

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2018-2019



**Tratamiento informativo del fútbol femenino en la radio
actual en España**

*Informative treatment of women's football in the current
radio in Spain*

Alumno/a: Daniel Rodríguez Sánchez
Tutor/a: María del Carmen Ponce López



Resumen

El fútbol femenino en España vive un momento de crecimiento total. Cada vez hay más mujeres que practican este deporte, las ligas nacionales cuentan con más nivel y la sociedad está comenzando a apoyar a las jugadoras. Este año se han llenado grandes estadios y se han batido algunos récords de asistencia para presenciar partidos de fútbol disputados por mujeres, algo impensable hace unos años. España ha sido uno de los países que más ha tardado en reconocerlo oficialmente.

En esa expansión, los medios de comunicación juegan un papel fundamental. Por ello, este trabajo trata de analizar si ese crecimiento se ha visto reflejado en uno de los medios más especiales para los ciudadanos, la radio. El objetivo de esta investigación es conocer cuál es el tratamiento informativo que se hace del fútbol femenino en las principales emisoras nacionales. Se pretende averiguar cuánto tiempo se habla de ello en los programas de retransmisiones deportivas, qué importancia se le da a esta información o saber si existen espacios dedicados exclusivamente a este tema.

Para ello, se ha realizado un análisis de contenido de los programas de cuatro emisoras: Cadena SER, Cadena COPE, Onda Cero y Radio Marca, un panel de expertos y una encuesta a los aficionados a esta disciplina y a los oyentes de la radio deportiva.

En general, la radio española ha dado un paso importante en cuanto a la cobertura que se le da en la actualidad al fútbol femenino aunque esta información sigue ocupando un papel poco relevante en comparación con otros deportes. Se puede decir, con respecto a este asunto, que este medio de comunicación se encuentra en un periodo de adaptación aunque con un futuro prometedor. Eso sí, ahora mismo, otras fórmulas para escuchar la radio como el podcast son una gran oportunidad para la difusión del balompié femenino.

Palabras clave

fútbol femenino, radio, comunicación, SER, COPE, Onda Cero, Radio Marca, podcast

Abstract

Women football in Spain lives a total growth moment. More and more women are practicing this sport, the national competitions have more level and society is starting to support the players. This year some important stadiums have been filled and some records of attendance have been broken

down to see woman football matches, something unthinkable a few years ago. Spain has been one of the countries that has taken longer to recognize it officially.

In this expansion, the media plays a key role. For this reason, this Final Degree analyses whether this growth has been reflected in one of the most special media for people, the radio. The objective is find out what is the informative treatment realized in the main national stations. It is intended to find out how much time is talking in the programs of sports broadcasts, what importance is given to this information or to know if there are women football programs.

Therefore, a content analysis of the programs of four stations has been carried out: Cadena SER, Cadena COPE, Onda Cero and Radio Marca, an Expert Panel and a survey of women football fans and sports radio listeners.

In general, Spanish radio has taken an important step in the coverage currently given to women's football, although this information continues to play an unimportant role in comparison with other sports. It can be said that this media is in adaptation period but with a promising future. Right now, other ways to listen radio as the podcast are a great opportunity for the diffusion of women football.

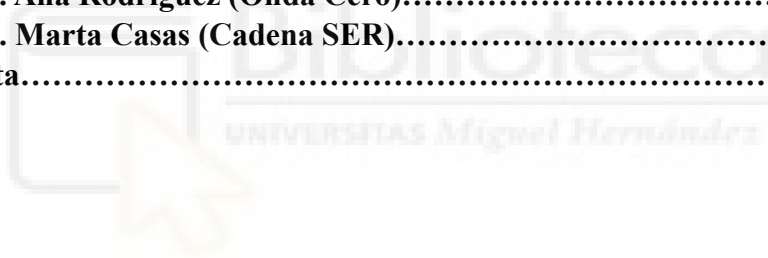
Key Words

women football, radio, communication, SER, COPE, Onda Cero, Radio Marca, podcast

Índice

1. Introducción.....	7
1.1. Presentación y justificación.....	7
1.2. Objetivos.....	8
1.3. Hipótesis.....	9
2. Estado de la cuestión.....	11
2.1. Historia del fútbol femenino en España.....	11
2.1.1. Orígenes.....	11
2.1.2. La clandestinidad del fútbol femenino.....	13
2.1.3. Nacimiento de la selección española.....	13
2.1.4. Campeonato de España.....	15
2.1.5. Liga Nacional.....	15
2.1.6. La llegada de Iberdrola.....	16
2.2. El fútbol femenino en los medios de comunicación en España.....	17
2.3. Historia del fútbol en la radio.....	20
3. Metodología.....	22
3.1. Análisis de contenido.....	22
3.2. Panel de expertos.....	24
3.3. Encuesta.....	24
4. Resultados.....	26
4.1. Análisis de contenido de los programas de retransmisiones deportivas.....	26
4.1.1. Domingo 30 de marzo de 2019.....	26
4.1.1.1. Carrusel Deportivo. Cadena SER.....	26
4.1.1.2. Tiempo de Juego. Cadena COPE.....	27
4.1.1.3. Radioestadio. Onda Cero.....	28
4.1.1.4. Marcador. Radio Marca.....	29
4.1.2. Domingo 5 de mayo de 2019.....	30
4.1.2.1. Carrusel Deportivo. Cadena SER.....	30
4.1.2.2. Tiempo de Juego. Cadena COPE.....	31
4.1.2.3. Radioestadio. Onda Cero.....	32
4.1.2.4. Marcador Radio Marca.....	33
4.1.3. Análisis de datos extraídos.....	36
4.2 Análisis de contenido de los programas exclusivamente sobre fútbol femenino.....	36
4.2.1. Semana 4-10 marzo.....	36
4.2.1.1. Área Chica.....	36
4.2.1.2. Ellas Juegan.....	37
4.2.1.3. Goles de Tacón.....	38
4.2.2. Semana 11-17 marzo.....	39
4.2.2.1. Área Chica.....	39
4.2.2.2. Ellas Juegan.....	40
4.2.2.3. Goles de Tacón.....	41
4.2.3. Análisis de datos extraídos.....	42
4.3. Otros espacios informativos.....	43
4.3.1. Cadena SER.....	43
4.3.1.1. Hora 25 Deportes.....	43
4.3.1.2. SER Deportivos.....	44

4.3.1.3. El Larguero.....	44
4.3.1.4. Acento Robinson.....	44
4.3.2. Cadena COPE.....	45
4.3.2.1. Deportes COPE.....	45
4.3.2.2. Partidazo COPE.....	46
4.3.3. Onda Cero.....	46
4.3.3.1. El Transistor.....	46
4.3.3.2. La Brújula del Deporte.....	46
4.3.3.3. Más de Uno.....	47
4.3.4 Radio Marca.....	48
4.3.4.1. A Diario.....	48
4.3.4.2. T4.....	48
4.3.5. Análisis de datos extraídos.....	48
4.4. Resultados panel de expertos.....	49
4.5. Resultados encuesta.....	51
4.6. Discusión de resultados.....	54
5. Conclusiones.....	57
6. Bibliografía.....	59
7. Anexos.....	61
7.1. Panel de expertos.....	61
7.1.1. Andrea Peláez (Cadena COPE).....	61
7.1.2. Ana Rodríguez (Onda Cero).....	63
7.1.3. Marta Casas (Cadena SER).....	65
7.2. Encuesta.....	68



1. Introducción

1.1. Presentación y justificación

El deporte y en este caso el fútbol son dos fenómenos que mueven millones de seguidores alrededor de todo el mundo. Despierta pasiones, sentimientos y en ocasiones es una forma de evadirse por un momento de la realidad del día a día. En España, el balompié es el que más repercusión y seguimiento tiene. En materia deportiva es el que acapara más páginas en los periódicos y más minutos en los programas tanto de la televisión como de la radio. Eso sí, el fútbol practicado por los hombres. ¿Y qué ocurre con el que juegan ellas?

El propósito de esta investigación es conocer el tratamiento y la presencia de la información sobre fútbol femenino en España en la radio actual. A diferencia de otros países, el deporte realizado por mujeres cuenta con escasa cobertura informativa en los diferentes medios de comunicación. Todo ello, a pesar de la expansión que está teniendo en los últimos años, tanto en el número de licencias federativas como de seguimiento por parte de los aficionados. En este sentido, el papel de los mass media es fundamental para seguir contribuyendo con ese auge.

Se puede afirmar que las competiciones y los partidos disputados por mujeres en España se encuentran en continuo crecimiento porque los datos de asistencia a los estadios así lo reflejan. En este año 2019, se han batido tres récords. El 22 de enero, el José Rico Pérez de Alicante registró una entrada de 9.182 espectadores para presenciar el encuentro amistoso entre las selecciones de España y Estados Unidos. Es el partido más visto de la selección española hasta la fecha.

Por otro lado, unos días después, el 30 de enero, el estadio de San Mamés registró una entrada de 48.121 aficionados para ver el encuentro de cuartos de final de la Copa de la Reina entre el Athletic Club de Bilbao y el Atlético de Madrid. Además, el 30 de marzo, el estadio Wanda Metropolitano batió un récord mundial de asistencia a un partido de clubes de balompié femenino. El encuentro de la Liga Iberdrola de la jornada 24 entre Atlético de Madrid y Barcelona fue presenciado en directo por 60.739 espectadores. De ahí, la importancia de averiguar cuál es el tratamiento que se hace de este deporte en un medio como la radio.

Una de las razones a la hora de elegir el medio radiofónico para realizar esta investigación es su versatilidad, ya que actualmente éste te da la posibilidad de consumir información cómo, dónde y cuándo el oyente quiera gracias a Internet, las redes sociales y sobre todo, a los podcast.

1.2. Objetivos

La finalidad principal de este trabajo de investigación es conocer el tratamiento informativo que se hace en la radio española, en todas sus vertientes, sobre fútbol femenino. Para ello se destacan seis objetivos que se desarrollan con la idea de dar respuesta a ese propósito inicial.

En primer lugar, una de las metas es detectar la presencia de la información sobre este deporte en los programas de retransmisiones deportivas de la radio española, el espacio más representativo de las emisoras en cuanto a deporte se refiere. Éstos acumulan numerosas horas de emisión durante los fines de semana además de arrastrar a una gran cantidad de oyentes.

Tras detectar la presencia de esta información en estos programas, el siguiente fin será determinar qué importancia se le da a la misma. Es decir, cuánto tiempo se habla de este deporte y en qué lugar se sitúa dentro de la parrilla de contenidos.

El tercer propósito será analizar el tratamiento periodístico que se hace del fútbol practicado por mujeres en estos espacios radiofónicos. Con esto, se podrá determinar si se incluye en las rondas informativas, si hay conexiones en directo para comentar el desarrollo de los partidos, si hay entrevistas y análisis posterior a los partidos, opinión, debate etc.

Otro de los objetivos de esta investigación será rastrear, en las distintas parrillas informativas de las emisoras, programas que hablen exclusivamente sobre dicha temática, ya sea en antena o a través del podcast y realizar un análisis de los mismos. Averiguar qué importancia le dan, cómo se estructuran, qué tipo de contenidos tratan o cómo utilizan las redes sociales para difundirse etc.

Asimismo, comprobar si dicha presencia informativa se queda en esos programas o va más allá y se puede encontrar en otros espacios radiofónicos.

Por último, tratar de saber qué es lo que piensan los aficionados a la radio y a esta disciplina deportiva sobre la cobertura que ofrece este medio de comunicación.

Por lo tanto, estos son los objetivos que se plantean en esta investigación:

- O1: Detectar la presencia informativa del fútbol femenino en los programas de retransmisiones deportivas radiofónicos de las principales emisoras nacionales

- O2: Determinar qué importancia le dan estos espacios
- O3: Analizar el tratamiento periodístico que se hace en estos programas (conexiones en directo, presencia en rondas informativas, entrevistas, opinión etc.)
- O4: Búsqueda de espacios radiofónicos exclusivamente sobre esta temática y análisis de los mismos (géneros periodísticos, estructura, contenidos etc.)
- O5: Comprobar si la presencia informativa va más allá de los programas mencionados anteriormente
- O6: Averiguar si el aficionado al balompié femenino recurre a la radio para informarse o lo hace en otros medios

1.3. Hipótesis

La principal hipótesis de esta investigación es que, a priori, se ha producido un avance en cuanto a la repercusión informativa en los medios de comunicación y, en este caso, en los programas de retransmisiones deportivas de la radio española. Se supone que ahora es más habitual encontrar contenidos sobre este deporte que años atrás. Esa es la primera hipótesis.

Eso sí, se intuye que el fútbol practicado por hombres y otros deportes como el baloncesto o el motor siguen ocupando un gran porcentaje de tiempo en los espacios de retransmisiones deportivas. Por ello se puede sospechar que el balompié femenino sigue ocupando un papel minoritario dentro de la programación de las emisoras de radio. Esta es la segunda de las hipótesis.

Por lo tanto, se puede imaginar que la información sobre los partidos de la Primera División Española Femenina puede estar reducida a breves menciones durante los programas. Se entiende que los medios de comunicación consideran a este deporte como secundario, por lo que su presencia se puede limitar a las rondas informativas. Además, teniendo en cuenta la importancia de los partidos que se estén disputando, es posible que estos programas amplíen la cobertura informativa a conexiones en directo, entrevistas con los protagonistas, opinión, debate etc. Esta es la tercera hipótesis.

Con respecto a los programas radiofónicos que hablan exclusivamente sobre esta materia, la siguiente hipótesis es que aquí, en teoría, sí que se realiza un análisis más exhaustivo sobre lo que ha sido la jornada de Liga Iberdrola. En estos espacios sí que hay cabida para el tiempo de opinión,

entrevistas más extensas, reportajes y en los que se tratan más temas sobre la actualidad del fútbol femenino. Al fin y al cabo, son programas especializados y para un público objetivo en concreto.

La quinta hipótesis es que este tipo de información no tiene hueco, en un principio, en otros espacios informativos diferentes a los mencionados anteriormente. Eso sí, ante temas como la igualdad, discriminación, brecha salarial y aspectos sociales sí que puede estar presente en otros programas informativos.

Por último, se cree que los aficionados a esta disciplina no recurren a la radio para informarse sobre la actualidad de este deporte, optando probablemente por otros medios de comunicación. Esta sería la sexta hipótesis.

Por lo tanto, la investigación tratará de esclarecer las siguientes hipótesis:

- H1: Los programas de retransmisiones deportivas de la radio están apostando cada vez más por la cobertura informativa sobre fútbol femenino
- H2: Esta información sigue ocupando un papel muy minoritario dentro de la programación de las distintas emisoras de radio
- H3: Su cobertura se reduce a rondas informativas como norma general
- H4: Los programas dedicados exclusivamente a esta materia realizan un análisis exhaustivo y en el que incluirían entrevistas, opinión, debate etc.
- H5: Se supone que esta información no tiene cabida en otros espacios informativos a los mencionados anteriormente a menos que la temática a tratar sea diferente a la puramente deportiva.
- H6: Se cree que los seguidores no suelen recurrir a la radio para estar al día de la información sobre este deporte y utilizan otros medios.

2. Estado de la cuestión

2.1 Historia del fútbol femenino en España

2.1.1. Orígenes

Las primeras referencias sobre fútbol femenino en España datan del año 1914 en Barcelona cuando un equipo de mujeres llamado Spanish Girl jugara el primer partido de la historia. El club fue fundado por Jack Greewell, futbolista inglés que militó en el FC Barcelona entre 1912 y 1917 y que dirigió a los azulgrana entre 1917 y 1923. Menayo (2015, p.18) sostiene que “aquel club aunaba dos equipos -Montserrat y Giralda- que, al carecer de competición oficial, jugaban entre sí amistosos con fines benéficos. Aquel encuentro se disputó el 9 de junio de 1914”. Este choque no fue bien aceptado por la sociedad ni la prensa, que se refirió al mismo con comentarios machistas y misóginos. Este autor explica que “cuando Greenwell no pudo seguir dirigiendo, el club pasó a manos de Paco Bru, hombre que destiló fútbol durante sus 77 años de vida y que disfrutó de este deporte desde todas las perspectivas posibles”.

El siguiente movimiento se dirige a 1920, cuando una mujer gallega llamada Irene González fundó su propio club, el Irene FC. Ostentaba el cargo de presidenta, capitana y guardameta del equipo. Pronto dejó muestras de su gran nivel. Ferreiro (2019) cuenta que “bajo la sombra de la portería se labraría un nombre entre los aficionados gallegos al fútbol. Su figura, en poco tiempo, se había convertido casi en un icono. Su sola presencia bajo los tres palos despertaba gran admiración y conseguía congregarse a un buen número de aficionados entre el público”. El autor indica que la tuberculosis obligó a que se retirara de los terrenos de juego, un hecho que le causó la muerte en 1929.

La II República española hizo que el fútbol fuera un mecanismo de liberación para las mujeres. Ortiz (2016) relata que “nacieron clubes y asociaciones en las grandes urbes, como Levante, España o Valencia, que realizaron giras por estadios españoles y en el extranjero, en Chile, Brasil, Perú o Argentina, donde cosecharon éxitos tanto deportivos como sociales”. Este autor añade que “todos los pasos de aquellas pioneras se desandaron de golpe cuando, tras la guerra civil, el Movimiento entregó a la Falange el control del deporte. El de las mujeres lo puso en manos de la Sección Femenina, comandada por Pilar Primo de Rivera. El único deporte que se esperaba que practicasen las mujeres era el de tener hijos sanos y educados en la fe católica para servir a la patria”.

2.1.2. La clandestinidad del fútbol femenino

Durante los primeros años del franquismo “la presencia femenina en el deporte español fue escasa y dependiente de las actividades sociales promovidas por estamentos políticos como el Frente de Juventudes, la Sección Femenina de Falange Española, o la Organización Juvenil Española” declara Martínez (2011). Este autor apostilla que “poco a poco la mujer logró desatarse del seno hogareño y demostró sus innatas cualidades en cualquier ámbito, respondiendo de forma rotunda a la llamada de su propia evolución, incorporándose a diversas disciplinas deportivas, sobre todo colectivas como baloncesto, voleibol o balonmano, incluso como vínculo de reunión social. Pero el fútbol siempre estuvo desplegado y relacionado al universo masculino”.

