

El estudio 'Deporte en Femenino. El camino a París 2024?' realiza una radiografía del crecimiento y mejora hacia el Deporte Femenino.

_análisis de medios de comunicación

Ranking de medios 2024



En los meses previos a la cita de 2024 se produce un vuelco con un crecimiento global de las informaciones de Deporte Femenino Olímpico y la entrada de medios nuevos medios. AS es el medio de comunicación que más respaldo ha dado entre enero y mayo de 2024, con 115 informaciones. Representa un crecimiento del 36% con respecto al mismo periodo de 2021.



El interés por el deporte olímpico femenino ha crecido notablemente a medida que nos acercamos a los Juegos Olímpicos de París 2024. Según el estudio "Deporte en Femenino. El camino a París 2024", la cobertura mediática de las disciplinas femeninas ha aumentado un 27% entre enero y mayo de 2024, en comparación con el mismo período previo a los Juegos de Tokio 2020. Este incremento no solo se refleja en la cantidad de noticias, sino también en su calidad, lo que se traduce en un aumento del 43% en el Valor Publicitario Equivalente (VPE) asociado a estas publicaciones.

El informe, impulsado por la Asociación del Deporte Español (ADESP) y realizado por Hallon en colaboración con BRT United, destaca al Diario AS como el medio español líder en cobertura del deporte femenino relacionado con los Juegos Olímpicos. AS ha experimentado un crecimiento del 36% en el número de informaciones sobre deportistas y disciplinas femeninas desde 2021, superando a otros medios como Mundo Deportivo y

Marca.

La mejora en la cobertura del deporte femenino se refleja en un tratamiento más extenso y cuidadoso de las noticias, con un aumento del 18% en la inclusión de imágenes y elementos gráficos. Este enfoque ha llevado a que el 89% de las noticias sobre el deporte femenino incluyan algún tipo de recurso visual, lo que incrementa su visibilidad y calidad.

El estudio también resalta un creciente interés por las historias humanas detrás de las deportistas. Atletas como Ana Peleteiro, María Vicente y Marta García han ganado protagonismo mediático no solo por sus logros deportivos, sino también por sus historias personales inspiradoras. Este enfoque responde a una demanda de los aficionados por conocer más sobre las "ídolas" femeninas del deporte.

Además, el informe señala que las marcas asociadas al deporte femenino, como Adidas y Nike, han incrementado su exposición gracias a un notable aumento en el VPE. La visibilidad de sus patrocinios ha crecido significativamente, especialmente en deportes como el fútbol femenino, que ha experimentado un "boom" de popularidad y presencia mediática.

En resumen, el camino hacia París 2024 está marcado por un aumento en el interés y la cobertura del deporte olímpico femenino, impulsado por medios como el Diario AS, que lidera la promoción de la igualdad de género en el ámbito deportivo.

Fuente: [Diario As](#)

Link to Original article: <https://www.circulodegestores.com/blog/el-estudio-deporte-en-femenino-el-camino-a-paris-2024-realiza-una-radiografia-del-crecimiento-y-mejora-hacia-el-deporte-femenino?elem=322376>