiza a partir de los ejes definidos en la metodología: visibilidad, encuadre y representación discursiva. Se observan titulares, bajadas, imágenes, fuentes, formas de nombrar a las protagonistas y jerarquización temática. También se presta atención a los desplazamientos del foco deportivo hacia aspectos extradeportivos, como el marketing, la vida privada, la desigualdad económica o el conflicto institucional.

El corpus incluye notas publicadas antes, durante y después del Mundial. Algunas piezas se centran en información deportiva o de servicio; otras en el crecimiento del torneo; otras en la dimensión económica o afectiva del fútbol femenino; y dos de ellas en el caso Rubiales-Hermoso, momento de alta visibilidad mediática y política.



La previa del mundial

La primera nota analizada fue publicada por *Olé* el 12 de julio de 2023 bajo el título “Con el apoyo de Messi, adidas lanzó su campaña para el Mundial Femenino”. Desde el titular aparece un primer elemento significativo: el nombre que ocupa el centro de la noticia no es el de una futbolista, sino el de Lionel Messi. La nota trata sobre una campaña publicitaria de Adidas para el Mundial Femenino, pero la figura utilizada como principal atractivo es la del jugador más reconocido del fútbol masculino.

La presencia de Messi funciona como recurso de noticiabilidad y como elemento de legitimación. La nota no se centra en el rendimiento de las jugadoras, en la preparación del equipo, ni en el análisis deportivo del torneo, sino en una campaña comercial. El fútbol femenino aparece asociado al marketing y a la promoción de marca.

Las imágenes refuerzan este desplazamiento. En el anexo se observa que las fotografías principales muestran a Messi con la camiseta alternativa de la Selección Argentina femenina. Recién después aparece la lista de las 23 jugadoras convocadas, ubicadas en un segundo plano dentro de la jerarquía visual y narrativa de la nota. Desde los criterios de noticiabilidad trabajados por Wolf (1987), la presencia de Messi vuelve más “noticiable” el evento. Mientras que, desde la perspectiva de género, se advierte una tensión: el fútbol femenino necesita ser legitimado a partir de una figura masculina para adquirir relevancia mediática.

En el caso de *La Nación*, la nota previa al Mundial se titula “Mundial de Fútbol Femenino 2023: cuándo debuta la Argentina en la Copa del Mundo”. A diferencia de *Olé*, el encuadre es más informativo. La nota funciona como una pieza de servicio: informa fecha, horario, rival, sede, transmisión y fixture. También recupera el recorrido de la Selección Argentina hasta la clasificación y menciona sus participaciones en Mundiales anteriores.

En esta pieza, la Selección aparece como protagonista deportiva. Se mencionan jugadoras como Yamila Rodríguez y Florencia Bonsegundo y se ubica al equipo dentro de una trayectoria mundialista. El tono es más sobrio y menos espectacularizado. No hay una apelación tan fuerte a figuras externas ni a elementos comerciales. Sin embargo, la nota tampoco profundiza demasiado en el análisis futbolístico. La cobertura informa y contextualiza, pero no desarrolla con detalle aspectos tácticos, técnicos o de rendimiento.

El desarrollo del torneo

Durante el Mundial, una de las notas de *Olé* analizadas se titula “Histórico: el Mundial Femenino 2023 ya superó el récord de asistencia en estadios y en el Fan Festival” (08/08/23). El título presenta al torneo desde un encuadre de crecimiento e impacto global. La palabra “histórico” ubica al Mundial como un acontecimiento excepcional, asociado a récords de público, venta de entradas, audiencia televisiva y consumo digital.

La nota se apoya en datos proporcionados por la FIFA. Se mencionan cifras de asistencia a estadios, venta de tickets, visitantes en Fan Festival y audiencia televisiva. El foco está puesto en la magnitud del evento y en su capacidad de convocatoria. En ese sentido, el fútbol femenino aparece como un fenómeno en expansión, capaz de atraer públicos masivos y producir interés internacional.

Este encuadre contribuye a visibilizar el crecimiento del fútbol femenino. Sin embargo, también desplaza el análisis desde el juego hacia el consumo del evento. La noticia no se centra en las futbolistas, en los partidos o en el rendimiento deportivo, sino en las cifras que demuestran el éxito del torneo. El Mundial aparece como producto global, medido a partir de espectadores, entradas vendidas, usuarios digitales y récords de audiencia.

Desde el marco teórico, este tratamiento puede leerse como una forma de espectacularización. La visibilidad del fútbol femenino se construye a partir de su capacidad de producir números extraordinarios. Esto puede ser positivo porque refuerza su relevancia pública, pero también muestra que muchas veces el deporte femenino debe demostrar su valor a través de cifras excepcionales para ser legitimado mediáticamente.

En *La Nación* (24/07/23), la nota sobre el debut de Argentina ante Italia presenta un encuadre más cercano al rendimiento deportivo. El título informa que la Selección Argentina perdió 1-0 ante Italia en su debut. La pieza reconstruye el resultado, el gol de Cristiana Girelli, la formación inicial, los cambios realizados por Germán Portanova y el próximo partido ante Sudáfrica.

A diferencia de otras notas del corpus, esta cobertura sí se centra en el partido. La Selección es presentada como equipo competitivo dentro del Mundial. Se mencionan jugadoras, posiciones, variantes tácticas y contexto del grupo. También aparece la idea de “hacer historia”, vinculada a la posibilidad de avanzar de ronda por primera vez.

Sin embargo, el análisis deportivo sigue siendo limitado. La nota informa el resultado y algunos datos del encuentro, pero no desarrolla en profundidad el desempeño de las jugadoras ni una lectura táctica del partido. El texto hace una cobertura deportiva, pero principalmente descriptiva. La representación de las futbolistas es más profesional que en otras piezas, aunque todavía con un nivel de análisis menor al que suele observarse en coberturas del fútbol masculino.

Notas temáticas

Dentro del corpus se incluyen dos notas temáticas que no se centran en el desarrollo de los partidos, sino en otras dimensiones asociadas al fútbol femenino. Una de ellas aborda la vida privada y la visibilidad afectiva de las futbolistas; la otra, la desigualdad económica en relación con el fútbol masculino.

La nota de *Olé*, titulada “Las futbolistas que se podrían enfrentar a sus novias en la Copa del Mundo de Australia - Nueva Zelanda”, construye el interés periodístico a partir de las relaciones afectivas de algunas jugadoras. Desde el título, el foco no está puesto en su rendimiento, trayectoria o rol dentro de sus selecciones, sino en la posibilidad de que se enfrenten a sus parejas durante la competencia.

El encuadre se acerca al registro de la curiosidad o el entretenimiento. La nota presenta distintos casos de parejas de futbolistas, menciona sus vínculos, sus clubes y algunas escenas públicas de sus relaciones. Las imágenes utilizadas refuerzan ese enfoque: aparecen fotografías personales, besos, *selfies* y retratos de las jugadoras con sus parejas. La dimensión visual desplaza claramente el foco desde el juego hacia la vida privada.

Esta nota permite observar una forma concreta de desplazamiento discursivo. Las futbolistas son visibles, pero no principalmente como deportistas. Aparecen como parejas, novias, figuras afectivas o personajes de una historia personal. Desde la perspectiva de género trabajada en el marco teórico, este tratamiento puede leerse como una forma de representación que prioriza aspectos extradeportivos.

Al mismo tiempo, la nota introduce una cuestión particular: la visibilidad de parejas entre mujeres en el fútbol femenino. Este punto podría (y debería) abrir una lectura más compleja, ya que visibiliza vínculos LGBTQ+ que históricamente fueron silenciados en el deporte. Sin embargo, el modo en que está construida la noticia tiende más a la

curiosidad que al análisis. El foco no está en las trayectorias deportivas ni en la dimensión política de esa visibilidad, sino en lo llamativo de que algunas jugadoras puedan enfrentarse a sus novias.

Llama la atención cómo, al final, la nota incorpora información sobre el debut de Argentina, con datos de horario, televisión, posibles formaciones y hasta declaraciones de Aldana Cometti. Esa parte persigue un tono más deportivo, pero queda subordinado en una nota cuyo interés central está tan claramente puesto en la vida privada de las futbolistas.

La nota de *La Nación*, titulada “Quién es la jugadora mejor paga del mundo y cuánta diferencia hay aún entre el fútbol masculino y el femenino”, trabaja otro tipo de encuadre. En este caso, el foco está puesto en la desigualdad económica. La pieza compara los ingresos de Sam Kerr con los de figuras masculinas como Kylian Mbappé, Lionel Messi y Cristiano Ronaldo. También incluye datos sobre premios de la FIFA, patrocinios, contratos y condiciones laborales.

A diferencia de la nota de *Olé*, este artículo no desplaza el foco hacia la vida privada, sino hacia una dimensión estructural del deporte. El fútbol femenino aparece dentro de una discusión sobre desigualdad salarial, profesionalización y reconocimiento económico. La comparación con el fútbol masculino es constante, pero funciona para mostrar una brecha material.

La nota tiene un tono informativo y explicativo. Se apoya en cifras, fuentes y gráficos. En el anexo se observan recursos visuales que comparan salarios y premios entre Mundiales masculinos y femeninos. Esta dimensión gráfica refuerza la idea de desigualdad estructural: el fútbol femenino creció, pero sigue lejos de las condiciones económicas del masculino.

La noticia no se limita a presentar el Mundial como espectáculo, sino que lo conecta con las condiciones laborales de las jugadoras y con la organización desigual del deporte. En este sentido, la nota dialoga con el marco teórico sobre hegemonía y dominación simbólica: el fútbol masculino aparece como medida de comparación y como centro económico del campo deportivo.