Martínez (2011) comenta que, a finales de los años 60, el fútbol femenino empezó a ver la luz desde las universidades y gracias a los jóvenes. “Fue, en la segunda mitad de los años sesenta, con la revolución juvenil y progresista y los cambios sociales que la sucedieron cuando el fenómeno experimentó una repentina efervescencia, contagiado por lo que sucedía en otros países tanto de Europa como de Sudamérica. España pretendió estar a la altura de los demás, pero infinidad de obstáculos fueron puestos en el camino, y una vez más tuvo que ser la iniciativa individual la que logró sacar adelante”.

Ortiz (2016) manifiesta que “entre otros, nacieron, semiclandestinamente, el Sizam Paloma, el Racing en Valencia, la Peña Femenina en Barcelona, y el Polideportivo de Fuengirola. Entre el 24 de enero y el 28 de febrero de 1971, estos cuatro clubes disputaron el primer campeonato femenino, sin ningún apoyo oficial”. Martínez (2011) asegura que “este auge futbolístico tuvo en Catalunya una mayor repercusión ya que contó con el apoyo de algunos clubs profesionales y de la Federación Catalana con su presidente Pablo Porta”. A pesar de ello, cualquier acto o partido entre mujeres seguía sin ser bien visto por parte de la sociedad, como sucedió en un show organizado por el Rayo Vallecano con artistas de cine, bajo los nombres de “Folklóricas y Finolis”. Todavía en esa época el fútbol seguía siendo cosa de hombres.

Eso sí, los intentos no cesaron. Martínez (2011) cuenta que “mucho más exitosa resultó la experiencia que se preparó en Barcelona. Por iniciativa de Montserrat Fabregat, el patrocinio entre la marca comercial de aperitivos Pernod y la emisora Radio Reloj de Radio España, se organizó el primer torneo cuadrangular de Catalunya Copa Pernod con la participación de los cuatro equipos

más representativos, el FC Barcelona con su Peña Femenina, el RCD Español entrenado por el ex jugador Julián Arcas, el Atlètic Sabadell, dirigido por Guarch Jimeno y la UE San Andrés con Patrocinio Ramón “Patro” de entrenador. Excepto el equipo barcelonista, los demás fueron creados para la competición mediante convocatoria radiofónica, presentándose un total de 312 jugadoras aspirantes, siendo los entrenadores respectivos quienes seleccionaron a veinte por cada club para formar sus correspondientes plantillas”.

En esta época, todavía a principios de los 70, Conchi Sanchez Freire, una joven madrileña, cambiaría el paradigma con el que la gente veía al fútbol femenino. Ortiz (2016) relata que “las viejas que la veían jugar, con cinco añitos, en la plaza del Dos de Mayo no se explicaban que regatease a los chicos con tanta facilidad”. Su gran calidad futbolística vistiendo la camiseta del Sizam con tan solo 12 años llamó la atención del máximo mandatario del Mercacredit, Rafael Muga quien quiso que todo el mundo la conociera. Éste contactó con el periodista José María García para que promovieran un partido entre Sizam y Mercacredit.

Ortiz (2016) asegura que “se hizo propaganda del partido y la gente respondió: el 8 de diciembre de 1970, ocho mil personas abarrotaron las gradas del Boetticher de Villaverde. Venció el Sizam por 5 a 1. Los cinco, obra de Conchi Sánchez, aquella tarde rebautizada por los periódicos como Conchi Amancio. La niña goleadora deslumbró al país. Por todos los rincones aparecieron muchachas dando patadas al balón”.

El siguiente paso era que el balompié femenino tuviera su propia organización a nivel administrativo y federativo. Martínez (2011) indica que “el 5 de mayo de 1971 se reunieron en el hotel Claridge de Madrid los presidentes de trece clubs, representando a más de cuarenta, de diversos puntos de España. El objetivo de la reunión fue la constitución del Consejo Nacional del Fútbol Femenino, que agrupaba a todos los clubes allí representados.

2.1.3. Nacimiento de la selección española

El sueño de Rafael Muga era crear una selección nacional de fútbol femenino pero las trabas de la Real Federación Española de Fútbol fueron muy grandes. José Luis Perez Payá, por aquel entonces presidente de la RFEF, no estaba por la labor de reconocerlas como combinado nacional. Como destaca Menayo (2013) “de la mano de Muga nació la primera selección. Logró reunir un equipo

formado por jugadoras de toda España y consiguió llenar escenarios como Las Margaritas, La Rosaleda, La Romareda, El Arcángel o La Condomina. El 21 de febrero de 1971 se disputó el primer partido internacional de España ante Portugal en el estadio pimentonero.

Ortiz (2016) sostiene que “la Sección Femenina se había opuesto al partido, igual que el Colegio de Árbitros de Murcia. Conchi Amancio, capitana del equipo fue de nuevo la gran figura de su equipo anotando tres goles que sirvieron para cosechar un empate 3-3. Este autor añade que “tras aquel debut vinieron más partidos. Aunque llenaron Las Margaritas, La Rosaleda o La Romareda, jugaron sin apoyo federativo. En todas las ciudades, las chicas fueron recibidas con música y ramos de flores para contrarrestar los comentarios machistas que trataban de empañar la fiesta del fútbol”.

El primer partido de la selección femenina fuera de España fue en el estadio Comunale de Turín. El encuentro se tenía que jugar el 15 de julio de 1971 pero distintos problemas burocráticos de las jugadoras hicieron que el encuentro se jugará 5 días después.

Menayo (2013), explica que “el choque fue televisado, tuvo una afluencia de 7.000 espectadores y acabó con un contundente 8-1 a favor de las más experimentadas transalpinas. Como curiosidad cabe reseñar que las españolas jugaron sin escudo en la camiseta por desautorización de la Federación”.

Ese año 1971 se jugó el segundo Mundial femenino de la historia en Mexico. Ortiz (2016) cuenta que “venció Dinamarca, como el año anterior en suelo italiano. En México se propuso a España como organizador del siguiente torneo, pero la iniciativa cayó en saco roto. José Luis Pérez Payá, presidente de la Federación, además de exjugador de Atlético y Real Madrid, les negó la posibilidad de inscribirse”. Menayo (2013) explica que la Federación aceptó y reconoció el fútbol femenino el 21 de octubre de 1980 y que hubo que esperar al 5 de febrero de 1983 para ver el primer encuentro oficial de la selección femenina. Fue el 5 de febrero de 1983 en Pontevedra y ante la selección de Portugal. Este autor cuenta que “las jugadoras, que habían pactado en caso de victoria que recibirían un reloj o un bolígrafo como prima, se quedaron sin obsequio al perder por la mínima” y añade que “España tardó en conseguir su primera victoria. Empataron ante Suiza en Aranjuez (0-0) y ante Francia en Barcelona (2-2) y perdieron ante las galas (2-0) en Perpignan antes de ganar (0-1) en Zurich a las helvéticas”.

2.1.4. Campeonato de España

La Copa Reina Sofía fue la primera competición oficial de fútbol femenino en España. El equipo gallego Karbo se hizo con la primera edición de ese trofeo en 1981. Lo hicieron con unos números espectaculares y varias jugadoras como Geli Olmo, Rory, Encarna Pérez o Lis Franco se convirtieron en auténticas referentes para las niñas de la época (Ortiz, 2016).

Menayo (2013) declara que “repetirían el año siguiente, ganaron el Campeonato de España creado en 1983 y encadenaron cinco cetros consecutivos. También jugaron dos torneos Cinco Naciones, logrando el subcampeonato en Orleáns” y añade que “los problemas económicos hicieron que el Karbo dejara de existir en 1988, justo antes de que empezara la primera Liga femenina. Hubo jugadoras que tuvieron que retirarse, otras ficharon por equipos catalanes o asturianos y algunas derivaron al fútbol sala. Un final injustamente oscuro para un equipo que brilló con luz propia”.

2.1.5. Liga Nacional

La temporada 1988/1989 fue la primera en la que se jugó la Liga Nacional femenina. Ese primer año fueron nueve equipos los que compitieron. Ramos (2015) cuenta que la Peña Barcelonista Barcelona Deco Parquet consiguió el título tras conseguir 24 puntos. Le siguieron el Parque Alcobendas con 22 puntos, el RCD Espanyol Inreplast con 20, el CF Barcelona con 20, el Vallés Occidental Aluvall con 19, el Olímpico Fortuna con 18, el CE Sabadell con 13, el Santa María Atlético con 4 y el Puente Castro también con 4.

Desde el año de su creación hasta la primera reestructuración en el año 1996, ganaron el título, además de la Peña Barcelonista Barcelona, el Atlético Villa de Madrid, el Oiartzun Kirol Elkartea, el Club Deportivo Oroquieta Villaverde y la Sociedad Cultural y Deportiva Añorga que consiguió tres ligas.

Castañer (2018) detalla que “en la temporada 1996/1997 se produce el primer cambio de nombre y pasa a llamarse División de Honor Femenina. Nació con 42 participantes, repartidos en cuatro grupos según criterios de proximidad geográfica. Los cuatro campeones de cada grupo avanzaron a una fase final eliminatoria y en la llamada liga de campeones, el Sant Vicent Valencia Club de Fútbol Femenino se llevó el título”.

En la temporada 2001/2002 se produce un nuevo cambio de denominación y la competición pasa a llamarse SuperLiga Femenina. Castañer (2018) explica que “el anterior formato dio un gran impulso a la competición y aumentó el número de participantes hasta los 54, pero la gran diferencia de nivel entre los clubes obligó a una nueva reestructuración. La Superliga Femenina, formada por un grupo único, arrancó con los 11 mejores equipos del panorama nacional y se estableció que el campeón, el Levante UD obtuviese la clasificación para la recién creada Copa de la UEFA Femenina”.

En el año 2009 se remodela la competición, que pasa de 16 a 24 participantes con el objetivo de dar cabida a las secciones femeninas de los clubes de la Primera División Masculina. Con esta ampliación, se recupera el formato de varios grupos con dos fases y una eliminatoria final a doble partido para conocer al campeón, que ese año fue el Rayo Vallecano. En 2011, se produce la última reestructuración con la recuperación del grupo único con 16 equipos y el cambio de nombre a Primera División Femenina (Castañer, 2018).

2.1.6. La llegada de Iberdrola

El gran cambio en el fútbol femenino en España se produce en agosto de 2016 con la llegada de Iberdrola, que se convierte en el principal patrocinador de la Primera División Femenina. Menayo (2018) afirma que “desde la llegada de Iberdrola como main sponsor en agosto de 2016, la evolución ha sido notable. El patrocinio, unido a la presencia en televisión (Mediapro retransmite un mínimo de tres partidos por jornada), allana el camino hacia la profesionalización de un sector que lleva tiempo demandándolo”.

Castañer (2018) comenta que desde su llegada, la Liga Iberdrola “se supera cada año, ganando en competitividad y, sobre todo, dando visibilidad, relevancia y repercusión social a las verdaderas protagonistas: las futbolistas y añade que “el fútbol es el deporte femenino que más crece: se ha pasado de 24.000 licencias en 2010 a unas 42.235 en 2018”.

Además, el trabajo realizado en la Liga Iberdrola y en las categorías inferiores de los clubes ha fomentado también el empuje de las categorías femeninas de la selección española. No en vano, España es vigente campeona de Europa en las categorías sub-17 y sub-19. Además, la selección

sub-20 conquistó la medalla de plata en la pasada Copa Mundial de la FIFA Sub-20. 19 de las 21 jugadoras que conformaron la plantilla juegan en la Liga Iberdrola (Castañer 2018).

Menayo (2018) manifiesta que “la llegada de Iberdrola ha dado energía no solo a los clubes, que reciben una buena inyección económica para profesionalizar sus estructuras, sino también para las protagonistas, las futbolistas, que se encuentran en plena gestación del primer Convenio Colectivo de su historia. Los sueldos, que ahora mismo oscilan entre los 825 (mínimo interprofesional) y los 120.000 euros, son la punta del iceberg de un marco de protección, derechos y obligaciones, que debe respaldar a todos los actores en escena”.

2.2. El fútbol femenino en los medios de comunicación en España

Menayo (2015, p.246) cuenta, con respecto al fútbol femenino en la prensa, que “existen referencias desde las décadas de los años 20 y 30. Nombres como Anna María Martínez o Anna Murià i Romani destacaron como cronistas deportivas en semanarios de información general distribuidos en Barcelona como La Rambla y Crónica. Además de la prensa, la mujer se dejó escuchar en la radio, siendo Sara Estévez un caso reseñable en Bilbao”.

Mundo Deportivo fue uno de los primeros diarios en publicar información sobre esta disciplina, en concreto dos días después del partido amistoso del Spanish Girl entre el Montserrat y Giralda. Ese texto tenía el título ‘Las niñas futbolísticas’ y no dejó en muy buen lugar a las futbolistas:

“Anteayer, en el campo del Español, jugóse el primer partido de fútbol entre representantes del sexo débil, que en dicho día se parangonaron con el fuerte. Este partido, cuyos beneficios se destinaban a favor de la Federación Femenina contra la Tuberculosis, era por su naturaleza, esperado con cierta expectación, siendo presenciado por un público regular y por el capitán general de la región, que acudió con su bella hija Carmen, Las jugadoras estuvieron a la altura que les correspondía, notándose en el comienzo del encuentro bastante azoramiento, que fue desapareciendo hacia el final, en el que, el bando Giralda, que lucía jersey rojo consiguió apuntarse dos goals por uno que en la primera mitad, entró el Montserrat, que lo ostentaba blanco. Esta primera actuación de la mujer en el viril fútbol, no nos satisfizo, no sólo por su poco aspecto sportivo, sino que también porque a las descendientes la madre Eva, les obliga a adoptar tan poco adecuadas como inestéticas posiciones que eliminan la gracia femenil”. (citado en Menayo, 2015, p.18-19)

La irrupción de la joven gallega Irene González también llamó la atención de algunos diarios en la década de 1920. Según Menayo (2015, p.20) las crónicas de la época la definen como una “portera alta, de buena complexión, un tanto marimacho, ágil, buena colocación, segura en el bloqueo de pelotas bombeadas y decidida en la salida”.

El momento histórico que vivió España a finales de la década de 1930 con la Guerra Civil y la posterior dictadura franquista borraron del mapa cualquier atisbo de información sobre balompié practicado por mujeres. Corcuera (2018) relata que “hasta 1955 no es fácil encontrar referencias al fútbol femenino en nuestra prensa, por la sencilla razón de estar proscrito a instancias de la Sección Femenina. Y cuando asomaba, casi siempre era mediante notas de agencia destinadas al rincón de curiosidades y pasatiempos”.

El 6 de enero de 1951 una de las firmas más importante del diario Marca en aquella época, Rafael Martínez Gandía, dedicó un editorial titulado ‘Las ladies futbolistas’ en la que se oponía a la posibilidad de que la mujer pudiera jugar al fútbol:

“Las mujeres, en el fútbol, están bien en la tribuna, y si están bien en la tribuna, tampoco estarán mal fuera de ella, pero sin invadir nunca el terreno de juego. Una mujer vestida de futbolista y con esas botazas tan enormes, resulta de una comicidad tan espesa que sólo sería reída por espectadores de cerebro primitivo. O sea que para el espectador moderno, ni siquiera la cosa tendría gracia” (citado en Corcuera, 2018).

Durante los meses de marzo y abril de 1957 el diario Marca publicaría dos artículos más titulados “*Si las mujeres jugasen...*” y “*Fútbol femenino*” en los cuales reiteraban su rechazo al balompié que practicaban ellas con expresiones y comentarios machistas, al igual que en marzo de 1961, con la publicación de un breve titulado “*Mujeres*”. En abril del 62 se hicieron eco también en otro artículo del descenso de espectadores en los partidos en Gran Bretaña que achacaban a la presión de muchas novias y esposas (Corcuera, 2018).

La creación de clubes en la década de 1970 como el Club Polideportivo Fuengirola también tuvieron su presencia en los medios de comunicación.

Menayo (2015, p.26) explica, por ejemplo, que las crónicas de la época definían a la jugadora del conjunto malagueño, Marisa Conde, como “una jugadora incansable, inteligente, precisa y capaz de hacer regates espectaculares y tener un perfecto sentido del pase”.

La prensa también ayudó a la creación del equipo femenino del FC Barcelona. Menayo (2015, p. 30) cuenta que “el 17 de noviembre de 1970, un semanario deportivo de la época llamado Revista Barcelonista publicaba una reseña a modo de anuncio bajo el epígrafe ‘Fútbol femenino a la vista’, en el que se hacía un llamamiento a todas aquellas féminas entre 18 y 25 años interesadas en probar suerte en el mundo del balompié”. Ese mismo asunto fue recogido por el ya desaparecido diario Tele-Expres.

El partido que disputaron el Sizam Paloma y el Mercacredit el 8 de diciembre de 1970 también recibió la cobertura de la prensa destacando sobre todo la actuación de Conchi Sánchez a la que bautizaron como ‘Amancio’ tras la exhibición ofrecida.

En esa época la mentalidad comenzaba a cambiar pero se seguía viendo al balompié practicado por mujeres con cierto recelo, como así expresaba en el diario Marca el presidente de la Real Federación Española de Fútbol, José Luis Pérez Payá: “No estoy en contra del fútbol femenino, pero tampoco me agrada. No lo veo muy femenino desde el punto de vista estético. La mujer en camiseta y pantalón corto no está muy favorecida. Cualquier traje regional le sentaría mejor” (citado en Ortiz, 2016).

En 1973 el doctor de la Real Sociedad, Echevarren, decía en el artículo Deportes para la mujer: “En primer lugar quiero dejar bien sentado que eso que juegan las mujeres con un balón no es fútbol. Es una parodia o una representación bufa, pero nunca el deporte por todos conocido”(citado en Ortiz, 2016).

Menayo (2015, p.84) declara que “el estreno de la selección levantó gran expectación en los medios, tanto nacionales como deportivos, y en la sociedad en general”.

Tras el franquismo, los medios de comunicación comenzaron a aceptar esta disciplina y a darle cada vez más protagonismo, aunque ese proceso fue lento. Corcuera (2018) relata que “se anunciaban tiempos nuevos, donde los obstáculos, físicos o mentales, iban a caer como castillos de naipes”. Este autor añade que “los propios medios de difusión irían desterrando antiguas burlas o

chascarrillos, para mirar hacia las neófitas émulas de Migueli, Rexach, Marcial, Iribar o Del Bosque, no como a bichos raros, sino con la curiosidad reservada a discordantes fenómenos de moda”.

