



---

---

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES**  
**CENTRO DE INVESTIGACIONES SOBRE AMÉRICA DEL NORTE**  
**CENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIONES MULTIDISCIPLINARIAS**  
**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN**

*Fuera de Lugar:*  
**La representación social del fútbol  
femenil en el discurso de la televisión**

**TESIS**  
**PARA OBTENER EL GRADO DE**  
**MAESTRA EN COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

**Claudia Ivette Pedraza Bucio**

**Tutora:** Dra. Virginia López Villegas





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*Este trabajo se debe en buena parte a que algunas personas me infundieron el suficiente ánimo para emprender la aventura (no puedo llamarla de otro modo) en este sorprendente mundo que es la UNAM: primero mi familia (papá, mamá, hermano, hermanas postizos y el resto de la tropa), incondicionalmente presente; Lupita Trejo y Jorge Tinajero, quienes sembraron la inquietud por la investigación; y Roberto Solís, quien me acercó a lo que podría ser mi vida como “una verdadera universitaria”.*

*Sin embargo, nada de esto hubiera sido posible sin cuatro personas que llenaron estos dos años con mucho cuidado, atención, cariño, risas, pláticas, compañía e inconmensurable amor; en fin, que me regalaron la oportunidad de alcanzar esta meta al brindarme el soporte de una familia.*

*Con todo mi amor para Fer, Erica, Alvina y Eleu.*

## **AGRADECIMENTOS.**

Cuando a uno le corresponde dar las gracias, no hay lista que sea exhaustiva, pues todas las personas que están a nuestro alrededor aportan (sin saberlo o sin quererlo) elementos valiosos que enriquecen nuestra labor. Sin duda, habrá quién me falte; de antemano, considérense aludidos.

No obstante, hay algunas menciones que no quiero dejar pasar. Primeramente, al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por el apoyo otorgado para la realización de este trabajo.

Otro tipo de apoyo, moral y material, recibí de una gran mujer, periodista, amiga y compañera, sin cuya ayuda la presente tesis simplemente no hubiera sido posible: Xochitl Zen, con quien comparto el gusto por el mundo del deporte y la convicción de que las cosas se pueden hacer de otra manera.

Igualmente, agradezco a los profesores y profesoras que durante estos años compartieron sus conocimientos y recomendaciones; especialmente al Dr. Felipe López Veneroni, al Dr. Julio Amador y a la Dra. Margarita Yépez, a quienes se les reconoce lo ilustre; a la Dra. Virginia López Villegas, por su asesoría; a la Dra. Aimée Vega, por sus inestimables orientaciones y por su disponibilidad.

Y finalmente, a la verdadera artífice de este trabajo, quien con su ayuda, conocimientos, paciencia, ánimos, comprensión, generosidad y cariño, me dio la oportunidad no sólo de realizar una tesis, sino de comprender las múltiples posibilidades y potencialidades de *ser mujer*.

A la Dra. Elvira Hernández Carballido, maestra, guía y amiga, *infinitas gracias*.

## ÍNDICE

	PÁG.
<b>Introducción</b>	5
<b>CAPÍTULO 1.</b>	
<b>LA ESPECTACULARIZACIÓN MEDIÁTICA DEL DEPORTE.</b>	17
<b>1.1.- El poder de las representaciones sociales en el discurso de los medios de comunicación.</b>	19
1.1.1.- La construcción social de la realidad: representaciones sociales y discurso.	19
1.1.2.- La representación social de la “realidad” en el discurso televisivo.	32
1.1.3.- El poder de las representaciones mediáticas.	38
<b>1.2.- La representación social del deporte en los medios.</b>	42
1.2.1.- Las claves del deporte moderno.	42
1.2.2.- Deporte y medios: un binomio indisoluble.	49
1.2.3.- Las transmisiones deportivas, estrellas de la televisión.	55
<b>CAPÍTULO 2.</b>	
<b>DEPORTE FEMENIL: UNA GRAN CONTRADICCIÓN.</b>	61
<b>2.1.- La construcción social del género.</b>	63
2.1.1.- El género como orden discursivo.	63
2.1.2.- El género como un orden asimétrico.	66
2.1.3.- El género como un orden de dominio.	69
<b>2.2.- Pelotas y muñecas: el deporte como ámbito de diferenciación genérica.</b>	73
2.2.1.- El deporte como espacio masculino.	73
2.2.2.- La incorporación del sexo “débil”.	79
2.2.3.- La ¿presencia? del deporte femenino en los medios.	91
<b>CAPÍTULO 3.</b>	
<b>UNA VIDA DE LA PATADA: FÚTBOL FEMENIL.</b>	105
<b>3.1. - Los terrenos de juego femeninos.</b>	107
3.1.1.- Mujeres en el deporte: una historia de retos.	107
3.1.2.- Mujeres por el deporte: un trabajo con retos.	109
3.1.3.- Mexicanas en el deporte: un permanente reto.	112
<b>3.2.- Fútbol femenino: más que un juego, sólo un juego.</b>	117
3.2.1.- Fútbol: el rey de los deportes modernos.	117
3.2.2.- Pisando cancha: el surgimiento del fútbol femenino.	122
3.2.3.- Mexicanas al grito de guerra: situación del fútbol femenino en el país.	127