El caso Rubiales - Hermoso

Las dos últimas notas del corpus abordan el caso Luis Rubiales-Jennifer Hermoso. Este episodio se dio durante la premiación después de la final del Mundial Femenino 2023, cuando el presidente de la Real Federación Española de Fútbol, Luis Rubiales, besó a Jennifer Hermoso, máxima goleadora histórica de la Selección Española, sin su consentimiento. El hecho produjo una fuerte repercusión internacional y desplazó parte de la cobertura desde la consagración deportiva de España hacia un conflicto político, institucional y de género.

La nota de *Olé*, titulada “Ola de críticas para Rubiales por el beso a Jenni Hermoso tras el Mundial femenino: piden que deje su cargo”, construye el acontecimiento desde el encuadre del repudio. El título ya instala la idea de “ola de críticas” y presenta a Rubiales como figura cuestionada. La bajada refuerza esta lectura al señalar que el presidente de la Federación Española quedó “bajo la lupa” tras el “escándalo” en la premiación.

El texto recopila declaraciones de funcionarias, deportistas y figuras públicas que condenan el gesto. Aparecen palabras como “agresión”, “inaceptable”, “violencia sexual”, “consentimiento” e “igualdad”. La nota incorpora un lenguaje ligado al feminismo contemporáneo y ubica el hecho dentro de una discusión más amplia sobre derechos, poder y violencia hacia las mujeres.

Sin embargo, la nota también reproduce declaraciones que intentan minimizar el episodio. Se incluye la versión atribuida inicialmente a Hermoso por la Federación y las declaraciones de Rubiales, quien habla de “un gesto natural de cariño” o de “un pico de dos amigos”.

La nota de *La Nación*, publicada unos días después, se titula “El beso de Luis Rubiales a Jenni Hermoso: la cronología del escándalo que sacudió al fútbol de España tras salir campeón del Mundial femenino”. El encuadre está construido desde la cronología y la acumulación de hechos. El texto ordena los acontecimientos desde el momento de la premiación hasta las reacciones posteriores, las presiones denunciadas, el comunicado de Hermoso y la renuncia de jugadoras a la Selección Española.

La palabra “escándalo” vuelve a ser central. El hecho se presenta como un conflicto que excede lo deportivo y que afecta al fútbol español en su conjunto. La nota muestra cómo

un momento que debía ser de consagración para las jugadoras terminó convertido en una crisis institucional.

A diferencia de la nota de *Olé*, la pieza de *La Nación* ofrece una reconstrucción más ordenada del proceso. Aparecen las contradicciones entre las versiones institucionales y las declaraciones posteriores de Hermoso. También se incluye el comunicado en el que la jugadora afirma que no hubo consentimiento y que se sintió vulnerable y víctima de una agresión. La voz de Hermoso adquiere mayor centralidad hacia el fin de la nota.

Por un lado, el caso Rubiales-Hermoso abrió un espacio de discusión pública sobre consentimiento, abuso de poder y violencia simbólica en el deporte. Por otro lado, esa discusión surgió a partir de un hecho que desplazó la atención del logro deportivo de las jugadoras españolas. La cobertura visibilizó una problemática de género, pero al mismo tiempo volvió a ubicar a las futbolistas en relación con un conflicto provocado por una figura masculina de poder.

Puntos de encuentro y diferencias en la cobertura mediática

El análisis de las ocho notas permite identificar tanto diferencias como puntos de contacto entre las coberturas realizadas por *Olé* y *La Nación* durante el Mundial Femenino 2023. En términos generales, ambos medios otorgaron visibilidad al torneo y contribuyeron a instalar al fútbol femenino dentro de la agenda mediática. Sin embargo, esa visibilidad no siempre estuvo centrada en el rendimiento deportivo de las jugadoras. En distintas oportunidades, el foco se desplazó hacia aspectos extradeportivos como el marketing, la vida privada, las desigualdades económicas o los conflictos institucionales. Esta situación confirma que la construcción mediática del fútbol femenino continúa atravesada por múltiples sentidos que exceden el juego en sí mismo.

Las principales diferencias aparecen en los encuadres utilizados por cada medio. Mientras *Olé* tendió a construir sus noticias a partir de elementos vinculados a la espectacularización, la curiosidad o la capacidad de generar impacto, *La Nación* adoptó un tono más informativo y contextualizador. Esto puede observarse en la cobertura previa al Mundial, donde *Olé* otorgó centralidad a la figura de Lionel Messi como recurso de legitimación del torneo, mientras que *La Nación* priorizó información sobre la Selección Argentina, el fixture y las características de la competencia. Del mismo modo, en las notas temáticas, *Olé* construyó interés periodístico alrededor de la vida privada de las

futbolistas, mientras que La Nación abordó cuestiones estructurales como la desigualdad económica entre el fútbol masculino y femenino. A pesar de estas diferencias, ambos medios comparten una tendencia significativa: la dificultad para sostener una cobertura centrada exclusivamente en el aspecto deportivo. Incluso cuando las futbolistas ocupan el centro de las noticias, muchas veces aparecen asociadas a elementos externos al juego. Asimismo, tanto en Olé como en La Nación el caso Rubiales-Hermoso adquirió una relevancia que terminó desplazando mediáticamente la consagración de España en el Mundial. Esto muestra que la visibilidad del fútbol femenino puede construirse tanto a partir de logros deportivos como de conflictos, controversias o situaciones excepcionales. En consecuencia, el análisis permite observar que la cobertura mediática del Mundial Femenino 2023 osciló entre el reconocimiento del crecimiento y la profesionalización de la disciplina y la persistencia de representaciones que continúan ubicando al fútbol femenino en relación con otros temas considerados más noticiables.

VII: Consideraciones finales

Porque las negras, las negras sin recursos y olvidadas, tenemos hambre, un hambre que a veces es de comida, pero también de más cosas. Tiene que ver con sentirnos miradas. No ser invisibles o insignificantes. Creo que desde mi infancia quise eso, que me miraran. Y cada vez que me caía y me levantaba de esa atención me levantaba más fuerte. Cuando hablo de atención, hablo de respeto, de igualdad y también de amor, porque hasta eso a veces está negado para nosotras en algunas ocasiones.

Evelina Cabrera

Cofundadora de la Asociación Femenina de Fútbol Argentino

Este trabajo se propuso analizar cómo *Olé* y *La Nación* construyeron la visibilidad y el encuadre del fútbol femenino durante la Copa Mundial Femenina 2023. A partir del análisis de ocho notas publicadas entre el 12 de julio y el 27 de agosto de 2023, se buscó observar qué aspectos fueron jerarquizados por los medios, cómo fueron representadas las futbolistas y qué sentidos se construyeron en torno al Mundial, al rendimiento deportivo y a las relaciones de género dentro del campo futbolístico.

La hipótesis inicial planteaba que, durante la Copa Mundial Femenina 2023, la cobertura de *Olé* y *La Nación* construyó una visibilidad selectiva del fútbol femenino que contribuyó a la reproducción del *statu quo* de género. A partir del análisis realizado, esta hipótesis se confirma parcialmente, con matices. El fútbol femenino aparece en ambos medios, adquiere presencia y es reconocido como parte de la agenda deportiva. Sin embargo, esa visibilidad no siempre se construye desde el rendimiento deportivo ni desde la centralidad de las futbolistas como profesionales del deporte.

En las notas analizadas, el fútbol femenino se vuelve especialmente noticiable cuando aparece asociado a elementos externos o excepcionales: la figura de Lionel Messi, una campaña publicitaria de Adidas, récords de asistencia y audiencia, relaciones afectivas entre jugadoras, desigualdad económica con el fútbol masculino o el caso Rubiales-Hermoso. Estos elementos no son irrelevantes, pero muestran que la cobertura se activa con más fuerza cuando el Mundial puede ser narrado desde criterios de noticiabilidad ligados a la espectacularización, el conflicto, la comparación o la excepcionalidad.

En este aspecto, la presencia mediática del fútbol femenino no implica automáticamente una representación igualitaria. Los resultados del análisis evidencian que las futbolistas

aparecen en varios momentos como protagonistas, pero no siempre como deportistas. En algunas notas son presentadas a partir de sus vínculos personales, como parte de una campaña comercial, como casos dentro de una desigualdad económica o como víctimas de un conflicto institucional. Estas formas de representación no eliminan la visibilidad, pero sí la condicionan.

La comparación entre *Olé* y *La Nación* permitió identificar diferencias en los modos de cobertura. En *Olé*, el tratamiento tiende a estar más atravesado por la espectacularización, el impacto visual y la búsqueda de atractivo para el público. La nota sobre Messi y Adidas muestra una forma de legitimación mediada por una figura masculina reconocida. La nota sobre récords presenta el Mundial como fenómeno de consumo global. La nota sobre las futbolistas y sus novias desplaza el foco hacia la vida privada y la curiosidad. Incluso en el caso Rubiales-Hermoso, la cobertura se organiza desde la repercusión y la “ola de críticas”.

En *La Nación*, en cambio, predomina un tono más informativo y generalista. Las notas sobre el debut y la derrota de Argentina funcionan como piezas de servicio y seguimiento deportivo. La nota sobre la jugadora mejor pagada introduce una dimensión económica y estructural. La cronología del caso Rubiales-Hermoso reconstruye el conflicto de manera más ordenada. Sin embargo, este medio también reproduce límites: el análisis deportivo es breve, la desigualdad se explica casi siempre en comparación con el fútbol masculino, y el caso Rubiales vuelve a desplazar el foco desde el logro deportivo hacia el conflicto institucional.