En la actualidad, el balompié femenino ha conseguido un avance muy importante en los medios de comunicación. Las televisiones ofrecen varios partidos en abierto de la Primera División Femenina. Pedraza (2018) explica que “en la 2017/2018, el FC Barcelona - Atlético logró una audiencia media de 265.000 espectadores, y llegó a superar los 400.000”.

2.3. Historia del fútbol en la radio

Pons explica que “en mayo de 1927, Radio Madrid, con un equipo móvil en Zaragoza, retransmitió el Zaragoza – Real Madrid para sus emisoras de la capital, Barcelona, Sevilla, Salamanca y San Sebastián en lo que se considera que fue la primera retransmisión de un partido de fútbol en España” (citado en Arenas, 2012, p.98).

Otra fecha significativa es la del 25 de junio de 1939, día en el que Paco Balón (de RNE) narró el primer partido tras la Guerra Civil: fue la final de la Copa del generalísimo disputada en Montjuic entre el Sevilla y el Racing de Ferrol. A pesar de la compleja situación del país, en los años 30 apareció en Unión Radio lo que ya se podía considerar como el primer radiofonista especializado en información deportiva: Carlos Fuentes Peralba, que en 1929 había retransmitido el partido España – Inglaterra y que posteriormente daría cobertura al Mundial de Italia en 1934 (Arenas, 2012, p.98).

Arenas (2012, p.98) añade que los años 40 tuvieron al fútbol como artista principal en la programación deportiva sin olvidar la pelota a mano, cesta punta, boxeo, caballos y lucha libre como artistas invitados a la fiesta de la radio. Uno de los pioneros radiofónicos fue Carlos Alcaraz, que en 1940 dirigió y presentó la revista radiofónica “Marcador”. Fue el informador por excelencia en los años 40 y por él pasaban todas las manifestaciones de la vida deportiva española.

La implantación de la radio dentro del mundo del fútbol comenzó a generar reticencias por parte de algunos clubes, que pensaban que las retransmisiones de los partidos provocarían una disminución de la asistencia a los estadios. Luque (2011) relata que “el locutor Miguel Ángel Valdivieso narró su primer partido en Les Corts en 1950 desde los tejados de las casas próximas, pues el FC Barcelona no permitía la entrada a sus instalaciones” y añade que “en 1954 nació el programa estrella de la

radio futbolística, el Carrusel Deportivo, con conexiones para informar de todos los partidos de Liga”.

En sus inicios, “Carrusel” no podía narrar en directo los partidos porque tras la Guerra Civil, Radio Nacional de España tenía el monopolio de las retransmisiones de la selección española de fútbol y de los clubes españoles en el extranjero, ya que las emisoras privadas no podían salir a retransmitir fuera. Además, en 1951 los clubes dieron a RNE la autorización en exclusividad de las retransmisiones en directo de los partidos de Liga. Hasta 1956 esa autorización no se hizo extensiva al resto de emisoras. (Arenas, 2012, p.98-99).

Malvar declara que “el fútbol y las quinielas crecen de la mano de la radio. Si los Juegos Olímpicos subieron por la televisión, el fútbol lo hizo gracias a la radio” (citado en Sánchez, 2011). Este autor añade que “impregnado por la voz de Vicente Marco, surgió un modelo que iba a terminar triunfando”.

Tras el franquismo y la llegada de la democracia y la Transición, estos espacios también cambian, sobre todo en la manera de narrar los partidos. Malvar cuenta que “el boom enorme de los carruseles y ruedas informativas fue en los años 80, cuando se suman la COPE y Antena 3 Radio. Tuvo mucha influencia la celebración del Mundial. Es la época dorada de la radio deportiva”. Añade Malvar que a partir de los años 90 se empiezan a telerradiar los partidos y a cobrar un canon a las radios lo que hizo que esta fórmula de radio deportiva volviera a cambiar. Actualmente, la dispersión horaria y el difícil acceso a las estrellas del balompié ha provocado que “se hayan cargado el prototipo de clásico de los carruseles o tableros” (citado en Sánchez, 2011).

Por el momento, no se han encontrado estudios relativos a la presencia del fútbol femenino en la radio española, más allá de algunas publicaciones generales en prensa recogidas en el apartado 2.2. Esta investigación está centrada en la situación actual.

3. Metodología

Para tratar de conseguir los objetivos propuestos y esclarecer las hipótesis planteadas en la investigación se utilizarán tres técnicas: el análisis de contenido, la encuesta y un panel de expertos. Antes de llegar a esas tres técnicas se ha efectuado una revisión documental y bibliográfica, mediante una búsqueda en libros, tesis, webs y diferentes artículos, para conocer de primera mano la situación actual del tema a investigar.

3.1. Análisis de contenido

En primer lugar, se analizará la cobertura informativa que realizan las tres emisoras generalistas más escuchadas, según la primera ola del Estudio General de Medios (EGM) de 2019¹, (Cadena SER, Cadena COPE y Onda Cero) y una cadena de información puramente deportiva (Radio Marca). Para extraer la información que se requiere al respecto, se efectuará un análisis de contenido para el estudio de los espacios de retransmisiones deportivas de las cuatro emisoras mencionadas: Carrusel Deportivo de la Cadena SER, Tiempo de Juego de la Cadena COPE, Radioestadio de Onda Cero y Marcador de Radio Marca. Para que el análisis sea lo suficientemente correcto y efectivo se realizará el estudio mediante la escucha de dos programas de cada emisora durante dos fines de semana diferentes, cogiendo el domingo como mejor día al concentrarse el grueso de la jornada.

Hay que tener en cuenta que la dinámica de estos espacios es siempre la misma pero varía en función de la importancia de los partidos o competiciones que se desarrollen en cada momento. Por lo tanto, se entiende que será suficiente analizar dos programas. Otra de las cosas que se deben tener en cuenta para elegir una fecha específica para esta investigación es el horario de los partidos de la Liga Iberdrola, que suele ser algo diferente al habitual en el fútbol masculino al predominar los encuentros disputados en jornadas matinales, momento en el que algunos de estos programas todavía no han empezado su emisión. Carrusel Deportivo, Tiempo de Juego y Marcador, ya sea a través de sus canales principales o secundarios, dan comienzo a su programación para cubrir las jornadas matinales mientras que Radioestadio empieza a partir de las 14 horas.

Por todo lo expuesto, se ha decidido efectuar el análisis y la escucha de los programas emitidos el domingo 31 de marzo y el 5 de mayo de 2019. Se han seleccionado estos dos días porque

1 1ª Oleada EGM 2019: SER (3.987.000), COPE (3.303.000), Onda Cero (2.005.000) oyentes

concentran todos o casi todos los partidos de una jornada de la Liga Iberdrola. En el del 31 de marzo, de los ocho partidos que se juegan en la 26ª jornada en Primera División, siete de ellos son ese día, con encuentros que empiezan por la mañana y otros por la tarde. En el programa del 5 de mayo, que corresponde con la última jornada de la competición, la número 30, se juegan todos los partidos a las 13 horas, ya que hay horario unificado. Ésta es una jornada ideal para hacer el análisis que se propone porque se está disputando el campeonato de Liga así como el descenso a Segunda División. Se accederá a estos espacios a través de la descarga de sus podcast mediante el acceso a sus respectivas páginas web.

Con esta escucha se dará respuesta a los tres primeros objetivos propuestos. Una vez se consiga detectar la información sobre fútbol femenino en este tipo de programas, se seleccionará para posteriormente realizar un estudio de tiempos que muestre qué importancia tienen dentro de estos espacios. La idea sería extraer un porcentaje del tiempo que se le dedica a este deporte sobre el total de lo que dura un programa completo y realizar una comparativa entre las cuatro emisoras a investigar. Asimismo, y con esa misma información seleccionada, se examinará el tratamiento periodístico que se le da al fútbol practicado por mujeres para conocer cuáles son los recursos radiofónicos utilizados, tales como conexiones en directo, menciones en rondas informativas, entrevistas pre o postpartido, opinión, análisis, debate etc.

Por otro lado, se elaborará un estudio y análisis de las parrillas de las diferentes emisoras para comprobar si existe la presencia de contenidos dedicados exclusivamente al balompié femenino. Tras detectarlos, se procederá a hacer un examen de estos espacios informativos. Mediante ello, se trata de dar respuesta al cuarto objetivo propuesto para determinar qué tipo de contenidos se tratan, cómo se estructuran estos programas, qué géneros periodísticos utilizan etc. Seleccionaremos dos programas de cada emisora que los rescataremos a través del podcast.

En cuanto al quinto objetivo, se pretende conocer si esta información aparece en otros espacios diferentes a los analizados anteriormente. Se ha elegido aleatoriamente un mes de este año 2019 para realizar la búsqueda y análisis. Para que el estudio sea temporalmente acorde con el resto de la investigación se ha decidido escoger el mes de abril. Para tratar de conseguir este propósito, se ha efectuado un barrido por las diferentes webs y redes sociales de las emisoras a analizar y una posterior escucha de los podcast para cerciorarnos de que realmente se han emitido esos contenidos.

3.2. Panel de expertos

En cuanto al método cualitativo, se ha optado por el panel de expertos para tratar de obtener una visión más en profundidad sobre la investigación y, por otra parte, dar respuesta a los objetivos planteados. Para ello, se ha decidido proponer un mismo cuestionario con preguntas abiertas a varios periodistas especializados en la materia para averiguar, entre otras cosas, la valoración que hacen acerca de la cobertura informativa del fútbol femenino en la radio actual, aspectos a mejorar, perspectivas de futuro etc. En este panel estaba previsto que participaran cuatro expertos, uno de cada medio de comunicación analizado (SER, COPE, Onda Cero y Radio Marca), de los que finalmente han contribuido tres. Ellas son: Andrea Peláez, periodista de la Cadena COPE, redactora en Tiempo de Juego y presentadora de Área Chica; Marta Casas, periodista de la Cadena SER y redactora en Carrusel Deportivo y Ana Rodríguez, periodista de Onda Cero y presentadora de Ellas Juegan.

3.3. Encuesta

Por último, se plantea realizar una encuesta para que los aficionados a este deporte y los oyentes de los programas deportivos de la radio española puedan determinar y valorar cómo trata éste medio de comunicación a la información relativa al fútbol practicado por mujeres. El propósito de este cuestionario es poder conocer la opinión de este tipo de perfiles sobre la cobertura que se le da a esta disciplina en los medios de comunicación. Con una serie de preguntas con respuestas cerradas se tratará de averiguar, entre otras cosas, si la radio es un medio al que recurren para informarse sobre esta materia.

Para intentar llegar a un público objetivo concreto, como en este caso el de los seguidores del fútbol femenino y los oyentes de programas deportivos de radio, se han utilizado las redes sociales para pedir colaboración a clubes, personas relacionadas o medios de comunicación. En concreto, se ha pedido ayuda para la difusión de la encuesta a diez clubes del grupo VII de la Segunda División Femenina y a diez medios o cuentas especializadas en balompié femenino:

Sporting Plaza Argel Alicante (@Spafemenino), Elche CF (@Elchecffemenino), Mislata (@mislataCFF), Lorca Fémimas (@Lorcafeminas), UD Aldaia (@udaldaiacf_fem), Joventut Almassora (@cfjoventut), CFF Maritim (@cffmaritim), Discóbolo La Torre (@discobolo_fem), Ciudad de Murcia (@ciudaddemurcia), Levante Femenino (@ludfemenino), Alhama CF (@alhamafeminas), Asociación de Clubes de Fútbol Femenino (@AsociacionCFF), Área Chica Cope (@AreaChicaCope), Ellas Juegan (@EllasJueganOCR), Goles de Tacón (@golestacon), AR

10 (@AR10SPORTS), Sphera Femenino (@SpheraFemenina), Las otras 18 (@Lasotras18), Fútbol Femenino (@futfem), Fémimas (@FEM_RadioRitmo), Ellas Son Fútbol (@EllasSonFútbol), Fem Gol (@fem_gol), FemSpor (@femeninosport) y ResultadosFutFem (@Resultadosff).



4. Resultados

4.1 Análisis de contenido de los programas de retransmisiones deportivas

4.1.1. Domingo 30 marzo de 2019

Siete partidos de la jornada 26 de la Liga Iberdrola se disputan ese domingo. El primero de ellos arranca a las 11:00 horas y el último comienza a las 18:30 horas. Es decir, hay actividad en el fútbol femenino prácticamente durante todo el día.

4.1.1.1. Carrusel Deportivo. Cadena Ser

El programa se divide en dos partes. La primera, abarca desde las 12:00 a las 14:00 horas en el canal secundario de la SER y está conducido por Borja Cuadrado. La segunda, que presenta Dani Garrido, arranca a las 15 horas en el canal principal y termina a la 01:30 horas de la madrugada. En total son 12 horas y 30 minutos de Carrusel Deportivo en antena. De este análisis se puede extraer que la información sobre esta disciplina está presente en el programa durante 11 minutos y 20 segundos, lo que representa un 1,51% del total del espacio.

Durante la primera parte del espacio, se destaca que se tiene bastante en cuenta la información sobre la jornada de la Liga Iberdrola y de hecho, uno de los partidos, va a tener un seguimiento especial y en directo, el encuentro que se juega en San Mamés entre Athletic Club y Levante. Es la primera vez en todo el año que ese estadio acoge un partido de la Primera División Femenina. Allí, hay una narradora, Verónica Gómez, que realiza en las dos primeras horas de programa hasta ocho intervenciones, por lo que se puede destacar la atención que se le da a este partido. Del resto de encuentros que se juegan en ese tramo horario, no hay conexiones en directo pero sí que se comentan desde el estudio. Todos y cada uno de los choques. El encargado de contar esa información es Toni López. De hecho, en alguna ocasión se pide paso para contar alguna novedad sobre el resto de jornada.

3 minutos y 32 segundos es el tiempo máximo que permanece de manera continuada la información sobre la Primera División Femenina. Sucede a las 13:05 horas, después de que se cante un gol en ese partido y se comente por parte del presentador el gran ambiente que hay en el estadio. A partir de ahí, se produce una conversación entre varios comentaristas en el que también se trata la buena trayectoria del Levante durante la temporada, el crecimiento del fútbol practicado por mujeres y la apuesta que hace Carrusel Deportivo por este deporte. De hecho, en el tramo de 13:00 a 14:00 horas se habla de este deporte un 12,77%.

Eso sí, a partir de las 15:00 hasta la 01:30 horas de la madrugada, la información sobre balompié practicado por mujeres solo va a estar presente durante 1 minuto y 25 segundos, repartidos en cuatro intervenciones, una de ellas en la introducción y las otras tres en rondas informativas.

En total son 14 las intervenciones que se hacen durante todo el programa: siete en ronda informativa (dos de ellas con conexión en directo), cuatro en diferentes pasos para contar la situación del partido entre Athletic Club y Levante, dos en las diferentes presentaciones de los bloques del programa y una en forma de debate.

4.1.1.2. Tiempo de Juego. Cadena Cope

Este programa, presentado por Paco González y Pepe Domingo Castaño, comienza a las doce del mediodía y finaliza a la una y media de la madrugada ya con Juanma Castaño conduciendo esa última parte. Es decir, se puede escuchar este espacio en antena durante un total de 13 horas y 30 minutos. Respecto al tratamiento de la información sobre fútbol femenino durante ese tiempo, el análisis determina que solo se habla de este deporte durante un 1 minuto y 31 segundos, lo que representa un 0,18% del total del programa.

Asimismo, 27 segundos es el tiempo máximo que permanece de manera continuada esta información en el programa, en este caso, en la ronda informativa de la una de la tarde, para hablar de la gran afluencia de público que hay en dos partidos, uno en Primera y otro en Segunda, sin mencionar el resto de encuentros que ya han finalizado o están en juego. Los otros pasos son a la una y media de la tarde (17''), a las dos (19''), a las cinco y media (12''), a las seis (8'') y a las seis y media (8'').

Además, en las rondas informativas en las que se dan resultados de la jornada de la Liga Iberdrola, no lo hacen de todos los partidos que hay en juego, solo de los más relevantes. La periodista Andrea Peláez es la que se encarga de dar los resultados. Otro dato significativo es que a partir de las seis y media de la tarde, ya no se habla más de la Primera División Femenina, a pesar de que el último encuentro de la jornada finaliza a las ocho y cuarto. La Liga Iberdrola no forma parte del resumen final que hace este programa.

En total, son seis intervenciones las que se hacen durante todo el programa, las seis de ellas en rondas informativas.

4.1.1.3 Radioestadio. Onda Cero

Este espacio, conducido por Héctor Fernández y Javier Ruiz Taboada comienza a las 14:00 y finaliza a las 23:00 horas y permanece en antena durante nueve horas. Del análisis realizado se puede extraer que la presencia informativa del fútbol femenino en este programa es de 2 minutos y 56 segundos, lo que representa un 0,54% del total.

Radioestadio comienza con una presentación en la que se introduce lo que va a ser la jornada dominical con información sobre varios deportes, entre ellos la Liga Iberdrola. Se comenta el resultado del único partido disputado el sábado y los que se han jugado por la mañana y han finalizado. No se menciona nada de los dos encuentros que están en juego. Tras ello, el presentador destaca que en el partido de Segunda División entre Deportivo Alavés y Athletic Club de Bilbao ha habido una gran afluencia de espectadores y pone en valor el crecimiento de esta disciplina. Se inicia una conversación entre el resto de colaboradores del programa haciendo hincapié en el interés que está generando este deporte en la actualidad. Los resultados son comentados por el periodista Paco Reyes.

El tiempo máximo que permanece este tema de manera consecutiva en la antena es de 1 minuto y 30 segundos, en este caso, sobre las 14:30 horas cuando el presentador interviene para preguntar por el resultado de un partido de la Liga Iberdrola, el Athletic Club de Bilbao - Levante, para después destacar la afluencia de público al estadio de San Mamés. Después, los colaboradores del programa se suman a la conversación que prosigue con el tema del conflicto entre Liga y Federación Española de Fútbol por la creación de una nueva competición. Tras esas dos intervenciones, que se producen en la primera hora del programa, solo habrá una más en la ronda informativa de la seis de la tarde para comentar el resultado del único partido que hay en juego (6''). A partir de ahí, ya no se vuelve a mencionar nada más sobre este asunto.

En total, son tres las intervenciones que se hacen durante todo el programa, una durante la presentación, otra en forma de debate y la última en ronda informativa.

