

Sigue creciendo la visibilidad del deporte femenino en España

6 de marzo de 2025

Según la cuarta edición del estudio ‘La visibilidad de las mujeres deportistas en los medios de comunicación’ realizado por APPLE TREE y Rebold durante el año 2024, el deporte femenino ha continuado avanzando hasta alcanzar una cuota de visibilidad en los medios de comunicación del 25% en comparación con el masculino (75%). [...] Suponen un aumento de 15 puntos porcentuales desde 2021. [...] Estos datos indican la tendencia alcista en el interés de los medios y la audiencia por el deporte femenino en España. [...]

Alfredo Orte, Intelligence Manager de Rebold, ha asegurado durante la presentación del informe hoy en Madrid: “Creo que en líneas generales la evolución del deporte femenino en los medios de comunicación españoles ha sido muy positiva en 2024. Es verdad que, si nos centramos en el fútbol, hay motivos para no ser tan optimistas [...] pero en el resto de los deportes el sesgo de género parece ser cada vez menor”.

El deporte rey sigue marcando la tendencia [...] y, según esta investigación, queda en evidencia que la notoriedad y visibilidad de las competiciones femeninas frente a las masculinas siguen estando relegadas en un segundo plano en la gran mayoría de medios de comunicación. Así, por ejemplo, en torneos como la Champions League, se aprecian diferencias notables. En 2024 [...], en términos de audiencia en televisión, las diferencias expresan esta desigualdad. Mientras la final de la Champions femenina [victoria del FC Barcelona] registró algo más de un millón de espectadores, la final masculina [victoria del Real Madrid] congregó a más de 4,1 millones. [...]

Mientras en el fútbol las competiciones masculinas siguen recibiendo mayor seguimiento y cobertura, en el caso de otros deportes, la realidad parece ser distinta y la brecha de género se acorta considerablemente. [...] En el análisis de competiciones durante los Juegos Olímpicos de 2024 en París, se observa que el sesgo de género tanto en la audiencia como en los medios parece estar menos definida. [...]

Las redes sociales también son un buen termómetro de la relevancia de las deportistas en la sociedad y aquí, de nuevo, vemos cómo ellas siguen teniendo menos apoyo.

Compréhension du texte [10 Points]

1. Citando el artículo, presenta la conclusión del estudio ‘La visibilidad de las mujeres deportistas en los medios de comunicación’. [1,5 pt]
2. Muestra, citando tres frases del texto, que la conclusión de la encuesta no es tan positiva para el fútbol femenino. [4 pts]
3. Apunta dos frases del artículo que muestran que la brecha de género disminuye en los otros deportes. [3 pts]
4. Entresaca, en el texto, un medio de comunicación donde sigue notándose la desigualdad de género. [1,5 pt]

Expression écrite [10 Points]

- Apoyándote en los documentos estudiados en la secuencia y en este artículo, explica y comenta la afirmación de la futbolista argentina María Florencia Bonsegundo: “Sigo soñando con un mundo con mayor igualdad, sin discriminación y donde la voz de la mujer se tenga en cuenta con el mismo peso que la de un hombre.” (En unas 150 palabras = 15 líneas)