En ambos casos, entonces, el Mundial Femenino 2023 aparece como un acontecimiento relevante, pero no siempre desde una lógica estrictamente deportiva. La cobertura muestra avances respecto de formas más explícitas de invisibilización o desprecio hacia el deporte femenino, pero también evidencia formas más sutiles de desigualdad. Ya no se trata necesariamente de una cobertura abiertamente denigrante o sexualizante, sino de encuadres que, aun siendo aparentemente informativos o respetuosos, pueden seguir ubicando al fútbol femenino en un lugar secundario, excepcional o necesitado de legitimación.

Esta conclusión dialoga con los aportes de Cooky, Messner y sus coautoras, especialmente con la idea de que las formas contemporáneas de desigualdad mediática no siempre operan por ausencia total, sino por tratamientos diferenciales.

En relación con los objetivos específicos, el trabajo permitió identificar encuadres predominantes en las notas seleccionadas: rendimiento deportivo, información de servicio, crecimiento del torneo, desigualdad económica, vida privada, marketing y conflicto institucional. También permitió examinar el tratamiento del caso Rubiales-Hermoso como un episodio que reconfiguró la cobertura del Mundial y abrió discusiones sobre género y poder dentro del fútbol. Finalmente, la comparación entre *Olé* y *La Nación* permitió reconocer diferencias editoriales, pero también continuidades en la construcción de una visibilidad condicionada.

A partir de este recorrido, puede sostenerse que la disputa por la igualdad en el fútbol femenino no se juega solamente en las canchas, en los contratos o en las instituciones deportivas. También se juega en el relato. Los medios participan en la construcción de legitimidad: deciden qué se destaca, qué se omite, qué se vuelve central y qué queda en segundo plano. Por eso, la representación mediática del fútbol femenino forma parte de una disputa simbólica más amplia por el reconocimiento.

Como líneas futuras de investigación, quedan abiertas varias preguntas. Una primera posibilidad sería ampliar el corpus y analizar la cantidad total de noticias publicadas sobre fútbol femenino en comparación con el fútbol masculino durante un mismo período. Esto permitiría incorporar una dimensión cuantitativa que complemente el análisis discursivo realizado en este trabajo.

Otra línea, posiblemente más interesante y polémica, sería estudiar la relación o proporcionalidad entre la cobertura del fútbol femenino y la presencia de mujeres periodistas deportivas. Sería interesante observar si existe alguna relación entre la participación de mujeres en las redacciones deportivas y los modos de narrar el deporte femenino, tanto en términos de cantidad de cobertura como de encuadres utilizados.

Finalmente, queda abierta una pregunta sobre las nuevas formas de sexismo mediático. Las representaciones actuales ya no siempre recurren a fórmulas explícitamente ofensivas o sexualizantes. No se presenta a las jugadoras desde el lugar de “la más linda” o “la más sexy”, como ocurrió históricamente en muchas coberturas deportivas. Sin embargo, eso

no significa que la desigualdad haya desaparecido. En muchos casos, opera de manera más sutil: en la falta de profundidad, en la jerarquización secundaria, en el tono plano, en la comparación constante con el fútbol masculino o en el desplazamiento del rendimiento deportivo hacia aspectos extradeportivos.

Para finalizar, el Mundial Femenino 2023 fue un momento de alta visibilidad para el fútbol femenino, pero esa visibilidad no puede leerse de manera lineal como sinónimo de igualdad. El análisis de *Olé* y *La Nación* muestra que el fútbol femenino aparece cada vez más en la agenda mediática, pero todavía disputa el modo en que es narrado. Y en esa disputa, el problema central no es solo aparecer, sino ser narrado desde una mirada que reconozca a las futbolistas como protagonistas deportivas, profesionales y legítimas dentro del campo futbolístico.

Referencia Bibliográficas

- Albarez Gómez, N. (2016). El concepto de Hegemonía en Gramsci: Una propuesta para el análisis y la acción política. *Estudios Sociales Contemporáneos*, 15, 152-162. <https://www.redalyc.org/pdf/6459/645967672008.pdf>
- Arambuena, R. L. (2025). Fútbol y afectos feministas: La politización del fútbol femenino en Argentina y sus sentidos en un grupo de jugadoras profesionales. *Novos Debates*, 11 (2), e112015. <https://doi.org/10.48006/2358-0097/V11N2.E112015>
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power* (G. Raymond & M. Adamson, Trans.; J. B. Thompson, Ed.). Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Anagrama. <https://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/wp-content/uploads/2015/09/Bondiu-Pierre-la-dominacion-masculina.pdf>
- Boyezuk, A., & Galak, E. L. (2020). ¿Qué cuerpos importan en el deporte?: intervenciones pedagógicas para analizar cómo los medios de comunicación abordan la cuestión de género. *Novos Olhares Sociais*, 3. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/159627>
- Bruce, T. (2016). New rules for new times: Sportswomen and media representation in the third wave. *Sex Roles*, 74(7–8), 361–376. <https://doi.org/10.1007/s11199-015-0497-6>
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Conde, M., & Rodríguez, M. G. (2002). Mujeres en el fútbol argentino: Sobre prácticas y representaciones. *Alteridades*, 12(23), 93–106.
- Cooky, C., Council, L. D., Mears, M. A., & Messner, M. A. (2021). One and done: The long eclipse of women's televised sports, 1989–2019. *Communication & Sport*, 9(3), 347–371. <https://doi.org/10.1177/21674795211003524>
- Cooky, C., Messner, M. A., & Hextrum, R. H. (2013). Women play sport, but not on TV: A longitudinal study of televised news media. *Communication & Sport*, 1(3), 203–230. <https://doi.org/10.1177/2167479513476947>

- Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (2015). “It’s dude time!”: A quarter century of excluding women’s sports in televised news and highlight shows. *Communication & Sport*, 3(3), 261–287. <https://doi.org/10.1177/2167479515588761>
- Elsey, B. J., & Nadel, J. H. (2019). *Futbolera: A history of women and sports in Latin America*. University of Texas Press.
- Fink, J. S. (2015). Female athletes, women’s sport, and the sport media commercial complex: Have we really “come a long way, baby”? *Sport Management Review*, 18(3), 331–342. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.05.001>
- García, K. A. (2012). Un gusano en la manzana informativa. Entrevista con Patrick Charaudeau. *Nexus*. <https://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/802>
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks* (Q. Hoare & G. N. Smith, Eds. y Trans.). International Publishers.
- Gramsci, A. (2004). Algunos temas de la cuestión Meridional (Fragmentos) otoño de 1926. Sacristán M. *Antología Antonio Gramsci*. Siglo XXI.
- Hijós, N., & Cabrera, N. (2020). Historia mínima del fútbol argentino: Hacia un montaje de la década del veinte. *BORDES. Revista de Política, Derecho y Sociedad*, 25–32.
- La Nación. (19 de julio de 2023). Mundial de Fútbol Femenino 2023: cuándo debuta Argentina en la Copa del Mundo. <https://www.lanacion.com.ar/deportes/canchallena/mundial-de-futbol-femenino-2023-cuando-debuta-la-argentina-en-la-copa-del-mundo-nid19072023/>
- La Nación. (24 de julio de 2023). La selección argentina debuta contra Italia y busca hacer historia. <https://www.lanacion.com.ar/deportes/mundial-de-futbol-femenino-2023-la-seleccion-argentina-debuta-contra-italia-y-busca-hacer-historia-nid24072023/>
- La Nación. (31 de julio de 2023). Quién es la jugadora mejor paga del mundo y cuánto diferencia aún con el fútbol masculino. <https://www.lanacion.com.ar/deportes/quien-es-la-jugadora-mejor-paga-del-mundo-y-cuanta-diferencia-hay-aun-entre-el-futbol-masculino-y-el-nid31072023/>
- La Nación. (25 de agosto de 2023). El beso de Luis Rubiales a Jenni Hermoso: cronología del escándalo. <https://www.lanacion.com.ar/deportes/futbol/el-beso-de-luis-rubiales-a-jenni-hermoso-la-cronologia-del-escandalo-que-sacudio-al-futbol-de-espana-nid25082023/>
- Lamas, M. (2016). *Género*. Debate.

- Messner, M. A. (2002). *Taking the field: Women, men, and sports*. University of Minnesota Press.
- Musto, M., Cooky, C., & Messner, M. A. (2017). “From fizzle to sizzle!”: Televised sports news and the production of gender-bland sexism. *Gender & Society*, 31(5), 573–596. <https://doi.org/10.1177/0891243217726056>
- Olé. (12 de julio de 2023). Lionel Messi, la nueva campaña del Mundial Femenino. https://www.ole.com.ar/futbol-femenino/lionel-messi-adidas-campana-mundial-femenino_0_YYFFvPbevd.html
- Olé. (23 de julio de 2023). Futbolistas y novias: cómo se visibilizan en el Mundial Femenino. https://www.ole.com.ar/futbol-femenino/futbolistas-novias-mundial-femenino_0_UKehZXbSIW.html#google_vignette
- Olé. (8 de agosto de 2023). Mundial femenino 2023: récord de asistencia y espectadores. http://ole.com.ar/futbol-femenino/mundial-femenino-2023-record-asistencia-estadio-espectadores_0_mtj5cDNub4.html
- Olé. (21 de agosto de 2023). Inaceptable: ola de críticas por el beso de Rubiales a Jenni Hermoso. https://www.ole.com.ar/futbol-femenino/inaceptable-ola-criticas-rubiales-beso-jenni-hermoso-mundial-femenino_0_dBPigEsrBr.html
- Rodrigo Alsina, M. (2000). *La construcción de la noticia*. Paidós.
- Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas: Crítica y perspectivas*. Paidós.