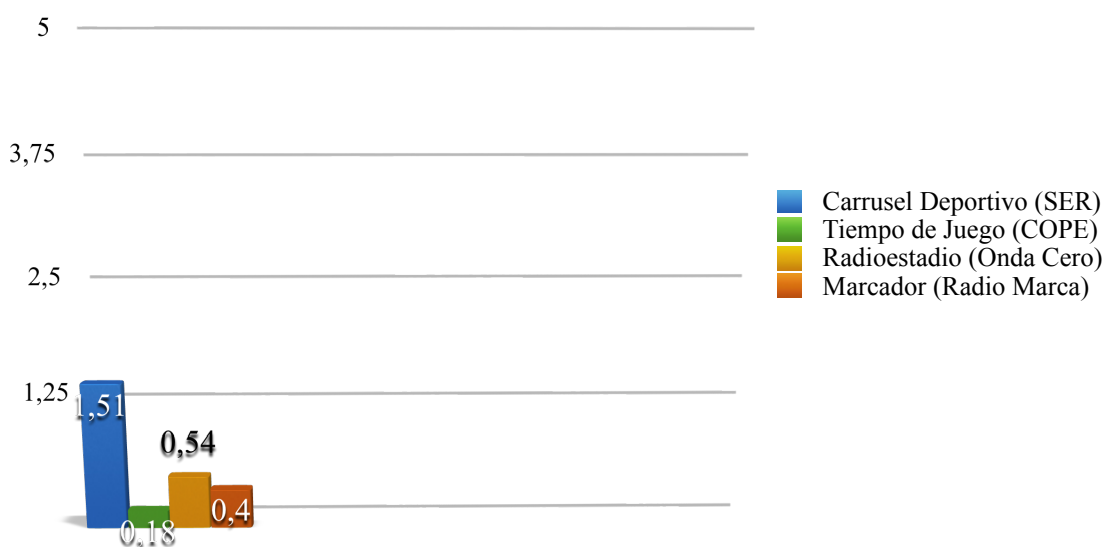
4.1.1.4 Radio Marca

Este programa, presentado por Edu García y Javi Amaro arranca a las 11:30 horas y concluye a las 23:30, es decir, doce horas de radio en directo. El análisis elaborado indica que la información sobre fútbol femenino está presente en este espacio durante 2 minutos y 54 segundos, lo que supone un 0,40% del total.

En este caso, el tiempo máximo que se habla de balompié femenino de manera continuada es de 22 segundos. Todas las intervenciones que se hacen sobre este deporte son en rondas informativas, eso sí, aparece en la mayoría de ellas. A partir de las 20:30 horas ya no se comenta nada más. Cabe destacar, además, que en una de las rondas, se comentan los resultados a dos voces, la del presentador y la de Jaime Toral, quien está al frente de contar cómo van los encuentros de la Liga Iberdrola. No forma parte del resumen final de la jornada la información sobre esta materia.

En total son 15 las intervenciones que se hacen durante todo el programa, todas ellas en rondas informativas.

Gráfico 1: % Tiempo presencia fútbol femenino en los programas de retransmisiones deportivas del 31-3-19 | Fuente: Elaboración propia



Como se puede apreciar en el gráfico 1 la presencia de la información sobre este deporte en los programas de retransmisiones deportivas del día 31 de marzo de 2019 no llega ni al 2%. De los

cuatro analizados, Carrusel Deportivo de la Cadena SER es el espacio que más habla de este deporte durante este día con un 1,51% en el que incluyen la narración de uno de los partidos de la Liga Iberdrola con conexión en directo. Tras él se encuentra Radioestadio de Onda Cero con un 0,54%, Marcador de Radio Marca con un 0,4% y Tiempo de Juego de la Cadena COPE con un 0,18%. Por lo tanto, se puede visualizar que la presencia del balompié femenino en estos espacios, es real, existe, aunque con unos guarismos todavía muy bajos. Se puede decir que esa jornada de la Liga Iberdrola es una más, no decidía nada a nivel clasificatorio por lo que no tuvo excesiva cobertura informativa a nivel general.

4.1.2. Domingo 5 de mayo 2019

Los ocho partidos de la última jornada de la Liga Iberdrola se disputan ese domingo a las 13:00 horas en horario unificado, ya que está en juego el título y el descenso. Es decir, la jornada se concentra en el tramo de 13:00 a 15:00 horas pero se entiende que en las horas posteriores puede haber reacciones porque habrá un campeón de Liga y dos equipos que desciendan de categoría.

4.1.2.1. Carrusel Deportivo. Cadena Ser

Ese día, el programa arranca a las 12:00 del mediodía y finaliza a la 01:30 horas de la madrugada. En total, son 13 horas y 30 minutos de radio en directo. La primera parte del espacio es presentada por Álvaro Benito y va de las 12:00 a las 15:00 horas en el canal secundario. Después, toma el relevo Dani Garrido y la emisión pasa al canal principal hasta la 01:30 horas. El análisis y estudio de tiempos indica que la información sobre fútbol femenino está presente durante 75 minutos y 58 segundos, lo que representa un 9,37% del total del programa.

9 minutos y 16 segundos es el tiempo máximo que se habla de la Liga Iberdrola de manera continuada, en concreto a las 14:50 horas coincidiendo con los minutos finales de la jornada en la Liga Iberdrola y la posterior celebración del Atlético de Madrid, campeón de la competición. Por otro lado, la información sobre esta jornada supone un 42% del total del tramo entre las 13:00 y las 15:00 horas. De hecho, se sitúa por encima del fútbol masculino de Primera División en cuanto a importancia y en el orden en las rondas informativas.

En este programa, hay narración y/o conexión en directo con siete de los ocho partidos de la Primera División Femenina que tienen algo en juego. El encuentro en Zubieta entre Real Sociedad y Atlético de Madrid es narrado desde el estudio por Marta Casas pero además, cuenta con la

presencia a pie de campo de Roberto Ramajo. El partido en Tenerife entre Granadilla y Barcelona es narrado también desde el estudio por Sara Giménez con Airam Gómez a pie de campo. Eso en los choques con el campeonato en juego. Asimismo, también se hace una cobertura especial para los equipos que se juegan el descenso. Justo Rodríguez es el encargado de contar en directo el Málaga - Rayo Vallecano, Sergio Moreno el Logroño - Fundación Albacete y Raúl González el Espanyol - Sporting de Huelva. Por último, Uxue Caballero informa desde el estudio de los encuentros Madrid CFF - Athletic Club y Sevilla - Levante.

Son constantes las conexiones que se hacen a los diferentes estadios donde se está jugando la última jornada de la Liga Iberdrola, se cantan todos los goles y se genera lo que se conoce como un carrusel. En total, son 13 pasos informativos en el tramo de 13:00 a 14:00 horas y 11 pasos de 14:00 a 15:00 horas. En las horas posteriores del programa, no se olvida la información sobre fútbol femenino y son reiterados los recordatorios en rondas informativas de que el Atlético de Madrid ha sido el campeón de la Primera División Femenina. Además, hay dos entrevistas a protagonistas a lo largo del programa. Una en el tramo de 16:00 a 17:00 horas a la jugadora rojiblanca Jennifer Hermoso en la que también interviene su madre, así como al entrenador José Luis Sánchez Vera en la última hora del espacio.

En total son 44 intervenciones a lo largo de todo el programa: once en rondas informativas, dos en las presentaciones de los diferentes bloques del espacio, dos en entrevistas a jugadora y entrenador del Atlético de Madrid y el resto en los diferentes pasos informativos y conexiones en directo para contar el transcurso de la jornada en Primera División.

4.1.2.2. Tiempo de Juego. Cadena Cope

El espacio, presentado por Paco González y Pepe Domingo Castaño, arranca a las 12:00 del mediodía y finaliza a la 01:30 horas de la madrugada con Juanma Castaño en la dirección. En total, son 13 horas y 30 minutos de programación. El análisis realizado indica que la información sobre la Primera División Femenina está presente durante 23 minutos y 54 segundos, lo que supone un 2,95% del total del programa.

7 minutos y 46 segundos es el tiempo máximo que se habla de esta disciplina de manera seguida, concretamente en la última hora del programa con la entrevista que le hace Juanma Castaño a la jugadora del Atlético de Madrid, Amanda Sampedro, tras la consecución del título de Liga y el

posterior comentario y análisis de la periodista Andrea Peláez. Por su parte, la información sobre fútbol femenino en el tramo en el que se desarrolla la última jornada de la Liga Iberdrola, entre las 13:00 y las 15:00 horas es de un 8,69%.

Este programa, realiza un tratamiento informativo especial y con conexiones en directo en los dos estadios donde se juega el campeonato de Liga y desde el estudio Andrea Peláez tiene la tarea de contar cómo se desarrolla el resto de la jornada. Mauri Idiákez es el encargado de narrar el partido en Zubieta entre Real Sociedad y Atlético de Madrid mientras que Cristian García hace lo propio desde Tenerife con el partido Granadilla - Barcelona. Se cantan los goles únicamente de esos dos partidos y el presentador da varios pasos para ver cómo se desarrollan dichos encuentros. En el tramo de 13:00 a 14:00 horas hay cuatro intervenciones mientras que en el tramo de 14:00 a 15:00 hay siete. Una vez que finaliza la jornada, se recuerda que el Atlético de Madrid es el campeón de Liga en las rondas informativas a lo largo de todo el programa. Además, en el resumen final de las 23:00 horas hay un paso con Andrea Peláez para contar cómo ha sido la consecución de ese título y a las 00:30 horas la mencionada entrevista con la jugadora Amanda Sampedro.

Otro aspecto importante, es que se incluyen anuncios sobre el álbum de cromos del Mundial Femenino de 2019 en dos ocasiones.

En total son 26 intervenciones a lo largo de todo el programa: 14 en rondas informativas, ocho en pasos informativos para contar cómo se está desarrollando la jornada en la Primera División Femenina, dos para hacer promociones y anuncios que tienen que ver con el fútbol practicado por mujeres, una en la introducción y una con la entrevista a Amanda Sampedro.

4.1.2.3. Radioestadio. Onda Cero

Este espacio, arranca a las 14:00 y finaliza a las 23:00 horas. Es presentado por Héctor Fernández y Javier Ruiz Taboada. El programa permanece en antena durante 9 horas. La información sobre fútbol femenino está presente durante 17 minutos y 34 segundos, lo que representa un 3,19% del total.

5 minutos es el tiempo máximo que se habla de este deporte de manera seguida, concretamente a las 17:15 horas con la entrevista a la jugadora del Atlético de Madrid, Esther González. Hay que tener en cuenta que este programa da comienzo a las 14:00 horas, una hora después del inicio de la

jornada en la Liga Iberdrola. En cualquier caso, podemos extraer que la información sobre balompié femenino en el tramo entre las 14:00 y las 15:00 horas es del 16,55%, repartidos en tres intervenciones.

La periodista Ana Rodríguez es la encargada de contar toda la jornada de la Liga Iberdrola desde el estudio y el relato se centra principalmente en la pelea por el título y en los equipos que luchan por evitar el descenso. No encontramos conexiones en directo en ninguno de los estadios. Durante la retransmisión salen a la palestra además otros temas de actualidad como la Segunda División, los próximos acontecimientos en el calendario, la posibilidad de que las jugadoras realicen huelga por la falta de convenio o incluso la celebración del Campeonato Europeo Sub17 en el que participa la selección española. En varias de esas ocasiones, el presentador trata de generar una conversación y debate con el resto de miembros del programa.

En las horas posteriores a la disputa de la jornada, se pueden apreciar diferentes recordatorios en rondas informativas de que el Atlético de Madrid se ha hecho con el título de Liga y la mencionada entrevista a la jugadora rojiblanca, Esther González. De las 20:00 horas en adelante ya no se detecta ninguna mención a la información sobre la Primera División Femenina.

En total son 9 las intervenciones durante el programa: cuatro en diferentes pasos informativos para contar el desarrollo de la jornada en la Liga Iberdrola, tres en rondas informativas, una en la introducción y otra con la entrevista a la jugadora Esther González.

4.1.2.4. Marcador. Radio Marca

José Rodríguez se encarga de presentar este programa en el primer tramo desde las 11:30 hasta las 14:00 horas. Después llegan Javier Amaro y Edu García para conducir este espacio hasta las 23:00 horas. En total, son 11 horas y 30 minutos de radio deportiva en directo. De este análisis, se puede extraer que se habla de fútbol femenino durante 12 minutos y 38 segundos, lo que supone un 1,83% del total del programa.

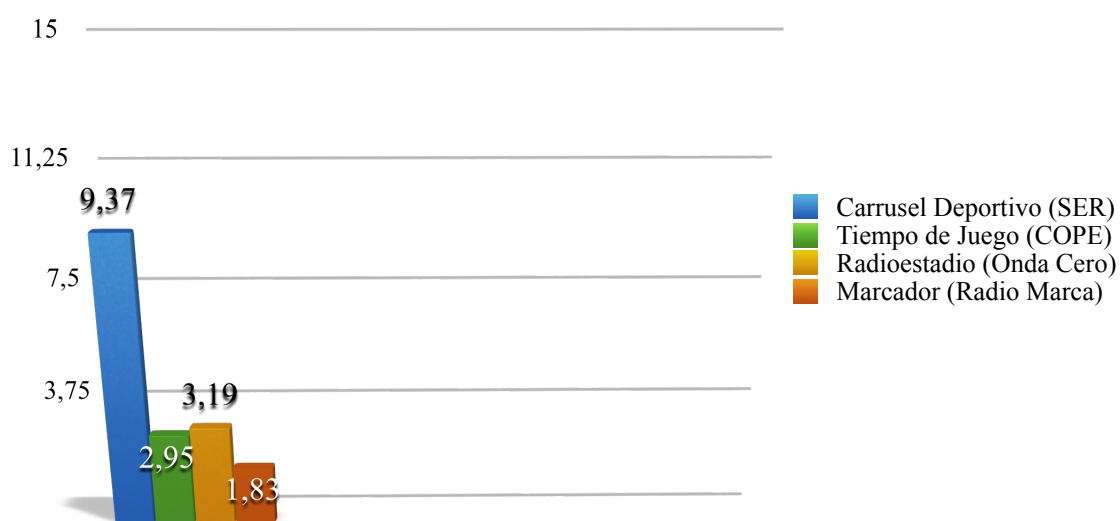
2 minutos y 43 segundos es el tiempo máximo que se habla de este deporte de manera seguida, concretamente en la primera conexión en directo con Zubieta para que el periodista Jon Cuezva cuente la previa del partido entre Real Sociedad y Atlético de Madrid. La presencia informativa en el tramo en el que se disputa la jornada de la Liga Iberdrola, de 13:00 a 15:00 horas, es de un

5,47%. Con seis intervenciones de 13:00 a 14:00 y siete de 14:00 a 15:00. Como se ha comentado, realizan conexión en directo tan solo con un estadio. El periodista Jaime Toral se encarga de informar desde el estudio del resto de partidos. El interés se centra, principalmente en la disputa por el título aunque también se cuenta en varios pasos como se está desarrollando el resto de la jornada.

Tras la finalización de los partidos, la información sobre balompié femenino aparecerá en el programa en cuatro ocasiones. Tres de ellas en el tramo entre las 15:00 y las 16:00 horas, con dos recordatorios de que el Atlético de Madrid es campeón de Liga y con una conexión con Zubieta para una entrevista post partido a la capitana del conjunto rojiblanco, Amanda Sampedro. La última aparición de la información sobre la Liga Iberdrola se detecta a las 17:18 horas en la sección de mensajes de los oyentes, uno de ellos se acuerda de que el equipo madrileño ha ganado la competición. A partir de ahí, ya no se habla más de esta materia y por lo tanto, no forma parte del resumen final de la jornada.

En total son 20 intervenciones a lo largo de todo el programa, 11 pasos informativos para ver cómo se está desarrollando la jornada en Primera División, siete en rondas informativas, una con la entrevista a Amanda Sampedro y otra para escuchar un mensaje de un oyente que hablaba de la Primera División Femenina.

Gráfico 2: % Tiempo presencia fútbol femenino en los programas de retransmisiones deportivas del 5-5-19 | Fuente: Elaboración propia



El gráfico número 2 indica la presencia de la información sobre la Liga Iberdrola en los programas de retransmisiones deportivas del día 5 de mayo de 2019. De los cuatro programas que se han

analizado, Carrusel Deportivo de la Cadena SER es el espacio que más habla de este deporte durante este día con un 9,37% con una cobertura muy extensa de la jornada de Liga Iberdrola con la narración de siete partidos. Radioestadio de Onda Cero se sitúa en segundo lugar con un 3,19%, con la peculiaridad de que no realiza ninguna conexión en directo. Tiempo de Juego de la Cadena COPE ocupa la tercera plaza con un 2,95% con narración en directo de los dos encuentros en los que se estaba jugando el título. Marcador de Radio Marca se sitúa en cuarto lugar con un 1,83%, con la conexión en directo en el partido entre Real Sociedad y Atlético de Madrid. Los cuatro programas realizan posteriormente entrevistas con los protagonistas.

Gráfico 3: % Tiempo presencia fútbol femenino en los tramos horarios en los que se disputa la jornada de la Liga Iberdrola en los programas de retransmisiones deportivas del 5-5-19 |

Fuente: Elaboración propia



Del gráfico 3 se puede extraer que durante el 5 de mayo de 2019, Carrusel Deportivo de la Cadena SER habla sobre fútbol femenino en los tramos horarios en los que se está disputando la jornada de la Liga Iberdrola un 42% del tiempo, muy por delante de Radioestadio de Onda Cero con un 16,55%, Tiempo de Juego con un 8,69% y Marcador de Radio Marca con un 5,47%. Los cuatro programas, conscientes de la importancia de esa última jornada de Liga Iberdrola que decide el campeonato y el descenso, deciden realizar una cobertura especial. Todos ellos, excepto Radioestadio cuentan con conexiones en directo en alguno de los estadios donde hay algo en juego.

4.1.3. Análisis de datos extraídos

En resumen, de este análisis se puede extraer que la Cadena SER está un paso por delante que el resto de emisoras en cuanto al tratamiento informativo del fútbol femenino en los programas de retransmisiones deportivas. Apuestan por cubrir las jornadas de Liga Iberdrola con conexiones y narración en directo sea cual sea la fecha y según la importancia, como se ha visto durante el análisis de la última jornada que decidía el campeonato, de ponerlo por delante del fútbol masculino. Además, Carrusel Deportivo apuesta por que la mayoría de personas encargadas de narrar los partidos femeninos sean mujeres, algo poco habitual hoy en día. El resto de programas, Tiempo de Juego, Radioestadio y Marcador no han alcanzado ese nivel pero también van introduciendo poco a poco este tipo de contenidos. Hay que destacar que estas tres emisoras cuentan en sus redacciones con especialistas en la materia que aportan en estos espacios un valor añadido a la hora de contar este tipo de contenido.

