

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación
y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Tesina de grado

Periodismo deportivo y género
Caso diario Olé

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Autora: Caren Andreoli

Directora de la Carrera de Periodismo: Ana Laura García Luna

Tutor designado de la tesina: Norberto Beladrich

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 14 de agosto de 2017

RESUMEN

El siguiente trabajo académico presenta el rol de la mujer en el periodismo deportivo, haciendo hincapié en el diario Olé. La hipótesis radicó en el hecho de que la mujer periodista tiene que tener una mayor preparación que sus colegas varones para ingresar a Olé, y en el caso de lograr obtener el puesto, son relegadas a secciones menos populares que el fútbol, como así también no pueden alcanzar posiciones jerárquicas dentro del medio. La pregunta guía de la investigación consistió en determinar cuáles son las modalidades de capacitación, inserción y crecimiento laboral en el periodismo deportivo y la relación que establecen con el género femenino, la educación profesional y los estereotipos de la sociedad argentina.

La tesina se apoyó en la corriente existencialista atea y desarrolló las nociones de mujer de Simone de Beauvoir, sexo y género de Joana Ortega Raya, estereotipo de Blanca González Gabaldón, brecha salarial de Estrella Díaz Andrade y techo de cristal de Mabel Burin. Asimismo, se contrastaron los conceptos de mujer, género y sexo de las autoras anteriormente mencionadas con la perspectiva católica de Siro De Martini y Nicolás Lafferrière.

El objeto de estudio de este trabajo son las periodistas. En efecto, el análisis fue cualitativo y consistió de entrevistas en profundidad a Claudia Villapun, Gabriela Previtera y Diana Baccaro, quienes aportaron desde su labor un enfoque de cómo se desempeña el género femenino en un medio de comunicación masivo. Además, se cubrió la conferencia “Mujeres y periodismo: has recorrido un largo camino, muchacha”, dictada por las periodistas Silvia Fesquet, Norma Morandini y Carolina Haldemann. Del mismo modo, se entrevistó a Iván Acevedo y Miguel Wiñazki, quienes dieron una visión masculina respecto al actual rol de la mujer. El análisis se completó con cuatro búsquedas realizadas en Google que mostraron la imagen que presenta Olé en internet.

Las conclusiones de la investigación encontraron que la premisa de la hipótesis que consistía en una mayor preparación de la mujer para ingresar a Olé fue refutada. El postulado que sostiene que la mujer es relegada a secciones menos populares que el fútbol también fue refutado según la experiencia personal de Claudia Villapun en Olé y corroborado en cuestiones numéricas con respecto al porcentaje de mujeres trabajando en la sección fútbol. La tercera premisa fue validada debido a que todos los entrevistados consideraron que aún hoy hay un número mínimo de participación femenina en puestos jerárquicos en los medios periodísticos. Finalmente, esta tesina halló resultados que se desglosaron de la hipótesis central vinculados al tipo de liderazgo, la brecha salarial, una

imagen estereotipada de la mujer y una visión positiva del actual rol del género femenino dentro del periodismo.

Palabras claves: mujer, periodismo deportivo, Olé.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

PRÓLOGO

Resulta complejo extender gratitudes a todas las personas que de alguna manera estuvieron vinculadas a mis siete años de estudio. Primero, en el periodismo deportivo y luego en la licenciatura en la Universidad del Salvador. Al ser periodista deportiva me vi en la obligación de encontrar algún tema que relacionara la comunicación con el mundo deportivo. Allí me topé con un problema: el género femenino. Como mujer que pretendió incursionar en el área y no lo logró por las limitaciones impuestas dentro de las instituciones terciarias, percibí que ese podría ser un obstáculo. Hoy, habiendo terminado la tesina, felizmente puedo afirmar que en general no sucede, que yo solo era un caso.

Sin embargo, es sumamente necesario que sigamos analizando el rol de la mujer como también reconocer el lugar al que llegó. Sigue faltando la igualdad de género en la redacción de Olé. Espero que a través del tiempo esto se revierta y que la mujer pueda lograr alcanzar puestos jerárquicos sin una obligación de cupo. Que llegue porque se lo merece, no porque se lo den.

Agradezco a mis padres que me apoyaron desde el primer día en este camino profesional. De igual modo, al resto de mi familia y amigos, que me animaron en los momentos difíciles de esta carrera. Finalmente, a la Universidad del Salvador por darme la oportunidad de cursar mis estudios y a Norberto Beladrich por acompañarme y guiarme en la realización de esta tesina.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ÍNDICE TEMÁTICO

CAPÍTULO I: EL PERIODISMO DEPORTIVO EN ARGENTINA

1.1 Introducción.....	7
1.1.1 El periodismo deportivo gráfico en Argentina.....	7
1.1.2 Diario Olé, el primer gran diario deportivo.....	9
1.1.3 Mujeres en el Periodismo Deportivo.....	11