Olé Fútbol Femenino

Noticias del día · COMPLICADO DEBUT DE RIVER · EL GOLAZO DE JULIÁN EN EL TRIUNFO ANTE EL BARCELONA · COLAPINTO EN BUENOS AIRES · LIBERTADORES · SUDAMERICANA

FÚTBOL FEMENINO

Con el apoyo de **Messi**, adidas lanzó su campaña para el Mundial Femenino

Leo fue parte del último video comercial de la marca alemana para la Copa del Mundo femenina, que comenzará el 20 de julio.



12/07/2023 11:55hs. Actualizado al 12/07/2023 13:13hs.

Restan apenas ocho días para el arranque del Mundial Femenino y para otra ilusión de la Selección Argentina, que ya ultima detalles para la competición. Y en la última campaña que Adidas estrenó este miércoles para la Copa del Mundo, **apareció Lionel Messi, además de otras figuras del fútbol mundial.**

El astro argentino se puso la camiseta alternativa que utilizará el seleccionado dirigido por Germán Portanova en el Mundial, que se desarrollará del 20 de julio al 20 de agosto en Australia y Nueva Zelanda.

Además, en el video comercial de la marca que viste a los seleccionados nacionales **apareció David Beckham**, uno de los dueños de Inter Miami, el flamante nuevo club de Leo. Y también estuvieron el alemán Leon Goretzka; el exfutbolista inglés Ian Wright; y la actriz estadounidense Jenna Ortega, de la reconocida serie Merlina.

Según el comunicado de la marca, la campaña está dedicada **"a los íconos de la próxima generación"**: la inglesa Alessia Russo, la alemana Lena Oberdorf y la australiana Mary Fowler.

La camiseta alternativa del seleccionado argentino femenino está inspirada en los paisajes de nuestro país.



Messi con la camiseta de la Selección Argentina femenina. (Foto: Adidas)



Messi con la camiseta de la Selección Argentina femenina. (Foto: Adidas)

Las 23 jugadoras que representarán a la Selección Argentina en el Mundial

ARQUERAS

Vanina Correa (Rosario Central, 39 años)

Abigail Chaves (Huracán, 25 años - primer Mundial)

Lara Esponda (River Plate, 17 años - primer Mundial)

DEFENSORAS

Julieta Cruz (Boca Juniors, 27 años - primer Mundial)

Gabriela Chávez (Estudiantes BA, 34 años)

Aldana Cometti (Madrid C.F.F, 27 años)

Adriana Sachs (Santos, 29 años)

Miriam Mayorga (Boca, 33 años)

Sophia Braun (León, 23 años - primer Mundial)

Eliana Stabile (Santos, 29 años)

MEDIOCAMPISTAS

Florencia Bonsegundo (Madrid C.F.F, 29 años)

Estefanía Banini (Atlético Madrid, 33 años)

Daiana Falfán (UAI Urquiza, 22 años- primer Mundial)

Lorena Benítez (Palmeiras, 24 años)

Chiara Singarella (University of Alabama, 19 años - primer Mundial)

Dalila Ippolito (Parma, 21 años)

Camila Gómez Ares (Universidad de Concepción, 28 años - primer Mundial)

Vanesa Santana (libre, 32 años)

DELANTERAS

Yamila Rodríguez (Palmeiras, 25 años - primer Mundial)

Paulina Gramaglia (Red Bull Bragantino, 20 años - primer Mundial)

Érica Lonigro (Rosario Central, 29 años- primer Mundial)

Romina Núñez (UAI Urquiza, 29 años - primer Mundial)

Mariana Larroquette (Orlando Pride, 30 años)

MUNDIAL FEMENINO

Histórico: el Mundial Femenino 2023 ya superó el récord de asistencia en estadios y en el Fan Festival



Récord de asistencia en este Mundial Femenino 2023. (Foto: REUTERS/Carl Recinos)

La Copa del Mundo femenina, que ya se encuentra en instancia de cuartos de final, **rompió marcas** en la primera fase. ¡Mirá!



08/08/2023 12:43hs.

El Mundial Femenino de Australia-Nueva Zelanda 2023 **superó el récord de asistencia** a los estadios y al Fan Festival en toda la historia de las ediciones, según estadísticas proporcionadas por la **FIFA**. Unas 1.222.839 personas concurrieron a las canchas para presenciar los 48 partidos de la primera fase, lo que

representa un promedio de 25.476 espectadores, nunca antes alcanzado en las ocho ediciones previas. El incremento de público en relación a la Copa del Mundo de Francia 2019 se expresa en un 29%.

El crecimiento de la máxima competencia del fútbol femenino también se registró con un **caudal inédito** en la venta de tickets para los partidos. Se comercializaron unas 1.715.000 entradas, **una cantidad por encima de las estimaciones iniciales que rondaban entre 1,3 y 1,5 millones.**

El partido entre Portugal y Estados Unidos, disputado en Auckland por el Grupo E, **reunió a 42.958 personas, récord absoluto para el fútbol de Nueva Zelanda, considerado incluso también a** masculino.

En la misma sintonía, se alcanzó el medio millón de visitantes en los Fan Festival del torneo, espacios de fútbol, música y entretenimiento que la FIFA dispone para los hinchas. Además, **como dato de color,** Ashleigh Gell, una espectadora oriunda de Sydney, **fue distinguida como la visitante número 500.000 y la FIFA la condecoró con dos entradas para la final que se disputará el domingo 20 de agosto en esa ciudad.**

Es necesario recordar que los FIFA Fan Festival fueron instalados desde el Mundial masculino de Alemania 2006, pero este año se organizaron por primera vez para una cita femenina. **Son de acceso gratuito y en ellos pueden seguirse los partidos en vivo en pantallas gigantes, además de disfrutar música, entretenimiento, cultura local y gastronomía.**



El Mundial Femenino y una racha de logros. (Foto: REUTERS/Carl Recine)

El número de televidentes para el Mundial Femenino 2023

El Mundial Femenino 2023 también muestra cifras positivas en términos de audiencia. En Nueva Zelanda, **alrededor de 1,88 millones -un tercio de la población- siguió los partidos por televisión.**

China registró el mayor número de telespectadores en todo el mundo para un partido (53,9 millones) en la goleada recibida por el seleccionado de su país de parte de Inglaterra (1-6).

El juego debut de Colombia ante Corea del Sur triplicó la mayor audiencia televisiva de la anterior Copa Mundial Femenina de la FIFA (2,84 millones).

El fenómeno de consumo se replicó en las plataformas digitales de la FIFA. El tráfico en los primeros 15 días superó la totalidad del torneo de 2019, **dándole la bienvenida a 22 millones de usuarios únicos, con un promedio de 2,4 millones de usuarios que visitan los canales de la Copa Mundial Femenina.**

El presidente de la FIFA, el suizo Gianni Infantino, presenció este martes la clasificación de Colombia, único seleccionado sudamericano en carrera, y celebró haber alcanzado el millón de seguidores en Instagram.



Hinchas de Marruecos observan el partido entre Marruecos y Francia en el Mundial Femenino 2023. (Foto: EFE/EPA/Jafar Mordchi)

MUNDIAL FEMENINO

Las futbolistas que se podrían enfrentar a sus novias en la Copa del Mundo de Australia - Nueva Zelanda



Hay varias parejas entre jugadoras de diferentes selecciones. En la primera fase no jugarán entre sí.



23/07/2023 18:46hs. Actualizado al 24/07/2023 16:39hs.

En la **Copa del Mundo de Australia - Nueva Zelanda**, algunas jugadoras podrían vivir una curiosa situación; enfrentarse a sus novias. **Hay al menos cuatro parejas de futbolistas de diferentes selecciones**, según el diario Globo de Brasil. Se trata de vínculos conocidos, públicos, que fueron confirmados por las mismas protagonistas a través de sus redes. Pero por el momento no se enfrentarán... Como Australia y Estados, o Alemania e Inglaterra (por ejemplo) no aparecen en el mismo grupo, **los choques de novias recién se puede llegar a dar a partir de la segunda fase,**



Samantha Kerr y Kristie Mewis.

Samantha Kerr es la delantera y capitana de Australia. Desde hace tres años sale con Kristie Mewis, volante de Estados Unidos. Ya se enfrentaron, por ejemplo, por la medalla de bronce en los Juegos Olímpicos de Tokio.



Ellie Carpenter y Danielle van de Donk.

Ellie Carpenter, de Australia, lleva un largo tiempo en pareja con Danielle van de Donk, de Países Bajos. Son compañeras en el Olympique de Lyon y este año mostraron que se compraron una casa para vivir juntas.

Ellie Carpenter, de Australia, lleva un largo tiempo en pareja con Danielle van de Donk, de Países Bajos. Son compañeras en el Olympique de Lyon y este año mostraron que se compraron una casa para vivir juntas.



El beso entre Pernille Harder y Magdalena Erikson en el 2019.

Pernille Harder, mediocampista de Dinamarca, lleva más de diez años en pareja con Magdalena Erikson, defensora de Suecia y militan juntas en varias causas a favor de los derechos LGBTQ. En la Copa del Mundo de Francia, Erikson fue hasta la tribuna para darle un beso a Harder.



Ann-Katrin Berger con Jess Carter.

Ann-Katrin Berger, arquera de Alemania, es la novia de Jess Carter, defensora de Inglaterra. Comparten equipo en Chelsea. Se conocieron en el 2016 cuando jugaban para Birmingham.