4.2 Análisis de contenido de los programas exclusivamente sobre fútbol femenino

Tras la búsqueda en las diferentes parrillas informativas de los programas exclusivamente sobre esta disciplina se ha llegado a lo siguiente: de las cuatro emisoras a estudiar, tan solo la Cadena SER no cuenta con ningún programa específico. Área Chica es el espacio de la Cadena Cope. Ellas Juegan, por su parte, es el podcast de Onda Cero y Goles de Tacón es el programa de Radio Marca.

4.2.1. Semana 4-10 marzo

4.2.1.1. Área Chica Cope

Este espacio, está presentado por la periodista Andrea Peláez. Se emite cada martes o jueves a través del podcast. No tiene una duración predeterminada y sus programas oscilan entre los 35 y los 70 minutos. Al podcast se puede acceder a través de la página web ², la página de Facebook ³ o la cuenta de Twitter ⁴.

El programa del martes 5 de marzo tiene una duración de 47 minutos y 55 segundos. La presentadora, Andrea Peláez conduce el espacio en solitario. Comienza con una sintonía y una

² <https://www.cope.es/programas/solo-copees/area-chica-cope/podcast>

³ <https://www.facebook.com/areachicaCOPE/>

⁴ <https://twitter.com/AreaChicaCOPE>

careta en la que se da paso a los contenidos que se van a tratar. Se puede decir que el programa se estructura en seis partes. La citada presentación, los titulares que ha dejado la semana en los que se dan tres noticias, una de ellas con corte de voz incluido. Tras ello, se realiza una entrevista al portavoz de la plataforma de peñas del Rayo Vallecano (ADRV), Diego Rodríguez, en la que se habla de la petición de este colectivo para la apertura del estadio de Vallecas al equipo femenino. Después, hay otra entrevista al director del proyecto Soccernauts, Rubén Hidalgo, en la que comenta esta iniciativa para impulsar al fútbol femenino en un gran evento. Seguidamente, Andrea Peláez abre un tiempo de análisis y opinión con Borja Rodríguez, colaborador del espacio, en el que tratan sobre algunos temas de actualidad. El programa acaba con el recordatorio de las redes sociales y contando dos noticias más, el próximo partido de la selección española y la próxima jornada de la Liga Iberdrola.

El programa cuenta con una amplia variedad de temas tanto de actualidad como atemporales. Se emplea con frecuencia el uso del recurso musical para dar viveza al espacio y también cortes de voz. No tiene publicidad y todos los entrevistados y participantes en el programa lo hacen por teléfono. En cuanto a los géneros periodísticos utilizados, la entrevista ocupa más de la mitad del programa con un 58,2%, seguido del tiempo de análisis y opinión con un 23,3% y el tiempo de noticias con un 18,5%.

4.2.1.2. Ellas Juegan

Este programa, presentado por la periodista Ana Rodríguez se emite todos los martes a través del podcast. Normalmente tiene una duración de 50 minutos aunque pueden ser más cortos en función de lo que depare la semana informativamente hablando. Al podcast se puede acceder a través de la página web ⁵ o bien mediante la cuenta de Twitter del programa ⁶.

El programa analizado, el emitido el martes 5 de marzo tiene una duración exacta de 34 minutos y 35 segundos. La periodista Ana Rodríguez conduce el programa en solitario a una voz. La estructura se organiza en cuatro bloques. Una introducción en la que se cuentan tres noticias que ha dejado la semana, una entrevista en profundidad a la excapitana del Rayo Vallecano, Natalia Pablos, un análisis sobre asuntos de actualidad con el periodista del diario Marca, David Menayo y una

⁵ <https://www.ondacero.es/solo-ondaceroes/ellas-juegan-en-la-onda/>

⁶ <https://twitter.com/EllasJueganOCR>

despedida en la que se da una noticia más sobre la próxima jornada de la Liga Iberdrola. La entrevista centra prácticamente la mitad del podcast (49,4%), junto con el tiempo para el análisis de la actualidad (35,3%). En último lugar se sitúa la noticia (14,8%). En este programa, no se utilizan cortes de voz y no hay publicidad. Las dos conversaciones que se realizan se hacen vía telefónica. No hay excesiva utilización de recursos musicales.

4.2.1.3. Goles de Tacón

Este programa se emite todos los jueves de 15 a 15:30 horas en la antena de Radio Marca. Se trata del único de los tres que tiene cabida en antena con 30 minutos de duración y presentado por Javier De la Casa. Al podcast, por su parte, se puede acceder a través de la página web ⁷, del Twitter ⁸ y de la plataforma Ivoox ⁹.

El programa del jueves 7 de marzo tiene una duración de 30 minutos y en él participan el presentador, Javier De la Casa y el periodista David Menayo. Es el único de los tres en el que se utilizan dos voces para el desarrollo de todo el programa. El espacio arranca con una sintonía característica e innovadora en la que se escucha la narración de goles marcados por jugadoras y testimonios de futbolistas para proseguir con una careta de presentación. El programa se estructura en cuatro partes y en todas ellas se intercalan las voces de los dos locutores.

En la presentación, la conversación entre ambos gira en torno a los titulares y las noticias más importantes de la semana, una de ellas con corte de voz. Después, los dos hacen un análisis del principal tema, la guerra entre Real Federación Española de Fútbol y La Liga por la creación de una nueva competición de fútbol femenino. Aquí rescatan una entrevista realizada en otro de los programas de la emisora a Rafael del Amo, presidente del Comité Femenino de la FEF, y con cinco cortes de voz tratan de explicar y contar esta información. Tras ello, realizan una entrevista a una de las capitanas del Alavés, María Ortiz, en la que hablan de la trayectoria del equipo en su pelea por ascender a la Liga Iberdrola así como de otros temas personales de la jugadora. En la despedida, anuncian un concurso en el que sortearán entradas para un partido de la Liga Iberdrola e informan sobre la próxima jornada de esta competición.

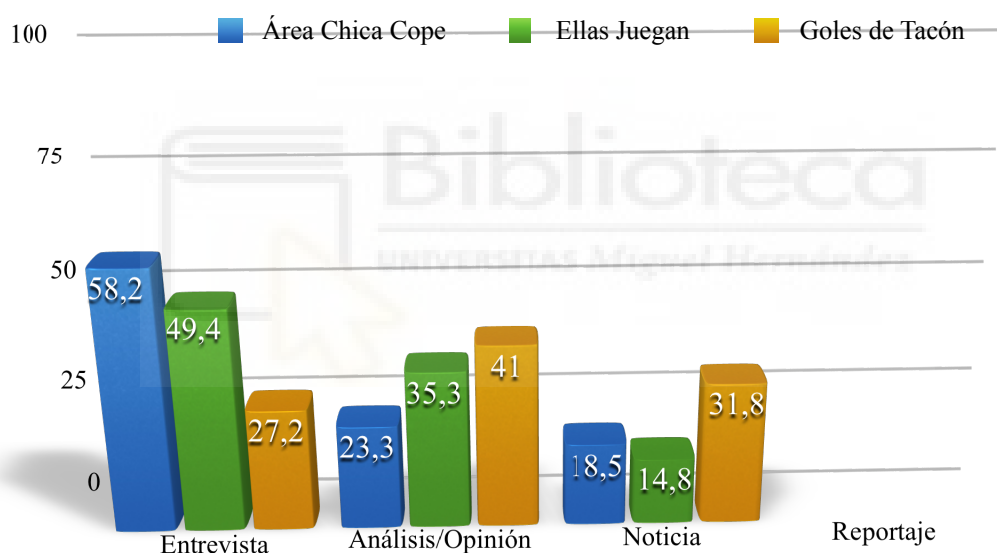
⁷ <https://www.marca.com/radio/programas/golesdetacon.html>

⁸ <https://twitter.com/golestacon>

⁹ https://www.ivoox.com/podcast-goles-tacon-futbol-femenino_sq_f1308994_1.html

Otra de las características del programa es que sí tiene publicidad tanto a la mitad del espacio como al final. El programa es muy dinámico al contar con dos voces, el empleo de recursos musicales entre secciones y en este caso, cortes de voz. A pesar de contar con tan solo 30 minutos, se tratan varios temas, y entre ellos, se habla de la Segunda División. En cuanto a los géneros periodísticos utilizados en este programa, el tiempo para el análisis centra el grueso del espacio con un 41% del tiempo total al contar, como hemos mencionado anteriormente, con hasta cinco cortes de voz del presidente del Comité Femenino de la RFEF. Después, el tiempo para las noticias con el 31,8% y la entrevista con un 27,2%.

Gráfico 4: % Géneros periodísticos utilizados en los programas exclusivamente sobre fútbol femenino (Semana 4-10 marzo) | Fuente: Elaboración propia



El gráfico 4 indica que Área Chica y Ellas Juegan centran gran parte de su podcast con el género de la entrevista y el del análisis/opinión y en el que la noticia no llega casi al 20% del tiempo. Goles de Tacón, por su parte, supera el 30% del total con este género para tratar el tema del conflicto entre Liga y Real Federación Española de Fútbol. Se observa una gran similitud en cuanto al formato y estructura de los programas de la Cadena COPE y Onda Cero.

4.2.2. Semana 11-17 marzo

4.2.2.1. Área Chica Cope

El otro programa que se ha analizado es el del jueves 14 de marzo, tiene una duración de 47 minutos y 49 segundos y es presentado por Andrea Peláez.

Este espacio cuenta con una amplia variedad de temas y formatos para contar y analizar la actualidad del fútbol disputado por mujeres en España. El programa comienza con una breve introducción con la noticia de la semana y la presentación de contenidos y poco después se repasan más titulares, como por ejemplo los resultados de la anterior jornada en la Liga Iberdrola, la clasificación, que el estadio de San Mamés se abre por primera vez para el equipo femenino del Athletic Club de Bilbao o la retirada deportiva de la futbolista del Valencia Andrea Esteban. Aquí predominan los recursos sonoros utilizados. La música separa las distintas noticias y la última de ellas se complementa con un corte de voz.

Además, Andrea Peláez entrevista a la delantera del Atlético de Madrid, Jennifer Hermoso con la que habla de la previa del partido entre su equipo y el Barcelona, el ambiente que habrá en el estadio Wanda Metropolitano o de la selección española y el Mundial. Después, entra en juego el tiempo para la opinión y la tertulia. Las colaboradoras del programa Barbara Quesada, Sandra Sánchez y Chantal Reyes junto con Andrea Peláez debaten sobre varios asuntos como el esperado partido entre Atlético de Madrid y Barcelona, la apertura de grandes estadios para que jueguen los equipos femeninos o el candente conflicto entre RFEF y La Liga por la creación de una nueva competición.

El último tramo del programa cuenta con la presencia de otro colaborador, Borja Rodríguez quien realiza un análisis sobre fútbol femenino internacional y de selecciones. En la despedida, se informa sobre todos los partidos de la próxima jornada en la Liga Iberdrola.

En cuanto a los géneros periodísticos utilizados, el tiempo para el análisis y la opinión ocupa el 45,40% del total del programa, la entrevista el 35,50% mientras que la noticia representa un 19,10%. El podcast no tiene publicidad.

4.2.2.2. Ellas Juegan

El programa que se ha examinado es el del martes 12 de marzo, es presentado por Ana Rodríguez y tiene una duración de 45 minutos y 22 segundos.

La noticia principal de la semana, el conflicto entre RFEF y La Liga centra la mayor parte del podcast. Tras la sintonía y la careta de presentación, Ana Rodríguez adelanta los contenidos y tras ello se abre el tiempo para el análisis y la opinión sobre ese mencionado conflicto. Los

colaboradores del programa Anabel Morán, Paloma Monreal, Sandro Arrufat, Chantal Reyes y Javier de la Casa explican su punto de vista a través de mensajes que han dejado grabados ya que no existe interacción con la presentadora.

Después del bloque de opinión, Ana Rodríguez realiza una entrevista a la capitana de Osasuna, Mai Garde después de que su equipo, que milita en Segunda División consiguiera la victoria ante el Eibar en el estadio de El Sadar. Cuenta su historia personal y habla además de un video que se hizo viral por regalarle a su padre la camiseta de Osasuna con el nombre de ella. La Segunda División sigue teniendo su espacio en este podcast, ya que la siguiente entrevista es a Vera Martínez, jugadora del Alavés. El programa finaliza contando los partidos de la próxima jornada en la Liga Iberdrola.

En cuanto a los géneros periodísticos utilizados, la noticia representa el 12,89% del total, la entrevista ocupa el 52,87% mientras que el espacio para el análisis y la opinión supone un 34,24%. No hay publicidad en este podcast.

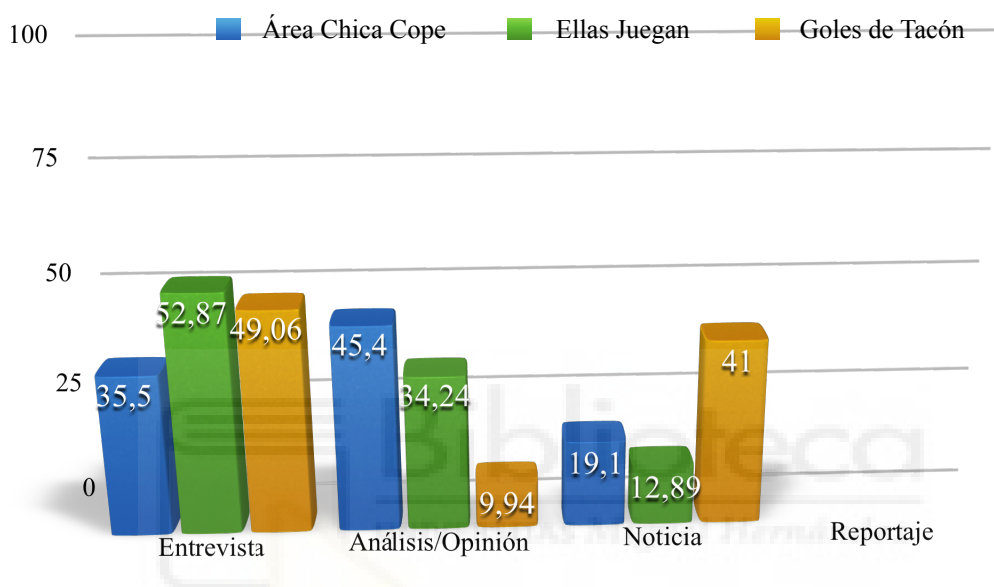
4.2.2.3. Goles de Tacón

El programa que se ha estudiado es el del jueves 14 de marzo, presentado a dos voces por Javier de la Casa y David Menayo y con una duración de 30 minutos.

La jornada que se ha disputado entre semana, la previa del partido entre Atlético de Madrid y Barcelona y el conflicto entre RFEF y La Liga centran la presentación del programa por parte de Javier de la Casa. Tras una pausa para una cuña publicitaria, los dos presentadores del espacio hacen una previa del citado partido y entrevistan a la futbolista del Barcelona Mapi León con la que hablan de los principales temas de actualidad que envuelven al fútbol femenino. Tras ello, emiten la grabación de una entrevista a la jugadora del Atlético de Madrid Dolores Silva y al técnico José Luis Sánchez Vera en la que comentan el último partido disputado de Liga Iberdrola y la previa del choque en el Wanda Metropolitano ante el Barça. Luego, se abre el tiempo de análisis y opinión con la sección “La Lupa” de Marcos González, que hace el repaso del resto de la jornada que se ha jugado entre semana. En el último tramo del programa se mencionan de dos aspectos más. Uno de ellos es el problema de salud del exentrenador del Granadilla, Toni Ayala. Se rescata un corte de voz de una entrevista realizada en Radio Marca Tenerife. El otro tema, es la retirada del fútbol profesional de la jugadora del Valencia CF Andrea Esteban.

En cuanto a los géneros periodísticos utilizados, la noticia representa un 41%, la entrevista un 49,06% mientras que el tiempo para el análisis y la opinión supone un 9,94% del total del programa. En este espacio, como hemos mencionado anteriormente y al emitirse en antena sí que cuenta con publicidad.

Gráfico 5: % Géneros periodísticos utilizados en los programas exclusivamente sobre fútbol femenino (Semana 11-17 marzo) Fuente: Elaboración propia



El gráfico 5 vuelve a indicar una cierta similitud en cuanto a la estructura y formato de los espacios de la Cadena COPE y Onda Cero en el que predominan tanto la entrevista como el tiempo de análisis y opinión. En este caso, la entrevista también es el recurso más utilizado por el programa de Radio Marca. La gran diferencia se encuentra en el género de la noticia. De nuevo, Goles de Tacón saca un porcentaje bastante más grande que Área Chica y Ellas Juegan.

4.2.3. Análisis de datos extraídos

En resumidas cuentas, los programas exclusivamente sobre balompié femenino aportan todo aquello que no tiene cabida en la antena de los principales espacios de retransmisiones deportivas. Se hace un exhaustivo análisis de la Liga Iberdrola, se cuentan los principales compromisos de la selección española y en definitiva se aporta una visión más extensa del fútbol practicado por mujeres en España. De los tres que se han estudiado, solo uno de ellos tiene hueco en la antena, Goles de Tacón de Radio Marca. Esa circunstancia hace que su tiempo de emisión sea siempre el mismo y se tenga que ajustar a unos parámetros diferentes a los otros dos programas que solo se pueden encontrar a través del podcast. En los dos espacios analizados, Goles de Tacón cuenta con

un porcentaje mayor de noticias e información. Se entiende que ese ajuste a un tiempo determinado no permite realizar piezas informativas tan amplias. Por el contrario, Área Chica y Ellas Juegan recurren a géneros periodísticos más extensos como la entrevista y el análisis/opinión. En definitiva, estos programas responden a la demanda de los aficionados por la información sobre fútbol femenino que no pueden encontrar en el día a día. Otro de los aspectos a destacar en este análisis es que no se ha detectado el género del reportaje en ninguno de los programas especializados.