CAPÍTULO II: PASOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Problema.....	15
2.2 Hipótesis.....	15
2.3 Objetivos.....	16
2.4 Metodología.....	16
2.4.1 Método cualitativo.....	16

CAPÍTULO III: LA MUJER COMO CUESTIÓN DE GÉNERO

3.1 Antecedentes.....	18
3.1.1 Labor periodística femenina y problemáticas de género ¿Cuáles son las perspectivas laborales que enfrentan las mujeres periodistas argentinas en las empresas mediáticas actuales? (Busto).....	18
3.1.2 Techo de cristal en las empresas periodísticas: percepción de las habilidades y capacidades de la mujer en las tareas de dirección (Caro González, García Gordillo, Jiménez Marín y Rodríguez Rad).....	22
3.1.3 El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco, México (Covarrubias).	25
3.1.4 La representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión (Calvo Ortega).	27
3.1.5 La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español (Meso Ayerdi, Peña Fernández y Rivero Santamarina).....	30
3.2 Conclusiones sobre el estado del arte.....	32

CAPÍTULO IV HISTORIA Y DESARROLLO DE LOS CONCEPTOS: SEXO, GÉNERO, MUJER, BRECHA SALARIAL Y TECHO DE CRISTAL

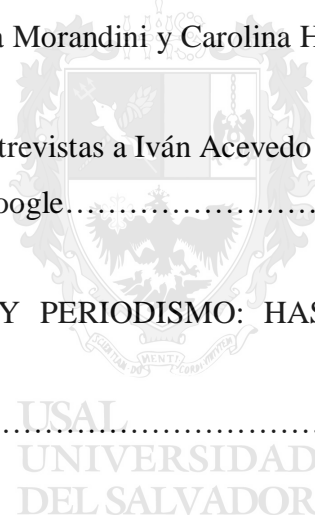
4.1 Marco teórico.....	33
4.1.1 Introducción al existencialismo ateo.....	33
4.1.2 Concepto de sexo y género por Joana Ortega Raya.....	34
4.1.3 Concepto de mujer por Simone de Beauvoir.....	37
4.1.4 Concepto de estereotipo por Blanca González Gabaldón.....	39
4.1.5 Concepto de brecha salarial por Estrella Díaz Andrade.....	41
4.1.6 Concepto de techo de cristal por Mabel Burin.....	44
4.1.7 Sexo, género y mujer por la perspectiva católica.....	48
4.2 Conclusiones del marco teórico.....	51

CAPÍTULO V: TESTIMONIOS PERIODÍSTICOS E IMAGEN DE OLÉ

5.1 Análisis de la investigación.....	53
5.1.1 El testimonio de periodistas mujeres: Gabriela Previtiera, Claudia Villapun, Diana Baccaro, Silvia Fesquet, Norma Morandini y Carolina Haldemann.....	53
5.2 La visión de los varones: entrevistas a Iván Acevedo y Miguel Wiñazki.	67
5.3 Análisis de búsquedas de Google.....	76

CAPÍTULO VI: MUJERES Y PERIODISMO: HAS RECORRIDO UN LARGO CAMINO, MUCHACHA

Conclusiones.....	81
Referencias bibliográficas.....	85
Apéndices.....	88



CAPÍTULO I

EL PERIODISMO DEPORTIVO EN ARGENTINA

Introducción

El periodismo deportivo gráfico en Argentina

El deporte ingresa en la Argentina como una práctica de la mano del pato en la época colonial. “No era casualidad, en un escenario donde el caballo era propiedad de las clases populares rurales y a la vez un símbolo de orgullo en la tradición gauchesca”, explican los profesores universitarios Andrés López y Mariano Hernán López. En 1887, el polo sería el primer deporte británico que llegaría al país; sin embargo, las clases populares rechazaron su estilo elitista.

En la década de 1920, el fútbol comienza a desarrollarse como espectáculo deportivo en una Argentina que se lograba establecer como Estado Nación. Los diarios, las revistas y las transmisiones de radio fueron los primeros en conseguir anexar fanáticos de todo el país a los clubes más importantes ubicados en Capital Federal y Avellaneda (River, Boca, Independiente y Racing). Así, se transformaría en la disciplina más vista y practicada. No obstante, otros deportes también lograron tener una gran consolidación en el país, como fueron los casos del automovilismo, el rugby, el básquet, el boxeo, el tenis y el golf.

En 1876 nace la primera revista deportiva: “La Fuerza”, creada por los socios del club Gimnasia y Esgrima de Buenos Aires (GEBA) que se dedicó a deportes como esgrima, tiro y natación. Ese mismo año, Alejandro Watson Hutton, considerado el padre del fútbol en la Argentina, fundó el Buenos Aires High School y planeó la liga nacional conocida como la Argentine Association Football League. En 1893 organizó el primer torneo de equipos integrado por seis clubes.