El debut de Argentina

Se acabó la espera. **Argentina** hará su tan ansiado **debut** en el **Mundial Femenino**. Se medirá **vs. Italia** en Nueva Zelanda. La Selección de Germán Portanova se estrena unos días después de la apertura del certamen y acá te mostramos toda la información para seguir el primer encuentro: **hora, TV y posibles formaciones**.

La Selección jugará por cuarta vez un Mundial y ya lo hizo en Estados Unidos 2003, China 2007 y Francia 2019. En la última edición alcanzó por primera vez un empate y ahora buscará hacer historia en Nueva Zelanda. Argentina integrará el **Grupo G** de la Copa del Mundo junto a **Suecia, Sudáfrica e Italia** y buscarán quedarse con los tres puntos por primera vez en la cita más importante del fútbol.

¿A qué hora juegan Argentina vs. Italia?

El partido por el Grupo G entre Argentina e Italia, que se disputará en el **Eden Park de Auckland**, Nueva Zelanda, comenzará a las **03.00 de Argentina**. La hondureña **Melissa Borjas** fue designada para arbitrar el duelo. Estará acompañada de su compatriota **Shirley Perello** como asistente número 1, la mexicana **Sandra Ramírez** como línea 2 y la croata **Ivana Martinic** como cuarta árbitra.

¿Por dónde ver en vivo por TV Argentina vs. Italia?

Todos los partidos de la Selección Argentina se podrán ver en vivo por **TV Pública** y por **DSports** (610 y 1610). Además, se transmitirán online por la plataforma DGO. Podrás seguir las últimas noticias del seleccionado dirigido por Germán Portanova por **Olé, con una cobertura especial desde Nueva Zelanda**.

¿Cómo llega Argentina?

Llegó la hora de hacer historia. Argentina quiere conseguir su primera victoria en una Copa del Mundo y tiene por delante a Italia para lograrlo. Su rival es una selección que, si bien el cuerpo técnico sabe que está mejor físicamente, también sabe que la profesionalización llegó para las europeas en 2022 y no es descabellado pensar que sean contra ellas ante quienes logren este hito histórico. **Germán Portanova no está dispuesto en su identidad de juego a replegarse aplicando una estrategia más defensiva. Si Argentina defiende será porque el juego lo amerita y no porque crea que ese es el camino para encarar el encuentro.**



Así se prepara la Selección. (REUTERS/David Rowland)

"Voy a repetir lo que dije en la conferencia de Francia: **que confíen en nosotros. Vamos a tratar de dejar todo. Voy a tratar de no dejar el diente, pero sí dejar todo en la cancha, en cada pelota.** Ya me imagino cómo cada una va a entregar el corazón en la cancha. Eso es lo que le digo al que se pueda despertar a vernos: disfruten de nuestro fútbol que vamos a dejar la vida", dijo **Aldana Cometti** entre risas y emoción en la conferencia previa al partido contra Italia.

¿Cómo llega Italia?

La Copa del Mundo 2023 significará su **cuarta participación**, al igual que las argentinas. Italia, que figura en el puesto 16 del ranking mundial, intentará conseguir una mejor participación que en anteriores mundiales: **China 1991** (cuartos de final), **Estados Unidos 1999** (fase de grupos) y **Francia 2019** (cuartos de final).

La estrella de la selección de Italia es **Cristiana Girelli**, jugadora de la **Juventus**. Es la capitana del equipo y se dio el lujo de participar en el Mundial de Francia 2019. Sus números en la selección son sorprendentes: convirtió 53 goles en 103 partidos. **En 2020, fue elegida como la mejor jugadora de la Serie A.**





La preparación de Italia en Nueva Zelanda. (REUTERS/David Towland)

Milena Bertolini estará a cargo de las futbolistas en lo que será su segunda participación en una Copa del Mundo. La entrenadora italiana está a cargo del conjunto de su país desde 2017. También fue futbolista y colgó los botines en 2001.

Posible formación de Argentina

Vanina Correa, Sophia Braun, Miriam Mayorga, Aldana Cometti, Eliana Stabile, Lorena Benítez, Daiana Falfán, Romina Núñez, Estefanía Banini, Florencia Bonsegundo, Mariana Larroquette. **DT: Germán Portanova.**

Posible formación de Italia

Rachele Baldi; Elisa Bartoli, Martina Lenzini, Beatrice Merlo, Cecilia Salvi; Giulia Dragoni, Valentina Cernola, Arianna Caruso; Barbara Bonasea, Benedetta Glionna y Cristiana Girelli. **DT: Milena Bertolini.**

El fixture de la Selección Argentina en el Mundial Femenino.

El debut de la Argentina en la Copa del Mundo será el **lunes 24 de julio** frente a Italia.

- Argentina vs. Italia: 24/7 a las 03.00 (hora de Argentina). Eden Park de Auckland, Nueva Zelanda.
- Argentina vs. Sudáfrica: 27/7 a las 21.00 (hora de Argentina). Forsyth Barr Stadium at University Plaza de Dunedin, Nueva Zelanda.
- Argentina vs. Suecia: 2/8 a las 04.00 (hora de Argentina). Estadio Waikato de Hamilton, Nueva Zelanda.

MUNDIAL FEMENINO

Ola de críticas para Rubiales por el beso a Jenni Hermoso tras el Mundial femenino: piden que deje su cargo



Jenni Hermoso fue besada en el momento por Rubiales. (AFP)

El presidente de la Federación Española de Fútbol quedó bajo la lupa tras el escándalo en la premiación.



21/08/2023 08:21hs. Actualizado el 21/08/2023 08:23hs.

Las repercusiones por el repudiable momento que vivió **Jennifer Hermoso**, campeona del mundo con la selección de España, no cesan: este domingo, durante la premiación en Australia, Luis Rubiales (presidente de la Federación Española de Fútbol) **la tomó de su cara con ambas manos y le estampó un beso en la boca.**

El momento -que fue captado por las cámaras- generó una catarata de críticas hacia el dirigente, que también fue cuestionado por la propia futbolista horas después. Ahora, **la Generalitat de Catalunya pidió remover del cargo al mandatario.**

Anna Caula, secretaria general de l'Esport, remarcó en Catalunya Ràdio que el beso fue una "agresión dura". Y dejó una advertencia: "Hay que tomar conciencia de que hay cosas que no son un precio que debemos pagar. **La mirada en el fútbol aún no es igualitaria, nos queda mucho trabaja por hacer**".

Por esa misma línea siguió Miquel Iceta, ministro de Cultura y Deporte. "Me parece inaceptable... **Vivimos un momento de igualdad, de derechos y de respeto** hacia las mujeres. Todos hemos de ser especialmente cuidadosos en nuestras actitudes y nuestras acciones", comenzó diciendo.

Por esa misma línea siguió Miquel Iceta, ministro de Cultura y Deporte. "Me parece inaceptable... **Vivimos un momento de igualdad, de derechos y de respeto** hacia las mujeres. Todos hemos de ser especialmente cuidadosos en nuestras actitudes y nuestras acciones", comenzó diciendo.

Al mismo tiempo, el funcionario se refirió a las posibilidades de que Rubiales deje el cargo. "Lo primero que ha de hacer es dar explicaciones y presentar excusas. **Eso es lo lógico y lo razonable**", comenzó diciendo.

El descargo en la Radio Nacional España siguió: "Quienes tenemos responsabilidades públicas hemos de ser extremadamente cuidadosos porque estamos dando un mensaje a la sociedad y **el mensaje es: igualdad de derechos es respeto**".





Jenni Hermoso celebrando la consagración.

Bronca e indignación en España

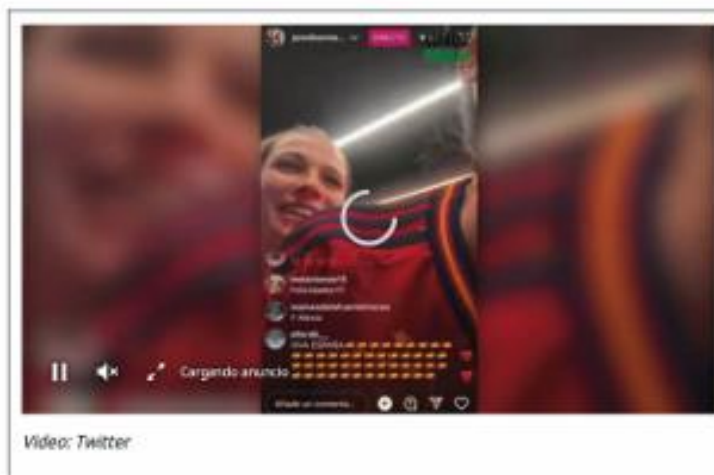
Ana Peleteiro, atleta española, publicó una fuerte y extensa reflexión en su cuenta de Instagram: "Que en 2023 una persona se vea con el derecho de besar a otra sin permiso **me deja completamente en shock** y me lleva a tener esta reflexión: queda muchísimo trabajo por delante tanto con los hombres como con las mujeres de este país".

Algo similar dijo Irene Montero, ministra de Igualdad del Gobierno de España. "No demos -insistió- por hecho que dar un beso sin consentimiento es algo que pasa. **Es una forma de violencia sexual** que sufrimos las mujeres de forma cotidiana y hasta ahora invisible, y que no podemos normalizar. Es tarea de toda la sociedad. El consentimiento en el centro. Solo sí es sí".

Hasta la escritora Lucía Etxebarria escribió un contundente descargo. "Esta chica le podría denunciar, pero no va a hacerlo porque en su momento **algunas jugadoras expresaron su descontento** con las actitudes de su entrenador de entonces (se hablaba de acoso psicológico y sospechas abusos sexuales)", fueron algunas de sus palabras.