4.3. Otros espacios informativos

Tras el barrido de las diferentes webs y redes sociales y la posterior escucha de los respectivos podcast se puede afirmar que la presencia informativa de este deporte va más allá de los programas de retransmisiones deportivas y de los especializados. Sobre todo, se puede encontrar este tipo de contenido en los otros espacios deportivos de las emisoras a analizar.

4.3.1. Cadena SER

4.3.1.1. Hora 25 Deportes

Este espacio forma parte del programa Hora 25 presentado por Àngels Barceló que da comienzo a las 20:00 y finaliza a las 23:30 horas de lunes a viernes. De 20:30 a 21:00 horas Jesús Gallego dirige Hora 25 Deportes. La información detectada durante el mes de abril en este espacio es la siguiente:

El día 5 este informativo deportivo comenta el último partido de la selección española femenina ante Brasil en Don Benito. El día 12, se habla la previa de la jornada 27 en la Liga Iberdrola tras el parón por los partidos de selecciones. El día 17, se menciona el partido adelantado de la jornada 28 de la Primera División Femenina entre Madrid CFF y Barça.

El día 18, se trata la previa de la semifinal de Champions League entre Barça y Bayern en el que se puede escuchar en un corte de voz al técnico del conjunto culé, Lluís Cortés. El día 22, se explican los partidos que se han jugado en la Liga Iberdrola, el Espanyol - Atlético de Madrid y el Valencia - Levante así como una noticia sobre el gran ambiente de público que tendrá el Miniestadi para la vuelta de las semifinales de la Champions entre Barça y Bayern. El día 26, el presentador Jesús Gallego recuerda que ese fin de semana se disputa la vuelta de las semifinales de Champions League Femenina.

4.3.1.2 SER Deportivos

Este programa, se puede escuchar en antena de lunes a viernes de 15:00 a 16:00 horas, aunque hay que diferenciar dos partes. De 15:00 a 15:20 horas se emite SER Deportivos a nivel nacional y de 15:20 a 16:00 horas toman el relevo las emisoras locales para contar el deporte más cercano. El análisis realizado recoge únicamente el primer tramo que es presentado por Francisco José Delgado.

El contenido encontrado durante el mes de abril es el siguiente: El día 9, se menciona la previa del partido que van a jugar la selección española e inglesa. El día 10, se cuenta lo que dio de sí el partido entre España e Inglaterra. El día 22, se comenta la victoria del Barça ante el Bayern de Munich en las semifinales de la Champions League, y en la Liga Iberdrola, la victoria del Atlético de Madrid ante el Espanyol y la reivindicación de una de las jugadoras del conjunto perico por la profesionalización de esta disciplina. El día 26, en la parte de partidos de fútbol femenino televisados, se informa de que se podrá ver el encuentro entre Barça y Bayern de Munich de Champions así como el Madrid CFF - Levante de Liga Iberdrola.

4.3.1.3. El Larguero

Este programa se puede escuchar de lunes a viernes de 23:30 a 01:30 y los sábados y domingos de 00:00 a 01:30 horas. Presentado por Manu Carreño y Yago de Vega.

La información localizada durante el mes de abril es el siguiente: El día 6, el presentador Yago de Vega realiza una entrevista a Andrea Esteban, jugadora del Valencia CF que ha tenido que retirarse por las lesiones con 23 años. El día 13, se puede encontrar una entrevista a Irene Guerrero y Marta Carrasco, capitanas del Betis y Sevilla en la previa del derbi andaluz. El día 27, entrevista al coordinador de actividades de la Fundación Athletic Club de Bilbao, Galder Reguera y a una de las jugadoras del equipo femenino, Ainhoa Tirapu para contar una iniciativa que han desarrollado para fomentar la unión entre el fútbol y la lectura.

4.3.1.4. Acento Robinson

Este espacio se emite cada domingo de 13:00 a 14:00 horas y es dirigido por Michael Robinson.

La información hallada durante el mes de abril en este espacio es la siguiente: El día 14, entrevista a la jugadora Alba Palacios. Se trata de la primera futbolista transgénero federada en España y en esa conversación cuenta lo que ha tenido que pelear y luchar para conseguirlo. El día 30, el presentador

entrevista a Ana Rosell, una de las impulsoras del fútbol femenino en España. Rosell es jugadora, entrenadora, directiva, comentarista y empresaria y una de las referentes en cuanto a gestión deportiva.

4.3.2. Cadena COPE

4.3.2.1. Deportes COPE

Este programa se emite en antena de 15:05 a 16:00 horas presentado por José Luis Corrochano y también de 20:30 a 21:00 horas dirigido por Manolo Lama. A mediodía, hay una desconexión local de 15:25 a 16:00 horas para contar la información más próxima. El análisis realizado se centra en el tramo nacional.

El contenido detectado sobre esta materia durante el mes de abril es el siguiente: El día 1, se informa sobre cómo ha ido el fin de semana con los resultados más destacados en la jornada en la Liga Iberdrola. El día 2, se habla del conflicto Liga - RFEF por la creación de una nueva competición. El día 4, recuerdan que esa semana no hay jornada en Primera División por los compromisos de selecciones. El día 5, mencionan el partido que juega España ante Brasil. El día 5 por la tarde, cuentan la victoria del combinado nacional por 2-1 en ese encuentro ante la 'canarinha'. El día 8, nombran que España jugará ante Inglaterra el próximo compromiso internacional. El día 9, se recuerda que esa noche España jugará ante Inglaterra. El día 9 por la tarde, se relata en directo el resultado del partido entre ambas selecciones. El día 10, se explica cómo le fue al combinado nacional ante Inglaterra. El día 11, se trata la previa del derbi andaluz entre Sevilla y Betis del fin de semana, y que el Benito Villamarín será el estadio del partido. Se utiliza un corte de voz rescatado de Área Chica.

El día 12, se narra la previa del derbi sevillano entre Betis y Sevilla y cómo se presenta la jornada para los equipos que pelean por el título. El día 17, se anuncia el partido adelantado de la Liga Iberdrola entre Madrid CFF y Barça. El día 19, se indica que se podrá ver en televisión el partido entre Bayern de Munich y Barcelona así como el de la Liga Iberdrola, Sevilla - Athletic Club. También, se hace un repaso de esa jornada en Primera División. El día 22, se comunica de que el Barça ganó al Bayern ese fin de semana en la semifinal de Champions, y que el Espanyol jugó su primer partido en Cornellà-El Prat y que lo perdió ante el Atlético, líder de la Liga Iberdrola. También ese día, se nombran los partidos de la jornada de la Liga Iberdrola. El 26, información sobre la previa del Barça - Bayern y la penúltima jornada en Primera División. El día 29, rescatan la

narración del gol de Mariona Caldentey para informar de que el Barça ha llegado a la final de la Champions League de Budapest. También el día 29 se detalla que el Barça es el primer equipo español de la historia en clasificarse para esa final europea y que el Atlético de Madrid está a un paso de ganar la Liga Iberdrola.

4.3.2.2. Partidazo Cope

Este espacio se emite de lunes a viernes de 23:30 a 01:30 horas y es presentado por Juanma Castaño.

La información detectada sobre balompié practicado por mujeres durante el mes de abril es la siguiente: El día 2 de abril, Juanma Castaño realiza una entrevista a María Gómez, árbitra y jugadora de fútbol. El motivo de la entrevista fue que Gómez, de 15 años, al término de un partido como árbitra, escribió en el acta que el público de los dos equipos había aplaudido su actuación y como no es lo habitual, lo reflejó en el acta. El día 26, se puede encontrar una entrevista a la jugadora del Alhama CF Fémimas, María Requena. Esta futbolista se juega el fin de semana el playoff de ascenso a la Liga Iberdrola con su club y tiene la posibilidad de no jugar porque le ha tocado ser suplente en una mesa electoral en las Elecciones Generales.

4.3.3. Onda Cero

4.3.3.1. El Transistor

Este programa, presentado por José Ramón de la Morena se emite de lunes a domingo de 23:30 a 01:30 horas.

El contenido detectado sobre fútbol femenino durante el mes de abril es el siguiente: El día 13, la jugadora del Betis Nuria Ligeró es entrevistada después del derbi sevillano jugado el fin de semana. El día 19, José Ramón de La Morena entrevista a Ivana Andrés, jugadora del Levante en la previa del derbi valenciano que se disputa en el estadio de Mestalla. El día 21, se realiza una entrevista a la jugadora del F.C. Barcelona, Leila Ouahabi después de que su equipo esté a un paso de conseguir la clasificación para la final de la Champions Femenina.

4.3.3.2. La Brújula del Deporte

Este espacio forma parte del programa La Brújula, presentado por Juan Ramón Lucas y que se emite de lunes a viernes de lunes a viernes de 20:00 a 23:30 horas.

Alberto Pereiro dirige La Brújula del Deporte de 20:30 a 21:00 horas. La información encontrada sobre balompié femenino durante el mes de abril es la siguiente: El día 5, se informa sobre el partido de la selección española ante Brasil en Don Benito y del encuentro del martes ante Inglaterra. El día 9 se comenta cómo va el partido que se está jugando en directo entre España e Inglaterra, así como que la selección Sub 19 ha ganado a Escocia 0-3 y estará en el Europeo. El día 11, se explica la previa del derbi sevillano entre Betis y Sevilla que se jugará en el Benito Villamarín y que en el estadio de Cornellà - El Prat se ha colgado el cartel de no hay billetes para el partido entre el Espanyol y el Atlético de Madrid del próximo 22 de abril.

El día 17, se cuenta el resultado de uno de los partidos adelantados de la jornada en la Liga Iberdrola, el Madrid CFF y Barça y cómo queda la clasificación. El día 19, en la sección de partidos televisados por Movistar se comunica que se podrá ver el encuentro de ida de las semifinales de Champions entre Barça y Bayern y el choque de la Liga Iberdrola entre Sevilla y Athletic Club de Bilbao.

El día 22, se reseñan los dos partidos que se han jugado por la mañana entre Espanyol y Atlético de Madrid con más de 20.000 personas en el estadio Cornellà - El Prat y el encuentro disputado en Mestalla entre Valencia y Levante. El día 26, en la sección de partidos televisados por Movistar se menciona que se podrá ver el partido de vuelta de las semifinales de Champions entre Barça y Bayern y el partido de Liga Iberdrola entre Madrid CFF y Levante. El día 29, se habla de la previa de la última jornada de la Liga Iberdrola que decidirá el título y el descenso. El día 30, se detalla que ya está colgado el podcast de Ellas Juegan, el programa de balompié femenino de Onda Cero.

4.3.3.3. Más de Uno

Este magacín de actualidad se emite de lunes a viernes de 06:00 a 12:30 horas y es presentado por Carlos Alsina.

Durante el mes de abril se ha detectado tan solo una referencia al este deporte en este espacio: El día 26, María Requena, jugadora de Alhama, es entrevistada por Carlos Alsina por ser suplente en unas de las mesas electorales en los comicios generales.

4.3.4 Radio Marca

4.3.4.1. A Diario

Este espacio se emite de lunes a viernes de 07:00 a 13:00 horas y es presentado por Raúl Valera y Pablo Juanarena.

El contenido sobre fútbol practicado por mujeres hallado durante el mes de abril es el siguiente: El día 2, entrevista con la jugadora de la selección española y del Barça Alexia Putellas en la que se habla sobre los próximos partidos internacionales. El 29 de abril, entrevista al entrenador del Barça, Lluís Cortés después de conseguir el pase a la final de la Champions Femenina. Ese mismo día también se informa sobre la Asamblea General de la RFEF en la que se aprueban los cambios en la Liga Iberdrola.

4.3.4.2. T4

Este programa se emite de lunes a viernes de 16:00 a 20:00 horas y es presentado por Vicente Ortega.

La información sobre balompié femenino detectada durante el mes de abril es el siguiente: El día 26, el presentador entrevista a la jugadora del Barça, Marta Torrejón, en la previa del partido de vuelta de semifinales de la Champions League ante el Bayern.

4.3.5. Análisis de datos extraídos

En resumen, la información sobre esta materia va abriéndose paso a lo largo de la parrilla informativa de las distintas emisoras de radio. Es decir, no solo se puede encontrar este tipo de contenido en los espacios de retransmisiones del fin de semana o en los programas especializados, sino también en los informativos deportivos de mediodía y la tarde así como durante la noche. En este caso, se debería analizar por un lado las emisoras generalistas (COPE, SER y Onda Cero) de la puramente deportiva (Radio Marca) porque tienen formatos y estructuras diferentes.

En los espacios informativos de mediodía y la tarde podemos apreciar una notable presencia del fútbol femenino en forma de breves menciones o recordatorios de las noticias más destacadas de la jornada en la Liga Iberdrola o referentes a la selección española. Esta presencia es casi diaria y suele ubicarse después de la actualidad del fútbol masculino de Primera y Segunda División y del internacional. Es la tónica habitual seguida en programas como Deportes COPE, SER Deportivos y

Hora 25 Deportes o la Brújula del Deporte. T4 de Radio Marca también da cobertura a este contenido pero utilizando la entrevista.

En los programas nocturnos también se puede hallar información sobre fútbol practicado por mujeres. Aquí, prima más el género de la entrevista y los contenidos más amplios. Del análisis realizado durante el mes de abril tanto El Larguero como El Transistor apuestan por realizar entrevistas con futbolistas de la Liga Iberdrola para comentar aspectos puramente deportivos como previas o análisis posteriores de los partidos etc. El Partidazo de COPE, durante el mes de abril, introdujo dos temas relacionados con el fútbol femenino pero para informar sobre noticias más anecdóticas que futbolísticas, como es que una árbitra haya reflejado en el acta que le han aplaudido por desarrollar su trabajo o que una jugadora pueda perderse un encuentro con su equipo por ser suplente en una mesa electoral.

Éste último tema también fue cubierto por Más de Uno, aunque, en este caso, es más entendible al tratarse de un magacín matinal. También por la mañana, A Diario de Radio Marca ofrece información sobre esta disciplina.

Por otro lado, Acento Robinson muestra el lado más humano con dos entrevistas que mezclan el deporte con una historia personal de superación.

4.4. Resultados panel de expertos

Los expertos consideran que el fútbol que juegan las mujeres está teniendo cada vez más presencia en los medios de comunicación.

Andrea Peláez, de la Cadena COPE, hace una valoración muy positiva del crecimiento de esta materia a nivel informativo. “La cobertura cada vez es mayor y más experta. Creo que hemos de valorar de dónde venimos para entender dónde estamos”. Por su parte, Ana Rodríguez de Onda Cero explica que “se está mejorando, porque la demanda cada vez es mayor y eso es lo más importante, que a la gente le interesa y a medida que haya más demanda, los medios nos tenemos que poner las pilas para hablar e informar sobre esta disciplina. Marta Casas, de la Cadena SER explica que el tratamiento informativo de este deporte está en un proceso de evolución. “Son los primeros pasos de un camino aún muy largo por recorrer para el que todos debemos involucrarnos”.

Con respecto a la información sobre balompié femenino en los programas de retransmisiones deportivas de la radio española, los expertos coinciden en que estos espacios también se encuentran en un periodo de adaptación ante el crecimiento de este deporte.

Peláez afirma que “es un proceso necesario” y apunta que “el futuro es incierto” pero cree que “con toda la inversión que se está haciendo tendrá sus frutos”. Rodríguez, por su parte, explica que “estamos todavía en aprendizaje todos, aún es algo minoritario pero lo importante es que ha aparecido, antes no estaba presente” y añade que “a base de éxitos la información sobre fútbol femenino está de manera diaria aunque tenga un papel menos relevante y con el tiempo va a ir a más, sin duda”. Por otro lado, Casas cree que “el futuro debería llevarnos a un tratamiento prácticamente similar al que se le da al fútbol masculino. Es verdad que los tiempos de los programas y los medios son los que son y no siempre hay posibilidad de hacer todo como nos gustaría pero, con el paso del tiempo, espero y deseo que tenga bastante más espacio en todos los medios. Esta temporada ha sido un gran ejemplo del crecimiento que se está experimentando”.

En cuanto a los programas exclusivamente sobre fútbol practicado por mujeres, los expertos están de acuerdo en que el podcast es una gran herramienta para cubrir ese contenido que no tiene suficiente hueco en la antena ya que el oyente tiene la oportunidad en la actualidad de consumir información dónde, cómo y cuándo quiera.

Peláez cree que “la oportunidad es el periodismo especializado para darle a la gente un producto de calidad y que le aporte lo que no encuentra en otro lugar porque o bien no hay tiempo o no hay una información tratada con el mismo cariño, respeto y objetividad”. Rodríguez afirma que “es una forma muy cómoda de consumir radio, cuando quieras, como quieras, siempre disponible en cualquier sitio y plataforma, además fácil de hacer, con pocos medios y una de las mejores herramientas para hablar de cualquier tema”. Casas comenta que “estamos ya en un momento en el que el público busca lo que quiere oír. Los podcast especializados son la respuesta a una necesidad y en el caso del balompié femenino al que, generalmente, no se le dedica tanto tiempo es una gran alternativa. Hay muchos podcast que son productos de grandísima calidad”.

“Área Chica Cope nace de la necesidad de cubrir un deporte que está creciendo a pasos agigantados. Es un programa que trata con rigor y respeto al fútbol femenino y que lo único que busca es darle visibilidad” explica Peláez. Rodríguez cuenta que “Ellas Juegan surge porque

creemos que hay una demanda importante de este producto y como radio que somos debemos tener una responsabilidad, tanto de dar lo que el público demanda, como responsabilidad de hablar de algo que está en auge y al que tenemos que ayudar para crecer y para llevar cada vez a más sitios, a más hogares”.

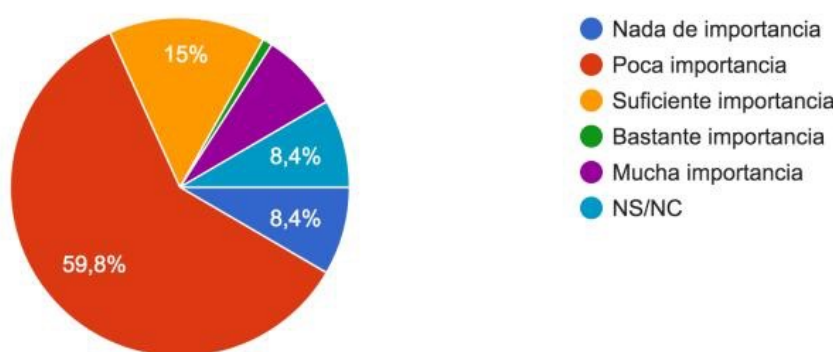
La SER, por ejemplo, no tiene ningún programa específico sobre esta materia. Casas declara que “son muchos los contenidos que se generan cada semana relativos al fútbol femenino”, en referencia a la totalidad de la parrilla informativa en antena, y añade que “es posible que en un tiempo, no muy largo, haya un programa específico”.

