

ENTORNO

Más hombres que mujeres en las competiciones femeninas: un 4,2% ha asistido a una

El 22,2% de los hombres y el 11,4% de las mujeres asistieron a espectáculos deportivos masculinos en el año del Covid-19.

M. L-E.
7 jul 2021 - 04:54



Más hombres consumieron espectáculos deportivos femeninos que mujeres, tanto presencial como audiovisualmente. Un 4,2% de los hombres dice haber asistido a espectáculos deportivos femeninos en 2020, frente a un 3,6% de las mujeres, según se desprende de la *Encuesta de Hábitos Deportivos 2020*, elaborada por el Ministerio de Cultura y Deporte.

Según los datos recopilados, un 52,1% de las mujeres asistieron o accedieron por medios audiovisuales a algún espectáculo deportivo en el último año, porcentaje muy distinto a entre los hombres, que se situó en un 82,4%. De hecho, sólo un de

ellas 14,3% asistió a eventos deportivos y un 49,4% accedió a ellos por medios audiovisuales.

Aún queda mucho tramo por remar ya que la diferencia entre los asistentes a competiciones masculinas y femeninas es abismal: un 22,2% de los hombres y un 11,4% de las mujeres asistieron a espectáculos deportivos masculinos. Por otro lado, un 3,2% de los hombres y un 2,35% de las mujeres asistieron a espectáculos deportivos de categoría mixta.

Sólo un 2% de los hombres asistieron a partidos de fútbol femenino

En el deporte rey, el dato es más que significativo. Sólo un 2% de los hombres asistieron al fútbol femenino, frente a un 18,3% que fueron al masculino. Estos datos también son muy distintos entre las mujeres, puesto que en 1,3% de ellas asistieron a partidos femeninos, pero las que fueron a partidos masculinos aumentaron hasta un 7,6%. La baja tasa se debe en parte a la suspensión de la asistencia de público durante buena parte del año pasado.

En baloncesto, un 1% de los hombres fueron a ver partidos de básquet femenino frente a un 0,8% de las mujeres. En el caso de las competiciones masculinas, dichos porcentajes aumentaron hasta un 5,1% y un 2,8%, respectivamente. En el caso de otros deportes de equipo femeninos, un 1,6% de los hombres los consumieron, frente a un 1,4% de las mujeres.

También hay mucho trabajo por hacer en el caso del consumo del deporte femenino y en el consumo por parte de las mujeres de deporte en los medios audiovisuales ya sea televisión, radio o Internet. Un 81% de los hombres los consumió en 2020, frente a un 49,4% de las mujeres, o dicho de otro modo: una de cada dos mujeres españolas no consumió deporte en los medios audiovisuales en el año del Covid-19.

Una de cada dos mujeres españolas no consumió deporte en los medios audiovisuales en el año del Covid-19.

Los datos también muestran que un 23,7% de los hombres han consumido espectáculos deportivos femenino en los medios audiovisuales frente a un 18,1% de las mujeres. Sin embargo, otra vez, son unos porcentajes radicalmente distintos si se comparan con los espectáculos masculinos, ya que se sitúan en un 78,8% y un 46% respectivamente. En categoría mixta se sitúan en un 12,8% y un 10,2% respectivamente.

Más detalladamente, en cuanto a competiciones femeninas, un 11,3% consumieron fútbol; un 6%, baloncesto; un 3,9%, balonmano; un 9,4%, tenis; un 8,5%, atletismo; un 5,4%, natación; un 2%, ciclismo; un 0,9%, motociclismo y un 0,6%, automovilismo. Por otro lado, en el caso de las mujeres, un 5,5% consumieron competiciones femeninas fútbol; un 3,2%, de baloncesto; un 2,1, de balonmano; un 5,2%, de tenis; un 3,5%, de atletismo; un 5,5%, de natación, un 0,5%, de ciclismo; y un 0,2%, de motociclismo y automovilismo. En todos los casos, estos porcentajes se disparan en caso de ser deportes masculinos.

¿Qué consume la mujer?

Un 12,6% de las mujeres españolas asistieron a espectáculos deportivos de equipos: un 8,4% fue al fútbol, un 3,5% al baloncesto y un 4,9% a otros deportes, mientras que un 3,8% de las mujeres presenciaron deportes individuales. Las cifras son muy distintas si las comparamos con las de los hombres puesto que un 23% asistieron a espectáculos deportivos de equipo: un 19,2% fue al fútbol, un 5,8% al básquet y hasta un 6,9% a otros deportes. El consumo de deporte individual se situó en un 4,3%.

No obstante, hay un dato muy significativo, teniendo en cuenta la pandemia, es que un 37,3% de las mujeres que asistieron a un evento deportivo en el año del Covid-19 tenían un abono, porcentaje muy similar al masculino, situándose en un 38,2%. Además un 46,3% de las mujeres optó por una entrada normal, cifra que aumenta hasta un 49,1% entre los hombres. En el caso de las mujeres, la mitad compró las entradas a la taquilla y una quinta parte por Internet, mientras que en el caso de los hombres, la mitad también las compró en taquilla y una cuarta parte por Internet.

Un 8,9% de las mujeres que asistieron a competiciones deportivas, optaron por eventos de libre acceso (tres puntos porcentuales menos que los hombres), mientras que un 7,2% optó por acceder con entrada (diez puntos menos que los hombres). Entre las mujeres, un 4,3% de ellas fue al fútbol de libre acceso, un 1,5% al baloncesto y un 3,7% a otros deportes, mientras que un 4,3% fue al fútbol con entrada; un 2,2%,

al baloncesto; y un 1,2% a otros deportes. Sólo un 0,7% fue a deportes individuales con entrada.