<b>CAPÍTULO 4.</b>	
<b>MUJERES EN EL JUEGO DEL HOMBRE: LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DEL FÚTBOL FEMENIL.</b>	145
<b>4.1.- Quiénes hablan y de qué.</b>	147
<b>4.2.- ¿Cómo nombrarlas? Análisis de las estrategias de nominalización.</b>	152
4.2.1.- La selección somos todos...hasta las <i>damas</i> : las nominaciones.	152
4.2.2 .- El <i>hombre</i> es la medida de todas las cosas: las comparaciones.	160
4.2.3.- Ni son <i>todos</i> los que están, ni están <i>todas</i> las que son: la sobrerepresentación.	166
4.2.4.- Este equipo tricolor tiene mucho corazón: las calificaciones.	171
<b>4.3.- ¿Cómo explicarlo? Análisis de las estrategias de argumentación.</b>	181
4.3.1.- Las lágrimas del fútbol <i>emotivo</i> .	181
4.3.2.- Lo <i>impresionante</i> : la asistencia y el espectáculo.	184
4.3.3 .- Del “ya merito” al “sí se puede”: la situación del fútbol femenino en el país.	189
<b>REFLEXIONES FINALES</b>	197
<b>FUENTES DE CONSULTA BIBLIOGRÁFICA</b>	205

## INTRODUCCIÓN

Al igual que en muchas otras actividades, la presencia de la mujer en el deporte se ha visto enmarcada en un contexto donde los controles sociales, económicos y simbólicos tienden a obstaculizar su participación. Sin embargo, la historia del deporte femenino también ha estado llena de un buen número de voluntades dispuestas a abrirse paso, lo que ha permitido la incorporación de cientos de mujeres a éste ámbito desde finales del siglo diecinueve. Hoy, a más de cien años de la primera participación femenina en los juegos olímpicos de 1900, restringida a once deportistas repartidas en las disciplinas del golf y tenis (Tamburrini, 1999), difícilmente alguien podría decir que la presencia de la mujer en el deporte está limitada; al menos, no en apariencia.

En la actualidad, el número de mujeres incorporadas al deporte en todo el mundo es superior al de cualquier otro momento histórico (40 % de participación olímpica, según los datos del Comité Olímpico Internacional). Este cambio gradual hacia una mayor apertura ha sido resultado de la acción de las propias mujeres, que han librado luchas en el terreno de los recursos, las políticas y las estrategias. No obstante, otra buena parte de esta incorporación tiene mucho que ver con la presencia de estas mismas mujeres en los medios masivos de comunicación. En nuestros días, existe un verdadero ejército de atletas, reporteras, comentaristas, gestoras, entrenadoras y árbitras que han invadido los terrenos “tradicionalmente masculinos”, y acaparan la atención de prensa, radio y televisión con sus resultados, su imagen y su historia. Así, pareciera que las limitaciones para el desarrollo del deporte femenino ya no existen; sin embargo, en las imágenes de las deportistas contenidas en los medios de comunicación concurren ciertas condicionantes.