Las palabras de Jenni Hermoso y la primera foto tras el escándalo

A través de un vivo de Instagram que hicieron las jugadoras en el vestuario, Jenni rompió el silencio y manifestó su malestar con la situación vivida. " **No me ha gustado nada, eh**", sentenció ante la pregunta de un seguidor al respecto. Aunque lo dijo mientras se reía y muchos debatían en las redes si hubo o no consentimiento en la acción.



Más tarde, y luego del revuelo que se armó con este tema, la Federación le facilitó a la agencia de noticias EFE unas declaraciones de la propia Jenni bajándole el tono a la polémica. ^

"Ha sido un gesto mutuo totalmente espontáneo por la alegría inmensa que da ganar un Mundial. El presi y yo tenemos una gran relación, su comportamiento con todas nosotras ha sido de diez y fue un gesto natural de cariño y agradecimiento. No se puede dar más vueltas a un gesto de amistad y gratitud, hemos ganado un Mundial y no vamos a desviarnos de lo importante", aseguró la campeona.



La primera foto de la campeona tras el estandole y la consagración. (Instagram)

El descargo de Luis Rubiales

Consultado al respecto por Radio Marca, el presidente de la Federación minimizó la polémica: **"¿El beso con Jenni? Idiotas hay en todas partes. Cuando dos personas tienen una muestra de cariño sin importancia no hay que hacer caso a idioteces. Somos campeones y con eso me quedo".**

El tema prosiguió cuando Rubiales bajó al vestuario ganador y allí hizo un anuncio: **"Por ser campeonas, todas tendrán un viaje de vacaciones a Ibiza. Y queremos comunicarles que Jenni y yo que nos vamos a casar"**. Lo dijo entre risas, tomando el hombro de la delantera, mientras todo el plantel festejaba por el premio.



España logra su primer Mundial Femenino. (AP)

Más tarde, en Cadena Cope, Rubiales insistió: **"Fue un pico de dos amigos celebrando algo. No les hagamos caso a los idiotas y a los estúpidos"**.

Como si fuera poco con dicha reprochable actitud, en el palco de honor tuvo un comportamiento bastante vergonzoso. Al lado de la reina Leticia y de la infanta Sofía, y cerca del presidente de la FIFA Gianni Infantino, Rubiales festejó de manera desaforada en el momento del pitazo final y **dentro de esa efusividad se agarró los testículos.**

LA NACION · Deportes · Canchallena

canchallena

Mundial de Fútbol Femenino 2023: cuándo debuta la Argentina en la Copa del Mundo

El primer partido del equipo dirigido por Germán Portanova en el certamen es ante Italia, uno de los seleccionados europeos que más creció en los últimos años

19 de julio de 2023 · 10:54 · 4 minutos de lectura

Seguir en G



Mariana Larroquette y Yamila Rodríguez festejan el triunfo ante Perú, en el último amistoso de la selección antes del Mundial

Natalia Pizarro - AP



La selección argentina de fútbol femenino inicia este lunes 24 de julio su participación en la Copa del Mundo, que se disputará en Australia y Nueva Zelanda entre el 20 de julio y el 20 de agosto próximos. El ansiado debut albiceleste será ante Italia, otro de los cuatro integrantes de la zona G, en el Eden Park de Auckland, Nueva Zelanda, país en el que el seleccionado nacional afrontará sus tres partidos correspondientes a la etapa de grupos, instancia en la que también se enfrentará a Suecia y Sudáfrica.

El equipo dirigido por Germán Portanova se clasificó al certamen ecuménico tras finalizar en el tercer puesto de la última Copa América, que se llevó a cabo en Colombia en julio de 2022. Tras perder en semifinales ante el anfitrión, el partido por el tercer y cuarto puesto de aquel torneo pasó a tener una importancia absoluta, ya que estaba en juego el último cupo a la Copa del Mundo. Y el triunfo por 3 a 1 ante Paraguay con dos goles de Yamila Rodríguez y uno de Florencia Bonsegundo (Romina Núñez, en contra, convirtió el tanto guaraní), le otorgó a la selección un pasaje directo a Oceanía.

La Argentina acumula tres participaciones en Mundiales y todas fueron con Carlos Borrello como entrenador: 2003, 2007 y 2019. En el historial, acumula nueve partidos disputados con siete caídas y dos empates, ambos en Francia 2019 (0 a 0 con Japón y 3 a 3 con Escocia). En total recibió 37 goles y anotó solo cinco, tres de ellos en Francia 2019, uno en China 2007 y el restante en Estados Unidos 2003. **Esta edición será la primera del combinado albiceleste con un DT diferente: Germán Portanova,** quien asumió luego de una polémica salida de Borrello en 2021, con conflictos con referentes del plantel como Estefanía Banini y Ruth Bravo incluidos.

Todo lo que hay que saber del debut de la selección argentina

- **Fecha 1 del grupo G del Mundial de fútbol femenino de Australia - Nueva Zelanda 2023.**
- **Día:** lunes 24 de julio.
- **Rival:** Italia.
- **Hora:** 3 (hora argentina).
- **Estadio:** Eden Park de Auckland, Nueva Zelanda.
- **TV:** DSports y TV Pública.
- **Streaming:** DGO y Contar.

Fixture del grupo G del Mundial de fútbol femenino 2023

Fecha 1

- Suecia vs. Sudáfrica - Domingo 23 de julio a las 2 - Sky Stadium de Wellington, Nueva Zelanda.
- Italia vs. Argentina - Lunes 24 de julio a las 3 - Eden Park de Auckland, Nueva Zelanda.

Fecha 2

- Argentina vs. Sudáfrica - Jueves 27 de julio a las 21 - Forsyth Barr Stadium at University Plaza de Dunedin, Nueva Zelanda.
- Suecia vs. Italia - Sábado 29 de julio a las 4.30 - Sky Stadium de Wellington, Nueva Zelanda.

Fecha 3

- Argentina vs. Suecia - Miércoles 2 de agosto a las 4 - Estadio Waikato de Hamilton, Nueva Zelanda.
- Sudáfrica vs. Italia - Miércoles 2 de agosto a las 4 - Sky Stadium de Wellington, Nueva Zelanda.

Aunque a priori pareciera una misión compleja, la albiceleste sueña con avanzar de ronda por primera vez en la historia. En caso de conseguirlo, la posición que obtenga en la primera etapa definirá en qué parte del cuadro se ubica y su hipotético camino en la instancia de eliminación directa o, en contrapartida, si queda eliminada prematuramente. Si es primera o segunda en su zona, se meterá entre los 16 mejores del certamen. De acuerdo a la ubicación que obtenga se modificará su presentación en la primera instancia de eliminación directa y en las siguientes.

LA NACION · Deportes

Mundial de fútbol femenino 2023: la selección argentina perdió 1-0 ante Italia en su debut

El seleccionado nacional jugó ante el combinado italiano en su primer partido del Grupo G de la Copa del Mundo celebrada en Australia y Nueva Zelanda en el estadio Eden Park de la ciudad de Auckland

24 de julio de 2023 · 05:06 · 3 minutos de lectura

LA NACION

Seguir en G



Mundial de fútbol femenino 2023: la selección argentina perdió 1-0 ante Italia en su debut



El seleccionado argentino femenino hizo su presentación en el Mundial de Australia y Nueva Zelanda 2023 y perdió este lunes ante Italia, en la ciudad neozelandesa de Auckland. Argentina e Italia se enfrentaron por el Grupo G, que también tiene a Suecia y Sudáfrica, en el estadio Eden Park desde las 3.00 (18.00 hora local), con arbitraje de la hondureña Melissa Borjas y transmisión de la TV Pública y DSports.

El conjunto europeo logró la victoria a los 42 minutos del segundo tiempo con un cabezazo de Cristiana Girelli, quien le ganó en el salto a Eliana Stábile y envió la pelota por encima de la arquera Vanina Correa.

Con este resultado, Italia y Suecia quedaron al frente de la zona con 3 puntos y buscarán despegarse en el primer puesto cuando se enfrente el sábado próximo a las 4:30 en Wellington.

En su **cuarta participación en los mundiales**, después de las ediciones 2003, 2007 y 2019, el seleccionado femenino -actual número **28º** del ranking FIFA- buscará hacer historia.

Italia, **16º** del mundo y primer rival, llega como segundo favorito en el Grupo detrás de las suecas, **número 3 del ranking FIFA** y terceras en el último Mundial de Francia 2019.

El partido de hoy se disputó en el Eden Park de Auckland, donde el equipo argentino tuvo claras opciones para anotar.

La formación inicial de la "Albiceleste" estuvo integrada por Vanina Correa; Sophia Braun, Miriam Mayorga, Aldana Cometti y Eliana Stábile; Dalana Falfán y Lorena Benítez; Estefanía Banini, Florencia Bonsegundo y Romina Núñez; Mariana Larroquette.

En el segundo tiempo, el DT Germán Portanova dispuso los ingresos de Yamila Rodríguez, Paulina Gramaglia y Dalila Ippolito por Núñez, Larroquette y Falfán, respectivamente.

Argentina volverá a jugar el próximo jueves desde las 21:00 ante Sudáfrica en Dunedin, Nueva Zelanda, en busca de una victoria que mantenga sus chances de avanzar a la ronda final.

