

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	PROBLEMA	4
1.2	OBJETIVO GENERAL	4
1.3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
2	MARCO TEÓRICO	5
2.1	LAS CHICAS A LA CANCHA	5
2.1.1	<i>Reseña histórica</i>	5
2.1.2	<i>La actualidad del fútbol femenino uruguayo</i>	7
2.2	REFLEXIÓN SOCIOLÓGICA	8
2.2.1	<i>¿Género o no género? Esa es la cuestión</i>	9
2.2.2	<i>Luz, cámara y... ¿las mujeres?</i>	12
2.3	Y LA MANERA ES... ..	14
2.3.1	<i>Género informativo</i>	15
2.3.2	<i>Género interpretativo</i>	16
2.3.3	<i>Género argumentativo</i>	17
2.4	CONTENIDO IMPLÍCITO	18
2.4.1	<i>Los planos de comunicación</i>	19
2.4.2	<i>La foto vale mil palabras</i>	20
2.4.3	<i>La continuidad vale</i>	23
3	METODOLOGÍA	24
3.1	UNIVERSO Y MUESTRA	24
3.2	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	25
4	PRESENTACIÓN DE LOS DATOS	27
4.1	INFORMACIÓN DIRECTA	27
4.2	INFORMACIÓN INDIRECTA	33
4.3	ENTREVISTADOS	35
5	DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	43
5.1	FRECUENCIA	43
5.1.1	<i>Frecuencia de apariciones</i>	43
5.1.2	<i>Frecuencia de género periodístico</i>	45
5.1.3	<i>Frecuencia de periodista</i>	46
5.2	UBICACIÓN	48

5.3	CONTENIDO ESCRITO.....	49
5.3.1	<i>Cultura organizacional: “son mujeres, no precisan una preparación tan larga.”..</i>	50
5.4	CONTENIDO FOTOGRÁFICO	55
5.5	“ENTONCES ES UN TEMA ECONÓMICO, ES UN TEMA COMERCIAL”	58
6	SÍNTESIS DEL ANÁLISIS	63
7	CONCLUSIONES	64
8	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67
9	ANEXOS	73