Basta con una primera mirada a la manera como los medios tratan este tema. La tenista más popular no es ninguna de las hermanas Williams (Venus y Serena), que juntas tienen más de 70 títulos en torneos internacionales; tampoco es la número uno de este año, Justine Henin, ni la que fuera la número uno por muchos años consecutivos, Martina Hingis. La tenista favorita de los medios de comunicación es Ana Kournikova, una

joven rusa cuya belleza y romances la han colocado en la mira de prensa, radio, y televisión. La mayor parte de éstos obvian su carencia de logros deportivos, como obviaron los 18 campeonatos de *Grand Slam* conquistados por Martina Navratilova, a quien sólo se ubica por ser la tenista “que parecía hombre” o la tenista “lesbiana”. Lo mismo pasa con la futbolista Milene Domíngues: durante años, fue la referencia mediática del fútbol femenino, por encima de la misma Mia Hamm, debido a que era la esposa del “astro” del fútbol varonil, Ronaldo. Este brillo se apagó después de que, en medio de una cobertura de farándula que la relacionaba con otro jugador, se separó del futbolista brasileño. Bella, lesbiana o esposa de alguien, pero en ningún caso, simplemente *deportista*.

A partir de estas consideraciones, a lo largo de toda esta tesis se tuvo la conciencia del reto que supone realizar un trabajo en campos que representan coyunturas recientes para la investigación social: el género y el deporte. En relación al primero, habría que decir que en este trabajo se ha tratado de reflexionar acerca de las formas, las condiciones y los escenarios en los que se ha desarrollado la representación social del deporte femenino en los medios, considerando las expresiones de desigualdad e indiferencia que siguen reiterando un orden de género asimétrico. Ciertamente existe todo un antecedente de esfuerzos dedicados a incorporar a las mujeres al deporte. Pero la realidad nos indica que si bien existe una mayor apertura (mediática, institucional y poblacional) al deporte femenino, dicha apertura se sigue realizando desde marcos que no reconocen el valor intrínseco de esta práctica social. Y mientras se siga negando este reconocimiento, los estudios de género, dentro de los cuales se adscribe este trabajo, se articulan como un bastión de lucha para lograrlo.

Referente al aspecto deportivo, es prácticamente imposible negar su inclusión en la vida cotidiana de la sociedad, ya sea como actividad física, atlética, recreativa o expresiva. Sin embargo, los estudios realizados en torno al tema desde la perspectiva de las ciencias sociales son relativamente pocos. Esta relativa escasez se refiere a que, a

pesar de que el deporte ha sufrido cierta desatención, desde hace varios años existen esfuerzos de investigadores sociales que buscan otorgarle presencia a esta área, superando las dificultades teóricas, el carácter periférico y desarticulado de los trabajos, y la falta de apoyos (académicos e institucionales) para desarrollar el tema. No obstante, es necesario reconocer que aun con lo difusa que sea la investigación social del deporte, se puede focalizar como un punto de vista válido para la reflexión crítica sobre nuestras sociedades.

Analizar ambos aspectos en el marco de una creciente apertura de los medios de comunicación y otras instituciones hacia la práctica del deporte femenino se convierte en una herramienta fundamental para incrementar la participación de la mujer en otros rubros. Herramienta que, antes que nada, debe revisarse a fin de que realmente contribuya a generar la búsqueda participación. Y es en este punto donde surge el interés investigativo de analizar las representaciones del deporte femenino presentadas en el discurso mediático.

La premisa básica en torno a la cual gira este trabajo de investigación es que a pesar de la mayor participación de la mujer en el deporte y su mayor presencia en los medios de comunicación, el discurso de la televisión presenta una representación social que reproduce la discriminación, la desigualdad y la marginación del orden de género, lo que dificulta la posibilidad de concebir al deporte femenino como una opción y un espacio alternativo para su participación activa en la sociedad. Interesa sobre todo la representación de un deporte que desde hace más de 20 años se ha convertido en la opción más recurrida de las mujeres para incorporarse a este ámbito: el fútbol. Con base en esto, las preguntas y los objetivos rectores de ésta investigación son los siguientes:

#### OBJETIVO CENTRAL:

- ❖ Analizar la representación social del fútbol femenino propuesta en el discurso televisivo efectuado a través de las transmisiones de partidos de la selección nacional femenino.

#### PREGUNTA GENERAL:

- ❖ ¿Cuál es la representación social del fútbol femenino que presenta el discurso de las transmisiones de partidos en la televisión?