Formación inicial de Argentina e Italia

El DT Germán **Portanova** dispuso la siguiente formación inicial:

- Vanina **Correa**
- Sophia **Braun**
- Miriam **Mayorga**
- Aldana **Cometti**
- Eliana **Stábile**
- Dalana **Falfán**
- Lorena **Benítez**
- Estefanía **Banini**
- Florencia **Bonsegundo**
- Romina **Núñez**
- Mariana **Larroquette**

Italia, dirigida por Milena **Bertolini**, se alinea con:

- Francesca **Durant**
- Lucia Di **Guglielmo**

- Elena Linari
- Cecilia Salvai
- Lisa Boattin
- Manuel Giugliano
- Giulia Dragoni
- Bárbara Bonansea
- Arianna Caruso
- Chiara Beccari
- Valentina Giacinti

El partido fue arbitrado por la hondureña **Melissa Borjas**, asistida por su compatriota **Shirley Perello** y la mexicana **Sandra Ramírez**.

Quién es la jugadora mejor paga del mundo y cuánta diferencia hay aún entre el fútbol masculino y el femenino

Si bien el fútbol femenino logró importantes progresos en los últimos años, sigue habiendo una diferencia abismal entre mujeres y hombres

31 de julio de 2023 · 15:01 · 7 minutos de lectura

BBC Mundo

Seguir en 



Sam Kerr es la jugadora de fútbol mejor paga del mundo, pero su salario anual equivale a la cuarta parte de lo que gana Kylian Mbappé en el PSG en una semana



Es posible que cuando sale a caminar por las calles de Londres, ciudad donde vive, no haya una sola persona que la reconozca y pueda pasar completamente desapercibida. **No se trata de la jugadora más popular en el mundo del fútbol**, en base al número de seguidores en redes sociales, ni la mejor, según premios como el Balón de Oro y The BEST. En cambio, lo que sí puede decir la australiana **Sam Kerr** es que se trata en este momento de **la futbolista mejor pagada del mundo**.

Por lo menos tomando en cuenta el salario que recibe del **Chelsea**, su club, con el que está **dominando el fútbol inglés en los últimos años**. Sin embargo, lo que percibe anualmente Kerr, **US\$513.000** según coinciden varios medios deportivos especializados, solo equivaldría a **una cuarta parte de lo que gana Kylian Mbappé** en el PSG... a la semana.

Una muestra de que, si bien el fútbol femenino ha logrado importantes progresos en los últimos años, sigue habiendo **una diferencia abismal entre mujeres y hombres** en el mundo del balón.



Las jugadoras mejor pagas del mundo y la diferencia con el fútbol masculino
BBC

Esta desigualdad se acentúa al tomar en cuenta los ingresos que reciben unos y otros en patrocinios, asociaciones con marcas y negocios personales. Mientras que las ganancias de Kerr apenas superarían los US\$2 millones al año por **contratos** con Nike y EA Sports, las de Mbappé se elevarían a US\$128 millones, según publicó este año la revista *Forbes*.

Más arriba incluso aparecerían Lionel Messi y Cristiano Ronaldo, los dos grandes protagonistas del fútbol en el siglo XXI y que pese a estar en el ocaso de sus carreras han logrado **contratos multimillonarios** por ir a jugar en ligas menos competitivas como las de **Estados Unidos y Arabia Saudita**, respectivamente. En el caso de Ronaldo, por ejemplo, se afirma que recibe **anualmente más de US\$200 millones**.

EL FIXTURE COMPLETO DEL MUNDIAL DE FÚTBOL FEMENINO 2023 >

Rompiendo moldes

La lucha para que haya una **igualdad de salarios entre hombres y mujeres en el fútbol** ha avanzado en los últimos años, impulsada por lo ocurrido en **Estados Unidos**, donde la selección femenina ha sido históricamente mucho más exitosa que la masculina.

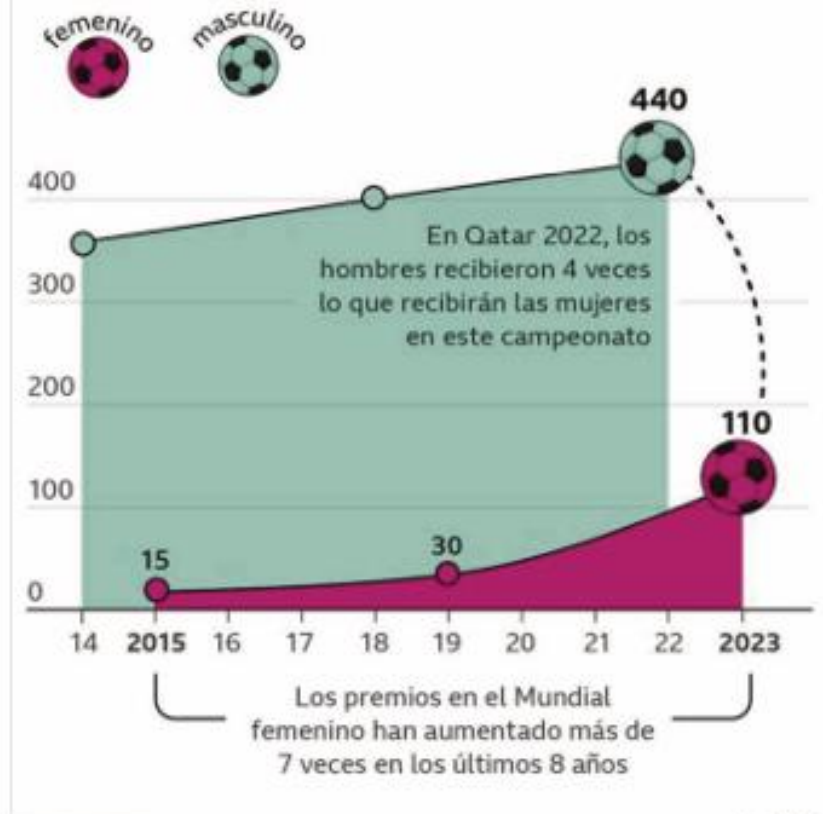
Antes de ganar su cuarto mundial en 2019, **un grupo de 28 jugadoras de la selección presentaron una demanda contra la US Soccer** (la federación de fútbol estadounidense) por una “**discriminación de género institucionalizada**”.

Pasaron años de litigio judicial hasta que en febrero de 2022 **se firmó un histórico acuerdo laboral** que garantiza el **mismo pago para los integrantes de las selecciones masculina y femenina**. Aunque los premios en torneos masculinos son mucho mayores, como veremos más adelante, todo lo que generan los hombres y mujeres se junta en un pote y este **se distribuye en partes iguales** entre todos los jugadores.

De ahí que las 23 jugadoras que están representando a Estados Unidos en el mundial de Australia y Nueva Zelanda tendrían garantizado, así queden eliminadas en primera ronda, un premio mayor que el que recibirán las futbolistas que queden campeonas el próximo 20 de agosto.

Qué diferencia hay entre los premios del Mundial masculino y el Mundial femenino

Los premios están representados en millones de US\$



Fuente: FIFA

BBC

La diferencia que hay entre los premios del mundial femenino y el mundial masculino
BBC

Eso pese a tomar en cuenta el considerable aumento que dispuso la FIFA para este torneo, en el que **se repartirán US\$110 millones en premios** en comparación con los US\$30 millones que hubo hace cuatro años en el mundial de Francia.

Un incremento importante, sí, pero **todavía muy inferior a los US\$440 millones que se entregaron en el Mundial de Qatar** el año pasado. La FIFA asegura que se trata de un proceso y que va en camino de resolver estas diferencias.

MUNDIAL FEMENINO: LAS DOS GLORIAS DE LA SELECCIÓN QUE PODRÍAN DISPUTAR SU ÚLTIMO PARTIDO EN LA COPA DEL MUNDO ANTE SUECIA

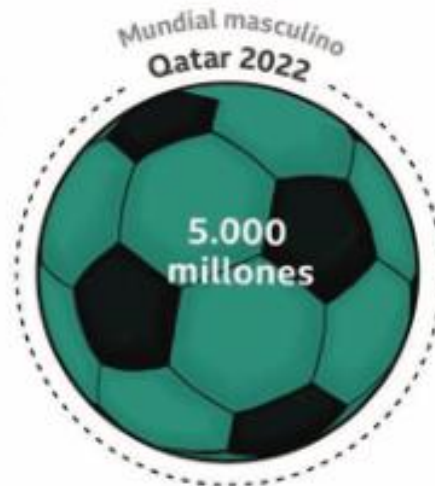
Enorme potencial

La FIFA ve con muy buenos ojos el potencial de crecimiento que tiene el **fútbol femenino**, lo que se traduciría en una muy buena fuente de ingresos para sus arcas. "Ya en Francia en 2019 se vio que el fútbol femenino ofrecía una gran **oportunidad**", reconoció la semana pasada **Romy Gai**, director comercial del organismo rector del fútbol.

"Por eso tomamos la decisión de vender los derechos (de transmisión) por separado. La decisión ha quedado totalmente justificada", agregó Gai haciendo referencia a que el torneo está siendo retransmitido en más de 200 territorios en todo el mundo.

Cuánta audiencia tuvo cada Mundial de Fútbol

LA FIFA considera audiencia el número de personas que interactúan de alguna forma con estos campeonatos



Fuente: FIFA

BBC

Cuánta audiencia tuvo cada mundial de fútbol según la FIFA
BBC

Por si eso fuera poco, ya se batió el **récord en el número de entradas vendidas** para el mundial, y la FIFA calcula que unos **2000 millones** de personas interactuarán de alguna manera con el torneo, el doble de hace cuatro años.

Sin embargo, **la sensación es que todavía falta un largo camino por recorrer.** El caso de Estados Unidos es la excepción más que la regla y son muy pocos los países que están yendo en una dirección similar.