4.5. Resultados encuesta

Para el diseño de la encuesta se ha utilizado la función de los formularios de Google. Este cuestionario ha sido publicado y difundido en los perfiles personales tanto de Facebook como de Twitter el miércoles 8 de mayo a las 12:00 horas y finalizado el 23 de mayo a la misma hora. En esta encuesta han participado un total de 107 personas.

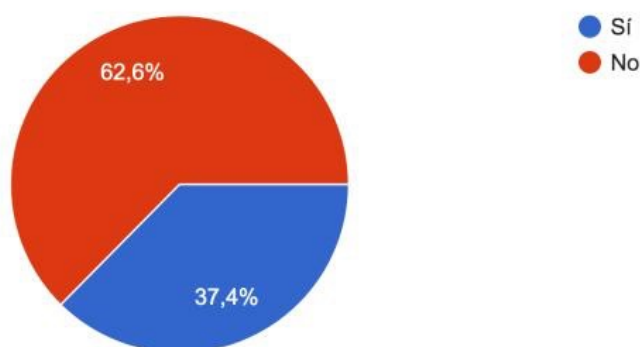
Gráfico 6: Grado de importancia que le da la radio española en general al fútbol femenino |

Fuente: Formularios Google, elaboración propia



El gráfico 6 muestra que el 59,8% de las 107 personas que han participado en la encuesta consideran que la radio española en general le da poca importancia a la información sobre balompié femenino. Un 15% creen que se le da suficiente importancia. Por otro lado, un 8,4% piensa que no se le da nada de importancia y otro 8,4% NS/NC.

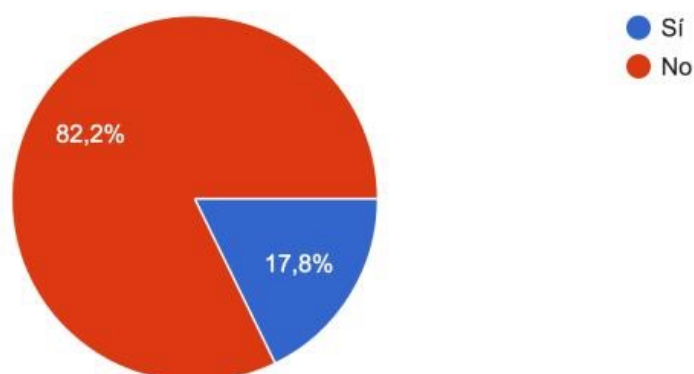
Gráfico 7: ¿Creen los oyentes que en los programas de retransmisiones deportivas se informa lo suficiente sobre fútbol femenino? | Fuente: Formularios Google, elaboración propia



El gráfico 7 muestra que un 62,6% de las personas que han participado en la encuesta sobre fútbol femenino, medios de comunicación y la radio creen que en los programas de retransmisiones deportivas no se informa lo suficiente sobre este deporte mientras que el 37,4% consideran que sí.

De los mismos, un 66,4% no recurre a estos espacios para seguir la actualidad, un 22,4% en alguna ocasión y un 11,2% sí. Además, un 60,7% consideran que estos programas le dan “poca importancia” a la información sobre balompié practicado por mujeres. De los encuestados que los escuchan, un 28% lo hace en Carrusel Deportivo de la SER, un 25,2% en Tiempo de Juego de COPE y un 11,2% en “otro”. Por último, un 66,4% considera que estos espacios deberían dar más cobertura a este deporte por un 33,6% que piensa que no.

Gráfico 8: ¿Conocen los oyentes de radio programas exclusivamente sobre fútbol femenino? | Fuente: Formularios Google, elaboración propia

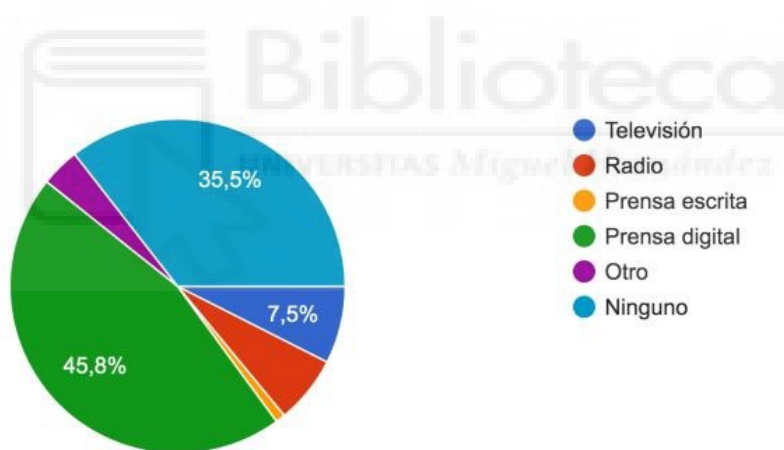


El gráfico 8 indica que el 82,2% de las personas que han participado en la encuesta sobre fútbol femenino, medios de comunicación y la radio no conocen la existencia de programas que hablen exclusivamente sobre este deporte, por un 17,8% que sí tiene constancia.

Además, un 93,5% de los encuestados no escuchan estos espacios por un 6,5% que si lo hacen. De ese pequeño porcentaje, los programas elegidos son: Área Chica COPE (5 personas), Ellas Juegan (1 persona) y Goles de Tacón (1 persona).

Por otro lado, el 88,2% de las personas que han participado en la encuesta no escuchan otro tipo de programas diferentes a los de retransmisiones deportivas o de los que hablan exclusivamente sobre este deporte para informarse sobre ello.

Gráfico 9: Medio de comunicación al que recurren los encuestados para informarse sobre fútbol femenino | Fuente: Formularios Google, elaboración propia



En el gráfico 9 se puede apreciar las preferencias de las 107 personas que han participado en la encuesta sobre fútbol femenino, medios de comunicación y la radio. Un 45,8% de los encuestados recurre a la prensa digital para informarse sobre este deporte. Por otro lado, un 35,5% no recurre a ningún medio de comunicación para estar al día de la actualidad del balompié femenino y un 7,5% lo hace a través de la televisión. Tan solo un 6,5% se decanta por la radio.

Además, un 46,7% de los encuestados consideran que la prensa digital es el medio de comunicación que ofrece una mayor cobertura informativa por delante de la televisión con un 27,1% y la radio con un 10,3%.

4.6. Discusión de resultados

Los programas de retransmisiones deportivas incluyen en antena información sobre balompié femenino de manera constante. En todos los espacios analizados se ha detectado presencia del balompié practicado por mujeres en menor o mayor medida. Hay emisoras, eso sí, como la Cadena SER que han dado un paso adelante con respecto al resto. Se puede comprobar, por ejemplo, en el programa del día 5 de mayo en el que la cobertura informativa de la última jornada de la Liga Iberdrola supuso un 9,37% del total del espacio, una cifra a tener muy en cuenta ya que en el tramo en el que se estaban jugando los partidos, el porcentaje aumenta hasta el 42%.

Por el contrario, todos estos avances parece que siguen siendo insuficientes. 6 de cada 10 encuestados (62,6%) creen que en los programas de retransmisiones deportivas no se informa lo suficiente sobre este deporte.

A lo largo del análisis se ha podido comprobar que la información sobre la Liga Iberdrola sigue ocupando un papel minoritario con respecto al fútbol masculino de Primera y Segunda División u otros deportes como el tenis, baloncesto o el motor. Asimismo, un 60,7% de los encuestados creen que estos programas dan “poca importancia” a esta información.

Por otro lado, y como norma general, la gran mayoría de programas de retransmisiones deportivas de la radio española reduce la cobertura del fútbol femenino a las rondas informativas y a breves menciones de resultados y clasificación a lo largo de estos espacios. Es el resultado que se puede extraer, por ejemplo, del análisis de estos programas el día 31 de marzo, en una jornada de la Liga Iberdrola en la que no se va a decidir nada todavía a efectos clasificatorios. Aquí encontramos, de nuevo, la excepción de Carrusel Deportivo que sí apostó por la narración en directo de uno de los partidos.

Sin embargo, del análisis del día 5 de mayo se puede constatar que la mayoría de las emisoras, ante la importancia de la última jornada de la Primera División Femenina, realizaron una cobertura especial dándole mayor importancia a la que le dan normalmente e introduciendo elementos como la narración en directo o las entrevistas posteriores a las protagonistas.

En cualquier caso, la demanda de este contenido está ahí, ya que un 66,4% de los encuestados consideran que los programas deportivos referencia de la radio española, los de retransmisiones deportivas, deberían dar más cobertura informativa al balompié femenino.

Para cubrir esa información que no tiene cabida en la antena de los principales programas deportivos de la radio han aparecido espacios específicos con el objetivo de dar respuesta a la creciente demanda de este tipo de contenido. COPE, Onda Cero y Radio Marca ya los han añadido a sus parrillas informativas. En este caso, y a excepción de Goles de Tacón de Radio Marca que sí tiene cabida en antena, el resto utilizan la herramienta del podcast.

Estos programas especializados sí que realizan un tratamiento más amplio sobre todo de la Liga Iberdrola pero también de otros temas relacionados como la actualidad de la selección española femenina. Las entrevistas y el análisis o la opinión abundan en estos espacios para ofrecer a los aficionados ese contenido específico. Eso sí, estos espacios no son conocidos por la gran mayoría de oyentes. Un 82,2% de los encuestados no conoce la existencia de este tipo de programas.

De las cuatro emisoras analizadas, la Cadena SER es la única que no tiene un programa específico sobre esta disciplina pero casualmente, es la que más apuesta por la información sobre este deporte en sus diferentes programas según el análisis que se ha realizado. Marta Casas explica que “son muchos los contenidos que se generan cada semana relativos al fútbol femenino. En El Larguero, muy a menudo, entrevistamos a jugadoras de diferentes equipos, en SER Deportivos hay una sección específica, en Carrusel se retransmiten los partidos más importantes de la jornada etc. Es posible que en un tiempo, no muy largo, haya un programa específico pero, de momento, no”.

De esta investigación se puede extraer que, de momento, los aficionados a la radio y al balompié femenino no ven en este medio de comunicación una herramienta para seguir la actualidad de este deporte. De hecho, un 46,7% de los encuestados cree que la prensa digital es el medio que mayor cobertura informativa ofrece sobre el fútbol practicado por mujeres mientras que un 27,1% piensa que es la televisión. Tan solo un 10,3% considera a la radio como la herramienta en la que más contenido se encuentra sobre balompié femenino y, por lo tanto, es un porcentaje muy bajo de la población la que recurre a ella para informarse.

Con respecto al papel que juegan los medios de comunicación en la expansión y crecimiento del fútbol femenino, los expertos consideran que se debe producir una unión de muchos factores. Andrea Peláez piensa que “el primer paso es la sociedad. Los medios producen lo que la sociedad reclama, no dejan de ser un negocio que vive de audiencias y de aceptación. Se está apostando e invirtiendo más desde hace mucho tiempo y eso es muy importante porque los medios de comunicación juegan un papel fundamental en el crecimiento del fútbol practicado por mujeres, por eso creo que estamos en el buen camino y hay que tener paciencia”. Por su parte, Ana Rodríguez piensa que todas las partes son importantes para que crezca: los medios, los patrocinadores, la gente, los espectadores. “Se debe apostar, sobre todo en los programas deportivos, porque es deporte, porque es fútbol, porque cuanto más informes, más demanda de esa información creas y más enganchada mantienes a la gente”.

Marta Casas explica que “todo va de la mano” y añade que “los medios de comunicación tenemos la oportunidad de dar más voz a deportes no tan seguidos pero, no hay que olvidar, que la mayoría de medios tienen que responder a lo que reclama su público. Se han llenado estadios, ha habido récords y, en consecuencia, los medios han respondido con mayor presencia de este deporte (narraciones, entrevistas, crónicas...). Sinceramente, creo que para que tenga más visibilidad todas las partes deben estar involucradas: jugadoras, clubes, aficionados y, por supuesto, los medios de comunicación”.

Por otro lado, que haya más mujeres en las redacciones o que ocupen un papel más importante en los medios de comunicación no tiene nada que ver en el crecimiento de la cobertura informativa del balompié femenino. En ello, han coincidido las tres periodistas expertas.

Andrea Peláez cree “eso no es importante porque no son las mujeres en los medios las únicas que deban llevar al fútbol o al deporte femenino a primera línea, los hombres también pueden hacerlo. Creer que se necesitan mujeres es un error”. Ana Rodríguez no considera “que sea cuestión de mujeres, es cierto que nosotras tenemos más interés en que se hable de mujeres pero no estoy muy a favor de ese cliché de que las mujeres hacen la información del fútbol femenino y el deporte femenino en general, creo que es algo que debemos superar”. Por su parte, Marta Casas piensa que “limitar a las mujeres al deporte femenino o excluir a los hombres no creo que sea el camino. Lo importante es que se hable de ello y tenga el tratamiento que merece, da igual si lo cuenta una mujer o un hombre”.

5. Conclusiones

Después de aplicar las diferentes técnicas metodológicas en la investigación (análisis de contenido, panel de expertos y la encuesta), se presentan las siguientes conclusiones:

En primer lugar, se corrobora la primera de las hipótesis (H1). Los programas referentes de la radio deportiva en España, los de retransmisiones deportivas, están apostando cada vez más por introducir la información sobre esta disciplina. Las principales emisoras nacionales informan habitualmente sobre la Liga Iberdrola y los partidos de la selección española y es habitual detectar este tipo de contenido a lo largo de esos espacios. Se puede decir que la cobertura es real, existe.

Por otro lado, se entiende que estos programas sitúan a la información relativa al fútbol femenino en una posición secundaria o minoritaria. El balompié practicado por mujeres en España sigue estando muy por detrás del fútbol masculino de Primera y Segunda División y de otros deportes como el baloncesto, tenis o el motor. En este sentido, se deduce que estos espacios se encuentran en un proceso de adaptación en el que están introduciendo poco a poco este contenido con la perspectiva de situarlo, en un futuro, en un lugar más relevante de la parrilla informativa. Por lo tanto, se confirma la segunda hipótesis (H2).

También se puede corroborar la tercera hipótesis (H3). A nivel general y cuando no se trata de un evento muy relevante, la información sobre la Liga Iberdrola en estos programas se reduce únicamente a breves menciones en rondas informativas o comentarios esporádicos para contar el minuto y resultado de los partidos. Eso sí, la mayoría de las emisoras ha realizado una cobertura especial cuando los encuentros han adquirido importancia, ya sea por una masiva afluencia de público en grandes estadios o por la relevancia de los mismo a nivel clasificatorio. En este caso, la presencia informativa se amplía a las conexiones en directo, narración y entrevistas posteriores.

Asimismo, la cuarta hipótesis se reafirma (H4). Los programas dedicados exclusivamente a esta materia, ofrecen un contenido que no tiene cabida en la antena del resto de programas deportivos de las diferentes emisoras. Aportan una información mucho más amplia que da respuesta a la creciente demanda de este producto. Géneros periodísticos como la entrevista radiofónica o el tiempo para el análisis y la opinión son la tónica habitual de estos espacios. La herramienta del podcast es su razón de ser e Internet y las redes sociales la manera que utilizan para darles visibilidad.

En cuanto a la información sobre balompié femenino en el resto de programación de las emisoras radiofónicas se puede decir que cada vez es más habitual encontrarla en otros espacios deportivos. En programas como SER Deportivos, El Larguero, Hora 25 Deportes, Deportes COPE, El Partidazo de COPE, La Brújula del Deporte, El Transistor, A Diario o T4 se puede encontrar información sobre fútbol femenino. Otro de los programas deportivos que también incluye este tipo de contenido es Acento Robinson en la SER. En este caso el deporte se une con historias con un trasfondo social y de superación. Con lo cual, la quinta hipótesis no se corroboraría en su totalidad ya que sí se puede encontrar información sobre esta modalidad en programas deportivos diferentes a los temáticos o de retransmisiones deportivas (H5).

Por último, la sexta hipótesis se cumple totalmente (H6). La gran mayoría de aficionados al fútbol practicado por mujeres y oyentes de la radio deportiva consideran que éste medio de comunicación no informa lo suficiente sobre este deporte y por lo tanto recurren a otros para seguir la actualidad, principalmente la prensa digital.

En definitiva, el constante crecimiento que está teniendo el fútbol femenino en España, que parece que se puede consolidar en los próximos años, tendrá su reflejo en los medios de comunicación y, en este caso, en la radio. El interés por el balompié practicado por mujeres, está ahí, y se ha comprobado que la cobertura informativa puede ser lo suficientemente amplia como para satisfacer la gran demanda que genera. La clave para la consolidación a todos los niveles es que se haga una apuesta firme y decidida para situar a este deporte al nivel que merece. Si los medios hacen grandes despliegues para partidos o eventos importantes, ¿por qué no realizarlo de manera regular y continuada?

Para conocer cómo puede evolucionar la presencia del fútbol femenino en los medios en un futuro a medio/largo plazo, se proponen nuevas líneas de investigación, como por ejemplo, realizar un estudio similar dentro de 10 años en el que se compruebe la importancia que tiene este contenido dentro de los programas de retransmisiones deportivas, si se han creado más espacios específicos y si éstos tienen la oportunidad de emitirse en antena etc.