#### PREGUNTAS PARTICULARES:

- ❖ ¿Cuál es el papel del discurso televisivo como vehículo de las representaciones de las futbolistas?
- ❖ ¿Cuál es la representación de las mujeres futbolistas a partir de las características asociadas al género?
- ❖ ¿Cómo han contribuido los medios de comunicación a la configuración del fútbol femenino durante los últimos años?

Básicamente, lo que se pretende a través de estas páginas es comprender la construcción de significados que, por medio del discurso televisivo, se realiza acerca del fútbol femenino. Esta construcción de significados se da precisamente por la dimensión de los discursos como productores de representaciones y prácticas sociales.

Al analizar esta dimensión en el primer capítulo, se puede hablar de él como un factor de poder, acrecentado en la acción de los medios de comunicación. Partiendo de las características del deporte en la era moderna, se expone cómo ha llegado a convertirse en un poderoso *espectáculo massmediático*, por cuyo discurso se realizan la mayor parte de las vivencias simbólicas de la actividad deportiva.

En este contexto, el discurso mediático del deporte adquiere especial relevancia al ponderar ciertas representaciones en detrimento de otras que también existen en la realidad, como es el caso del deporte femenino. Por eso, en el segundo apartado, se relacionan los ejes deporte y medios de comunicación, pero a la luz de la perspectiva de género. A lo largo de este capítulo, se detalla el concepto de género como un orden discursivo, asimétrico y dominante, a partir del cual es posible entender las condiciones

del deporte femenino. En la consideración de que la actividad deportiva se articuló en la era moderna como un espacio de construcción de la masculinidad, se revisan los diferentes argumentos que han condicionado la inclusión de las mujeres en el deporte, y que en gran medida, repercuten en las representaciones mediáticas que sobre el tema se realizan.

En este sentido, a fin de entender las repercusiones concretas de dichas representaciones, el tercer capítulo de esta tesis contiene una revisión del papel del movimiento deportivo femenino que ha buscado generar condiciones de equidad y que sin duda, ha sido un factor fundamental para la apertura de los medios hacia este aspecto. Sobre todo, se busca analizar un deporte que resulta coyuntural por ser uno de los enclaves de la masculinidad y por ser el mayor producto del espectáculo mediático: el fútbol. Al revisar concretamente el surgimiento y desarrollo del fútbol femenino, tanto a nivel mundial como nacional, se pueden comprender mejor las interrogantes planteadas en el problema de investigación.

No obstante, es menester realizar un análisis crítico del discurso de los medios para indagar sobre las representaciones sociales del fútbol femenino, que es justamente el cometido del cuarto capítulo. En esta parte se presentan los resultados obtenidos del trabajo de interpretación, en el cual la intención principal es ofrecer un panorama de la construcción simbólica que hacen los medios sobre el fútbol femenino. Hay que señalar que este trabajo analiza sólo una forma muy particular de construcción (el discurso de la televisión). Y aun cuando esta construcción, tal como se ha mostrado aquí, reitere un orden de género asimétrico, en el proceso de recepción se efectúan una compleja red de interpretaciones, reconstrucciones y negociaciones que junto a otras formas de socializar los significados, conforman la representación social de las mujeres en el deporte. No obstante, el primer paso es revisar lo que se dice, lo que se conoce, lo que se cree a través de los medios para después poder elaborar otros enunciados completos, integrales, equitativos.

Para poder analizar lo anterior se ha elegido la propuesta metodológica cualitativa del Análisis Crítico del Discurso (ACD). Para empezar, hay que decir que la decisión de situar esta investigación desde la perspectiva cualitativa obedece a la posibilidad que ésta ofrece para concebir a la cultura y a la comunicación como fuente de significados que concentra la aparición de sus objetos analíticos en un contexto específico (Jensen, 1993 pp. 12-13). Dicho de otra forma, los enfoques cualitativos examinan la producción social de significado como un proceso que se contextualiza y se integra con las más amplias prácticas sociales y culturales.