A causa de esta masificación, diferentes diarios generalistas comenzaron a incorporar la sección deportiva dentro de sus redacciones. La sección solía estar expresada en inglés, bajo el rótulo de *Sports*. En 1903, el diario La Nación envió un periodista a cubrir un partido de fútbol fuera del país; y diez años después La Razón lanzó una sección dedicada al automovilismo, reconocida como la primera de la historia del periodismo sudamericano.

Asimismo, el diario Crítica, fundado por Natalio Botana, fue uno de los primeros en entender que el deporte era fundamental en la vida de sus lectores. Crítica fue el que bautizó a San Lorenzo como los “cuervos”, a Racing como “la academia” y a River como los “millonarios”, apodos que perduran hasta la actualidad como tales. El periódico Crónica, de Héctor Ricardo García, tuvo la misma dedicación a la sección deportiva. Es más, García creó el primer diario deportivo en 1965; y lo llamó Última Hora, pero tuvo poco éxito.

En 1919 llegaría la primera revista especializada en deportes, El Gráfico, de Constancio Vigil, la cual en sus comienzos fue diseñada para el interés general, pero tras varios cambios, se consolidó como una publicación deportiva. Según López y López, El Gráfico llegó a ser “la biblia del deporte”, ya que entre 1940 y 1950 logró tener una tirada de 200 000 ejemplares por semana. En la publicación se trataba principalmente el fútbol y luego el automovilismo, polo, natación y boxeo; deportes en que competidores argentinos se destacaban en el mundo. Pero no sólo cubría deportes sino que también, según los autores mencionados:

[Hacia] énfasis en la importancia de la educación física para conservar la salud, nociones de higiene, recomendaciones sobre la mejor dieta a seguir y cómo evitar enfermedades, la pertinencia de cultivar y desarrollar hobbies (...) el énfasis de la participación de la mujer en el deporte y, sobre todo, el acento persistente en el aspecto moral y educativo del deporte. (López & López, 2013: 4)

Algunas tapas de la revista fueron dedicadas a mujeres deportistas como es el caso de las tenistas Mary Terán de Weiss y Gabriela Sabatini o las nadadoras Jeannette Campbell y Lita Tiraboschi.



Tapa el Gráfico de Gabriela Sabatini.
14 de mayo de 1991.



Tapa El Gráfico de Lita Tiraboschi.
9 de abril de 1943.

En 1963, pasó a ser dirigida por Carlos Fontanarrosa y comenzó a hacer hincapié en cuestiones coyunturales, lo que devino en darle principal importancia al fútbol. Para los mundiales de 1978 y 1986, en los cuales la selección nacional de fútbol se consagró campeona, la revista vendió 595 924 y 690 998 ejemplares respectivamente. Después de sus años dorados, empezó a decaer en ventas y su tirada pasó de ser semanal a mensual. Al mismo tiempo, fue adquirida por la empresa Torneos y Competencias.

La primera competencia del Gráfico nació en 1948 con la revista Goles. Pero también así lo hicieron publicaciones como La Cancha, Campeón, Gaceta Deportiva, Mundo, Alumni, Deportivo, La Hoja del Lunes, Sólo Fútbol y La Deportiva.

Diario Olé, el primer gran diario deportivo

El 23 de mayo de 1996 Olé hizo su aparición en los quioscos de la mano del Grupo Clarín. Como el diario Clarín estaba teniendo un gran éxito en el área deportiva, la empresa decidió hacer de esa sección un periódico, que se editara y publicara todos los días. Así, Olé destronó a aquellas revistas deportivas que salían una vez al mes, ya que según el periodista y profesor de la carrera de Periodismo Deportivo de la Universidad de La Plata Matías Mor Roig *“lo que las revistas informaban los martes o lunes por la noche ya era viejo y había salido en por lo menos una decena de diarios”*. (Mor Roig., s.f: 1)

Olé logró captar una demanda de la sociedad de una forma sencilla y fácil de leer. En el primer año tuvo una tirada de 130 000 ejemplares y hasta el día de hoy se mantiene con buenos números; sin dejar de mencionar la baja de ventas a nivel mundial que enfrentan los medios impresos en la actualidad. Además, Olé supo captar públicos de todas las provincias del país a través de tapas dedicadas a las principales ciudades; como es el caso de Córdoba, en la cual se distribuía un suplemento especial con información que sólo acontecía en el lugar. Incluso se cubrió y publicó un suplemento especial de fútbol de ascenso, como así también se incorporaron otros deportes como automovilismo, rugby y básquet.

En sus comienzos, el diario decidió publicar información no sólo del ámbito deportivo, sino también de cuestiones de interés general o político, ya que la gente no podía pagar por dos diarios para informarse de todos los hechos que acontecían en el país. En Europa, esto era distinto, ya que el público compraba un diario de información general y uno deportivo. Gracias a esto, el Grupo Clarín comprendió que a nivel mundial, sobre