6. Bibliografía

Arenas, A. (2012). *La radio temática deportiva: implantación, modelos y panorama internacional*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense, Madrid. Recuperado el 05/02/2019, de E-Prints Complutense. Sitio web: <https://eprints.ucm.es/16160/>

Castañer, C. (s.f.). “En busca de la igualdad en el fútbol femenino español”. Recuperado el 22/01/2019, de Eldiario.es. Sitio web: <https://branded.eldiario.es/igualdad-futbol-femenino/#top>

Corcuera, J. (2018). “...Y piedras en el camino”. Recuperado el 22/01/2019, de CIHEFE. Sitio web: <http://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2018/05/y-piedras-en-el-camino/>

Corcuera, J. (2018). “Pedradas al fútbol femenino en España”. Recuperado el 24/01/2019, de CIHEFE. Sitio web: <http://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2018/04/pedradas-al-futbol-femenino-en-espana/>

Ferreiro, D. (2019). “Irene FC: la historia de una pionera”. Recuperado el 15/05/2019, de Mundo esférico. Sitio web: <http://mundoesferico.com/2019/04/01/irene-fc-historia-una-pionera/?cn-reloaded=1&cn-reloaded=1>

Luque, X. (2011). “Historias de los conflictos entre el fútbol, la TV y la radio”. Recuperado el 22/01/2019, de La Vanguardia. Sitio web: <https://www.lavanguardia.com/deportes/20110909/54213932792/historias-de-los-conflictos-entre-el-futbol-la-tv-y-la-radio.html>

Martínez, V. (2011). “Los primeros pasos del futbol femenino en España”. Recuperado el 22/01/2019, de CIHEFE. Sitio web: <http://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2011/04/los-primeros-pasos-del-futbol-femenino-en-espana/>

Menayo, D. (2013). “El bautismo oficial de la selección”. Recuperado el 27/01/2019, de Marca. Sitio web: https://www.marca.com/reportajes/2013/04/serial_futbol_femenino/2013/05/14/seccion_01/1368539146.html

Menayo, D. (2013). “Karbo, las futbolistas que ganaron a los hombres”. Recuperado el 25/01/2019, de Marca. Sitio web: https://www.marca.com/reportajes/2013/04/serial_futbol_femenino/2013/05/07/seccion_01/1367927091.html

Menayo, D. (2015): *El fútbol femenino en 20 toques*. Pontevedra: Cydonia.

Menayo, D. (2018). “La Liga Iberdrola se ha convertido en referente”. Recuperado el 23/01/2019, de Marca. Sitio web: <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2018/12/31/5c2905faca474121248b45ae.html>

Ortiz, M. (2016). “Cuando ellas recuperaron el balón”. Recuperado el 24/01/2019, de Panenka. Sitio web: <https://www.panenka.org/miradas/historia-futbol-femenino-espana/>

Pedraza, J. (10/09/2018). “España es una potencia (también) en fútbol femenino”. Recuperado el 28/01/2019, de El País. Sitio web: https://elpais.com/deportes/2018/09/10/actualidad/1536565151_435200.html

Ramos, D. (2015). “20 cosas que deberías saber de la Liga femenina de fútbol”. Recuperado el 23/01/2019, de Marca. Sitio web: https://www.marca.com/2015/09/04/futbol/futbol_femenino/1441360348.html

Sainz, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. (Tesis Doctoral). Universidad Carlos III, Madrid. Recuperado el 05/02/2019 de: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/16505>

Sánchez, J. (2011). “Aquellos domingos de fútbol y radio”. Recuperado el 15/02/2019, de ABC. Sitio web: https://www.abc.es/tecnologia/abci-futbol-radio-201109180000_noticia.html

7. Anexos

7.1. Panel de expertos

7.1.1. Andrea Peláez (Cadena COPE)

1. ¿Cuál es su opinión acerca de la cobertura y tratamiento informativo que hacen los medios de comunicación actuales sobre el fútbol femenino?

La cobertura cada vez es mayor y más experta. Creo que hemos de valorar de dónde venimos para entender dónde estamos y por ello mi valoración es positiva.

2. ¿Qué papel juegan los medios de comunicación en el fútbol femenino? ¿Se debería apostar e invertir más para que dejara de ser algo minoritario o secundario? ¿Son los medios el primer paso para su crecimiento?

El primer paso es la sociedad. Los medios producen lo que la sociedad reclama, no dejan de ser un negocio que vive de audiencias y de aceptación. Se está apostando e invirtiendo más desde hace mucho tiempo y eso es muy importante porque los medios de comunicación juegan un papel fundamental en el crecimiento del fútbol femenino, por eso creo que estamos en el buen camino y hay que tener paciencia.

3. ¿La radio española actual ha sabido adaptarse al crecimiento que ha tenido el fútbol femenino?

Creo que es el medio que mejor se ha adaptado: programas especializados, narraciones... Creo que ha sabido adaptarse perfectamente sí.

4. La información sobre fútbol femenino va apareciendo poco a poco en los programas de retransmisiones deportivas (los espacios más representativos de la radio) pero sigue ocupando un papel minoritario. ¿Estamos todavía en un tiempo de adaptación? ¿Cómo cree que será su futuro?

Es un periodo de adaptación necesario, sí. El futuro es incierto pero creo que con toda la inversión que se está haciendo tendrá sus frutos.

5. Para ese crecimiento, ¿cree que es importante que más mujeres formen parte de esos programas y que ocupen un papel de más relevancia?

No. No es importante eso, porque no son las mujeres en los medios las únicas que deban llevar al deporte femenino o al fútbol femenino a primera línea, los hombres también pueden hacerlo. Creer que se necesitan mujeres es un error.

6. Su medio de comunicación tiene un programa exclusivamente sobre fútbol femenino. ¿Cómo surge la idea, cuándo nace y qué objetivo tiene? Cuéntenos un poco más sobre ese espacio radiofónico.

Área Chica Cope nace de la necesidad de cubrir un deporte que está creciendo a pasos agigantados. No existía nada y creí conveniente no darle la espalda a una evolución tan notoria. Prueba de ello es la acogida que ha tenido. Nace cuando llego a la radio y con el objetivo de saciar la demanda de información de fútbol femenino que ya existía. Es un programa que trata con rigor y respeto al fútbol femenino y que lo único que busca es darle visibilidad.

7. ¿Como valoraría el tratamiento informativo que se hace del fútbol femenino en su medio de comunicación? ¿Si de usted dependiera, cambiaría algo?

Muy bueno, cada vez más. Hay cosas que cambiar, como en todas partes, dándole un mayor espacio en antena, pero no podemos tratar de dar 6 pasos antes que dar el primero.

8. ¿Son los podcast o las nuevas maneras de consumir radio una buena oportunidad para generar contenido de calidad e interesante sobre fútbol femenino?

Sí, lo son. Creo que la oportunidad es el periodismo especializado para darle a la gente un producto de calidad y que le aporte lo que no encuentra en otro lugar porque o bien no hay tiempo o no hay una información tratada con el mismo cariño, respeto y objetividad.

7.1.2. Ana Rodríguez (Onda Cero)

1. ¿Cuál es su opinión acerca de la cobertura y tratamiento informativo que hacen los medios de comunicación actuales sobre el fútbol femenino?

Pues que está mejorando, porque la demanda cada vez es mayor y eso es lo más importante, que a la gente le interesa y a medida que haya más demanda, los medios nos tenemos que ponernos las pilas para hablar e informar sobre fútbol femenino.

2. ¿Qué papel juegan los medios de comunicación en el fútbol femenino? ¿Se debería apostar e invertir más para que dejara de ser algo minoritario o secundario? ¿Son los medios el primer paso para su crecimiento?

Los medios, los patrocinadores, la gente, los espectadores... todos somos importantes para que el fútbol femenino crezca. Se debe apostar, sobre todo los deportivos, porque es deporte, porque es fútbol, porque cuanto más informes, más demanda de esa información creas y más enganchada mantienes a la gente.

3. ¿La radio española actual ha sabido adaptarse al crecimiento que ha tenido el fútbol femenino?

Estamos en ello, el fútbol femenino va paso a paso y los medios nos estamos adaptando a ello con programación especial como podcast e incluyendo secciones en los programas de carácter más nacional. Hemos de ir de la mano en ese crecimiento porque los medios tenemos una responsabilidad importante.

4. La información sobre fútbol femenino va apareciendo poco a poco en los programas de retransmisiones deportivas (los espacios más representativos de la radio) pero sigue ocupando un papel minoritario. ¿Estamos todavía en un tiempo de adaptación? ¿Cómo cree que será su futuro?

Sí, sí, estamos aún en aprendizaje todos, en adaptación como dices, aún es algo minoritario pero lo importante es que por el momento ha aparecido, antes no estaba presente, ahora el fútbol femenino

a base de éxitos está presente en la información casi diaria aunque tenga un papel menos relevante... con el tiempo va a ir a más, sin duda.

5. Para ese crecimiento, ¿cree que es importante que más mujeres formen parte de esos programas y que ocupen un papel de más relevancia?

No creo que sea cuestión de mujeres, es cierto nosotras tenemos más interés en que se hable de mujeres pero no estoy muy a favor de ese cliché de que las mujeres hacen la información del fútbol femenino y el deporte femenino en general...creo que es algo que debemos superar.

6. Su medio de comunicación tiene un programa exclusivamente sobre fútbol femenino. ¿Cómo surge la idea, cuándo nace y qué objetivo tiene? Cuéntenos un poco más sobre ese espacio radiofónico...

Ellas Juegan surge porque creemos que hay una demanda importante de este producto y como radio que somos debemos tener una responsabilidad, tanto de dar lo que el público demanda, como responsabilidad de hablar de algo que está en auge y al que tenemos que ayudar para crecer y para llevar cada vez a más sitios, a más hogares. Creo que es responsabilidad informativa.

7. ¿Como valoraría el tratamiento informativo que se hace del fútbol femenino en su medio de comunicación? ¿Si de usted dependiera, cambiaría algo?

No sé, no lo he pensado porque no depende de mí, solo te puedo hablar del podcast que llevo.

8. ¿Son los podcast o las nuevas maneras de consumir radio una buena oportunidad para generar contenido de calidad e interesante sobre fútbol femenino?

Sin duda, para cualquier tema, es una forma muy cómoda de consumir radio, cuando quieras, como quieras, siempre disponible en cualquier sitio y plataforma, además fácil de hacer, con pocos medios y una de las mejores herramientas para hablar de cualquier tema, en nuestro caso de fútbol femenino.

7.1.3. Marta Casas (Cadena SER)

1. ¿Cuál es su opinión acerca de la cobertura y tratamiento informativo que hacen los medios de comunicación actuales sobre el fútbol femenino?

En mi opinión, la cobertura y el tratamiento informativo del fútbol femenino está en un proceso de evolución. Durante muchos años era algo prácticamente "invisible" y las redacciones, ahora mismo, creo que se están adaptando. Cada vez son más los contenidos que se tratan, hay más entrevistas con las protagonistas y se narran más partidos. Son los primeros pasos de un camino aún muy largo por recorrer para el que todos debemos involucramos.

2. ¿Qué papel juegan los medios de comunicación en el fútbol femenino? ¿Se debería apostar e invertir más para que dejara de ser algo minoritario o secundario? ¿Son los medios el primer paso para su crecimiento?

Es la eterna cuestión. Creo que todo va de la mano. Los medios de comunicación tenemos la oportunidad de dar más voz a deportes no tan seguidos pero, no hay que olvidar, que la mayoría de medios tienen que responder a lo que reclama su público. Esta temporada ha quedado patente que a los oyentes / espectadores / lectores el fútbol femenino les interesa. Se han llenado estadios, ha habido récords...y, en consecuencia, los medios han respondido con mayor presencia del fútbol femenino (narraciones, entrevistas, crónicas...). Sinceramente, creo que para que tenga más visibilidad todas las partes deben estar involucradas: jugadoras, clubes, aficionados y, por supuesto, los medios de comunicación.

3. ¿La radio española actual ha sabido adaptarse al crecimiento que ha tenido el fútbol femenino?

Creo que sí. Como decía en la primera respuesta no creo que la adaptación haya terminado pero, viendo la respuesta del público y la repercusión que está teniendo, cada día más, los medios han sabido ver que no podían quedarse a un lado y que debían apostar por un deporte que está en pleno auge y crecimiento.

Hace unos años, por ejemplo, hablar de enviar a un equipo a un Mundial de fútbol femenino era algo descabellado. Este verano va a pasar y se le va a dar un tratamiento acorde a la altura del evento.

4. La información sobre fútbol femenino va apareciendo poco a poco en los programas de retransmisiones deportivas (los espacios más representativos de la radio) pero sigue ocupando un papel minoritario. ¿Estamos todavía en un tiempo de adaptación? ¿Cómo cree que será su futuro?

Estamos en adaptación y creo que el futuro debería llevarnos a un tratamiento prácticamente similar al que se le da al fútbol masculino. Es verdad que los tiempos de los programas y los medios son los que son y no siempre hay posibilidad de hacer todo como nos gustaría pero, con el paso del tiempo, espero y deseo que el fútbol femenino tenga bastante más espacio en todos los medios. Esta temporada ha sido un gran ejemplo del crecimiento que se está experimentando.

5. Para ese crecimiento, ¿cree que es importante que más mujeres formen parte de esos programas y que ocupen un papel de más relevancia?

Sinceramente, no. No creo que porque se trate de fútbol femenino o cualquier otro deporte femenino las mujeres tengamos que ser las que formemos parte de ese tipo de programas. Limitar a las mujeres al deporte femenino o excluir a los hombres no creo que sea el camino. Lo importante es que se hable del fútbol femenino y tenga el tratamiento que merece, da igual si lo cuenta una mujer o un hombre.

6. Su medio de comunicación tiene un programa exclusivamente sobre fútbol femenino. ¿Cómo surge la idea, cuándo nace y qué objetivo tiene? Cuéntenos un poco más sobre ese espacio radiofónico...

En nuestro caso, a día de hoy, en la Cadena SER no tenemos un programa específico. Son muchos los contenidos que se generan cada semana relativos al fútbol femenino. En El Larguero, muy a menudo, entrevistamos a jugadoras de diferentes equipos, en Ser Deportivos hay una sección específica, en Carrusel se retransmiten los partidos más importantes de la jornada... Es posible que en un tiempo, no muy largo, haya un programa específico pero, de momento, no.

7. ¿Como valoraría el tratamiento informativo que se hace del fútbol femenino en su medio de comunicación? ¿Si de usted dependiera, cambiaría algo?

Sinceramente, creo que la Cadena SER ha sabido adaptarse a los tiempos en los que estamos. En todos los programas, no sólo en deportes, se le presta atención al fútbol femenino. El tratamiento siempre es de lo más profesional, equiparándolo al que durante años se le ha dado al fútbol masculino. ¿Mejorable? Seguramente, pero estamos en ese proceso de adaptación que te comentaba antes. Una de las cosas que yo creo que sería positiva es la de hacer un podcast especializado pero hay que ir paso a paso.

8. ¿Son los podcast o las nuevas maneras de consumir radio una buena oportunidad para generar contenido de calidad e interesante sobre fútbol femenino?

Por supuesto. De fútbol femenino o de cualquier otro ámbito. Estamos ya en un momento en el que el público busca lo que quiere oír. Los podcast especializados son la respuesta a una necesidad y en el caso del fútbol femenino al que, generalmente, no se le dedica tanto tiempo es una gran alternativa. Hay muchos podcast que son productos de grandísima calidad. Yo, por ejemplo, participo en un podcast de baloncesto que se llama Play Basket. Durante la semana, el tiempo que se le dedica al basket en antena no suele ser mucho pero, los que quieren escuchar a protagonistas, análisis o tertulias de baloncesto, ahí lo pueden encontrar y, lo que es más importante, consumir cuándo y dónde quieran.

7.2. Encuesta

1. ¿Consideras que el fútbol femenino tiene una cobertura informativa en los medios de comunicación acorde con el seguimiento que tiene?

Sí	No
45 (42,1%)	62 (57,9%)

2. ¿Crees que el crecimiento del fútbol femenino en España ha tenido su reflejo en los medios de comunicación?

Sí	No
65 (60,7%)	42 (39,3%)

3. ¿Qué medio de comunicación consideras que ofrece una mayor cobertura informativa sobre fútbol femenino?

Televisión	Radio	Prensa escrita	Prensa digital	Otro	Ninguno
29 (27,1%)	11 (10,3%)	7 (6,5%)	50 (46,7%)	3 (2,8%)	7 (6,5%)

4. ¿A qué medio de comunicación recurre para informarte sobre fútbol femenino?

Televisión	Radio	Prensa escrita	Prensa digital	Otro	Ninguno
8 (7,5%)	7 (6,5%)	1 (0,9%)	49 (45,8%)	4 (3,7%)	38 (35,5%)

5. ¿Qué grado de importancia crees que se le da al fútbol femenino en la radio española en general?

Nada	Poca	Suficiente	Bastante	Mucha	NS/NC
9 (8,4%)	64 (59,8%)	16 (15%)	1 (0,9%)	8 (7,5%)	9 (8,4%)

6. ¿Escuchas algún programa de retransmisiones deportivas?

Sí	No	A veces
45 (42,5%)	22 (20,8%)	39 (36,8%)

7. ¿Recuerdas a los programas de retransmisiones deportivas de la radio española para seguir la jornada de la Liga Iberdrola?

Sí	No	En alguna ocasión
12 (11,2%)	71 (66,4%)	24 (22,4%)

8. ¿Crees que en los programas de retransmisiones deportivas de la radio española se informa lo suficiente sobre los partidos de fútbol femenino de la Liga Iberdrola?

Sí	No
40 (37,4%)	67 (62,6%)



9. ¿Qué grado de importancia crees que le dan a nivel general los programas de retransmisiones deportivas a la información sobre fútbol femenino?

Nada	Poca	Suficiente	Bastante	Mucha	NS/NC
10 (9,3%)	65 (60,7%)	16 (15%)	2 (1,9%)	12 (11,2%)	2 (1,9%)

10. En caso de escucharlos, ¿en que programa de la radio española lo haces?

Carrusel Deportivo (SER)	Tiempo de Juego (COPE)	Radioestadio (Onda Cero)	Marcador (Radio Marca)	Otro	Ninguno
30 (28%)	27 (25,2%)	4 (3,7%)	5 (4,7%)	12 (11,2%)	29 (27,1%)

11. ¿Consideras que estos programas deberían dar más cobertura al fútbol femenino?

Sí	No
71 (66,4%)	36 (33,6%)

12. ¿Conoces la existencia de programas de radio que hablan exclusivamente sobre fútbol femenino?

Sí	No
19 (17,8%)	88 (82,2%)

13. ¿Escuchas podcast de programas que hablan sobre fútbol femenino?

Sí	No
7 (6,5%)	100 (93,5%)

14. En caso de que tu respuesta sea afirmativa, indica el nombre de ese o esos programas

Área Chica (COPE)	Ellas Juegan (Onda Cero)	Goles de Tacón (Radio Marca)
5	1	1

15. ¿Escuchas otros programas de la radio española para informarte sobre fútbol femenino?

Sí	No	A veces
3 (2,8%)	9 (8,4%)	95 (88,8%)