Solo dos días antes de la inauguración del mundial las integrantes de la selección australiana emitieron un comunicado criticando la disparidad de premios entre los mundiales de hombres y de mujeres y **el hecho de que la mayoría de países no cuente con una organización que represente al colectivo de jugadoras** para presionar por mejores condiciones laborales.



Megan Rapinoe y Alex Morgan estuvieron al frente de la lucha por la igualdad de salarios y condiciones en el fútbol de Estados Unidos
GETTY IMAGES

"Todos queremos que nuestras jugadoras sean cien por ciento profesionales y ese debe ser el legado de esta Copa del Mundo", dijo **Nick García**, comisionado de la liga australiana de fútbol femenino. "Si queremos ver un cambio generacional, este es el momento en el que todos los implicados, desde los socios comerciales hasta los gobiernos, deben comprometerse para el crecimiento de este deporte", pidió.

El director de la federación de ese país, **James Johnson**, reconoció que con respecto al aumento de premios por parte de la FIFA "no llega hasta lo que tenemos aquí en Australia, pero es una mejora y **hay más espacio para seguir mejorando**".

Partiendo desde la base

Para la historiadora **Brenda Elsey**, de la Universidad de Hofstra, en Nueva York, y autora del libro *Futbolera: una historia de la mujer y el deporte en América Latina*, la barrera más grande no es la FIFA sino **las federaciones nacionales**. “**Son las que deciden a nivel de cada país qué se hace** y son las que deciden colectivamente con otros países las reglas que se implementan en la FIFA”, explicó Elsey en entrevista con BBC Mundo.

Pese a la promesa de la FIFA de recompensar a cada una de las 736 futbolistas presentes en el mundial, algunas jugadoras recibieron la noticia con **cierto escepticismo de que el dinero realmente les vaya a llegar a ellas**. El organismo ya informó que **los pagos se harán a través de las federaciones nacionales** y que supervisará que se cumpla con lo prometido, pero no pudo confirmar ni cuándo ni cómo se hará ese proceso.



Cada vez se ven más mujeres y niñas jugando fútbol, pero no siempre cuentan con el apoyo necesario para hacerlo de una manera formal
GETTY IMAGES

Elsey cree que el desafío que afronta el fútbol femenino es lograr **establecer una base sólida de condiciones** desde donde pueda construir su futuro, que podría ser el de una industria de “miles de millones de dólares”, según un reciente estudio publicado en Inglaterra.

Un ejemplo fueron las dificultades que tuvimos para encontrar información sobre lo que ganan las jugadoras mejor pagadas del mundo, a diferencia de la extensa documentación que existe sobre los salarios de sus pares masculinos. “Es difícil porque **para la mayoría el tipo de remuneración no clasifica como salario**. Son honorarios, son cosas informales”, nos contó la historiadora.

“Ese es el mayor **reto laboral**. Porque más allá de pagar más, hasta a las que se les paga más se hace de manera informal, por lo que es difícil **luchar por equidad de condiciones** si legalmente ni siquiera es un empleo como tal”, concluyó.

El beso de Luis Rubiales a Jenni Hermoso: la cronología del escándalo que sacudió al fútbol de España tras salir campeón del Mundial femenino

El presidente de la RFEF se rehusó a dejar su cargo o retractarse por el gesto, lo que provocó la renuncia de 81 jugadoras a la selección, incluyendo todo el plantel que se consagró campeón del mundo hace menos de una semana

25 de agosto de 2023 · 20:46 · 5 minutos de lectura

Santiago Bauzá

PARA LA NACION

Seguir en 



El momento previo a que se desate el escándalo: sonrisas entre Jenni Hermoso y Luis Rubiales, justo antes de que el presidente de la RFEF bese a la número 11 sin su consentimiento

FRANCK FIFE - AFP



En apenas seis días, **España** pasó de uno de sus momentos más gloriosos en el fútbol a un bochorno mundial y un futuro más incierto que nunca. En cuestión de días desde que la selección ibérica se consagró **campeona del Mundial femenino en Australia y Nueva Zelanda**, el presidente de la **Real Federación Española de Fútbol (RFEF)**, **Luis Rubiales**, se convirtió en el foco de la polémica tras el beso que le dio a la jugadora **Jenni Hermoso** sin su consentimiento, se rehusó a dejar su cargo, desestimó el incidente y provocó que 81 futbolistas, incluyendo las 23 que conformaron el plantel mundialista, renunciaran al equipo hasta que haya cambios en la dirigencia. En el medio hubo un sinfín de dichos y contradichos, pedidos de perdón que no fueron tales y un escándalo que no parece tener solución a la vista.



El origen de la controversia se gestó en el mismo momento de gloria de las futbolistas, mientras iban a buscar sus medallas por **vencer a Inglaterra por 1-0** en la definición en Sydney. Rubiales, que anteriormente había sido captado por las cámaras televisivas tomándose la iniección para festejar el campeonato, mantuvo su efusividad sobre la tarima, y cuando pasó Hermoso la recibió con un fuerte abrazo y un “pico” mientras agarraba su cabeza con ambas manos. Horas después, la volante se expresó en una transmisión de Instagram desde el vestuario de las campeonas. **Tanto sus compañeras como el chat de su cuenta le consultaron por el incidente**, que en aquel momento ya había comenzado a trascender en las redes sociales, y posteriormente vio el video de la acción de nuevo. Su respuesta ya daba a entender que no estuvo de acuerdo con el gesto, pero que no tuvo demasiado margen de maniobra para evitarlo: **“No me ha gustado, ¿pero qué hago yo?”**.



Rubiales entró rápidamente al vestidor para dar a entender que la relación entre ambos seguía siendo amable, y la RFEF envió un comunicado firmado por Hermoso ratificando que no pasaría a mayores: **“No se puede dar más vueltas a un gesto de amistad y gratitud. Hemos ganado un Mundial y no vamos a desviarnos de lo importante”**. Sin embargo, cuando la imagen comenzó a dar la vuelta al mundo se comenzó a gestar el repudio generalizado por el gesto, algo que se acrecentó por un pedido de disculpas públicas del mandamás al día siguiente, apuntado “a los que se sienten ofendidos” y porque “no quedó otra”. Su opositor más acérrimo resultó ser el mismísimo presidente del Gobierno español, **Pedro Sánchez**. **“Lo que vimos fue un gesto inaceptable. Las disculpas no han sido suficientes. No son adecuadas. Tiene que seguir dando pasos el señor Rubiales”**, apuntó cuando **recibió a las jugadoras en la Moncloa**.

El verdadero escándalo no se desataría hasta el martes 22, a partir de que el medio digital *Relevo* revelara que **aquellas declaraciones atribuidas a la jugadora que publicó la RFEF no eran de ella**, y que tanto Rubiales como el entrenador **Jorge Vilda** presionaron sin éxito para que Hermoso apareciera en video junto al presidente

para apaciguar la tensión. A partir de ahí, la presión social escaló de manera masiva, y el poder político español comenzó a trabajar en la destitución del exfutbolista. Por su parte, Hermoso se limitó a comunicar el miércoles que exigiría acciones legales para esclarecer lo ocurrido: “Mi sindicato Futpro, en coordinación con mi agencia TMJ, se están encargando de defender mis intereses y ser los interlocutores sobre este asunto”.



Ante el repudio generalizado, el jueves trascendió la información de que Rubiales finalmente llamaría a una asamblea extraordinaria al día siguiente para dar un paso al costado. Pero una vez allí, fue en la dirección contraria: “Me he equivocado y no era el momento de hacer ese gesto. ¿Es tan grave como para que yo me vaya, habiendo hecho la mejor gestión de la historia del fútbol español? ¿Ustedes creen que tengo que dimitir? Les voy a decir algo: ¡No voy a dimitir!”, bramó, y lo repitió otras tres veces con vehemencia. En la misma asamblea insistió con que el beso fue “espontáneo, mutuo y consentido”, y lo comparó con un gesto hacia su hija.



Estefanía Banini
 @EstefaniaBanini30 · Seguir

Un momento que debería ser lindo se convirtió en esto! Seguimos viendo machismo y abuso de poder en el fútbol femenino. Es muy triste, pero contamos con el apoyo de mucha gente! Estamos con vos @Jennihermoso



Jenni Hermoso
 @Jennihermoso

Comunicado Oficial. Agosto 25, 2023.

Este comunicado es una respuesta a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español, y a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español. Este comunicado es una respuesta a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español, y a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español.

Este comunicado es una respuesta a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español, y a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español. Este comunicado es una respuesta a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español, y a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español.

Este comunicado es una respuesta a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español, y a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español. Este comunicado es una respuesta a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español, y a las acciones de violencia machista que se han producido en el fútbol femenino español.



Aquella demostración fue demasiado para el fútbol femenino español. En el marco de permanentes críticas de hombres y mujeres en el deporte, incluyendo a la argentina **Estefanía Banini** (hoy en Atlético de Madrid), **81 jugadoras anunciaron que no volverían a vestir la camiseta española** y Hermoso ratificó que el gesto no fue consensuado, recibió presiones a su familia y amigos y que se sintió **"vulnerable y víctima de una agresión"**.

Por su parte, el gobierno de España confirmó que irá al TAS para buscar remover a Rubiales por la vía legal agresión sexual. **La FIFA también le abrió un expediente disciplinario**. A menos de una semana de lo que creía como un logro de gestión, Rubiales quedó acorralado y eligió redoblar una apuesta que le podría costar muy caro. Y que los protagonistas esperan que genere cambios permanentes en el deporte.

Por **Santiago Bauzá**

Fútbol femenino · Lus Rubiales · Selección de España