El objetivo del análisis de discurso es establecer el contenido semántico de los conceptos utilizados en determinados textos en relación a cierta representación, práctica o ideología. Por lo tanto, esta metodología no consiste en una mera descripción del texto, sino en una lectura en relación a aquello que condiciona lo que se expresa. No obstante, el análisis de discurso no es un patrimonio exclusivo de la lingüística, sino que ha contado con la contribución de otras disciplinas académicas como la antropología, la semiótica, la sociología, la psicología, la comunicación, la filosofía, etc. Por eso mismo, existen diferentes propuestas que centran su atención en distintos dispositivos del lenguaje. En el caso concreto la metodología del ACD, la atención se centra en aquellas acciones sociales que se ponen en práctica, a través del discurso, como el abuso de poder, la dominación, la desigualdad, la marginación y la exclusión sociales. Esta propuesta engloba los trabajos de autores como Norman Fairclough, Ruth Wodak, Teun Van Dijk y Siegfried Jäger, y su objetivo central es saber cómo el discurso contribuye a la reproducción de estas acciones mediante estructuras discursivas aceptables y legitimadas por la sociedad.

En particular, se busca revelar un tipo de contenido, que es la propuesta de representación social del fútbol femenino, en un tipo de emisión, que es el discurso televisivo. Para acceder al contenido de una representación social, el procedimiento clásico es la recopilación de un material discursivo producido en forma espontánea o inducido; independientemente de su modo de producción, este material discursivo se somete a un análisis donde las técnicas buscan revelar sus ejes básicos: *informaciones, actitudes y el modelo de representación.*

En este caso concreto, se tiene que existen diversos formatos televisivos que abordan la cuestión deportiva y desde los cuales se puede indagar el contenido de las representaciones: notas informativas, secciones dentro de programas de revista, programas especializados, entre otros. Dentro de éstos, se ha determinado que el material base para esta investigación sean las transmisiones de los partidos de fútbol (efectuadas por los canales de la señal abierta) de la selección mexicana femenil. La elección de dicho material obedece a ciertas particularidades que resultan relevantes para los propósitos de este trabajo.

Las transmisiones deportivas utilizan un registro al que se denomina *estilo directo*, el cual maneja una forma de comunicación informativa- periodística que supone una intención de ofrecer datos acerca de cosas, personas y acontecimientos (y que resulta muy útil para sondear las representaciones sociales). No obstante, y esto conformaría el segundo criterio, a diferencia de otros géneros donde las formas y el contenido tienen un mayor grado de reflexión (como lo serían las notas o los segmentos informativos) la transmisión de un evento deportivo supone un ejercicio de narración simultánea, lo que supone un menor grado de control-censura. Es decir, a través de los comentarios, las referencias, las anécdotas y otra serie de elementos discursivos se configura el suceso deportivo y todo lo que éste implica.

Un tercer punto a contemplar es el hecho de que las narraciones de estos partidos han sido realizadas tanto por hombres (mayoría) como por mujeres (generalmente, como *invitadas* a comentar). Aquí es de vital importancia considerar que tanto los hombres como las mujeres demuestran su responsabilidad sobre las concepciones normativas y actividades apropiadas para sus respectivas categorías sexuales (West, Lazard y Kramarae, 2001, p. 202). Lo anterior permite considerar la posibilidad de establecer diferencias entre el uso del poder discursivo y la puesta en perspectiva, según el género de los locutores.

Finalmente, un cuarto aspecto tiene que ver con la intención de poder explicar cómo se ha ido configurando la representación mediática del fútbol femenino a lo largo del tiempo, conforme a ciertos eventos, puntualizando los cambios y las constantes en dicha configuración. El supuesto es que aún cuando hoy en día la transmisión de partidos femeniles sigue siendo un suceso excepcional, no debiera serlo la existencia del fútbol femenino; es decir, no tendría que caracterizarse como un “fenómeno” sino como parte del acontecer deportivo.

Aquí cabe señalar que para el ACD la cuestión de la representatividad en cuanto al número de textos que integran el corpus no es determinante: al estar centrado en los modos en que se ejerce el poder en los discursos, el núcleo del estudio residirá en las propiedades que posibilitan el ejercicio de ese poder (Meyer, 2003, pp. 51-52). De esta forma, el corpus de análisis está constituido por la transmisión de tres partidos de la selección mexicana efectuados por los canales de señal abierta de Televisa, en función de la relevancia que en cuanto a cobertura periodística han tenido. Este corpus se detallará detenidamente en el cuarto capítulo de esta tesis.

Para poder estudiar estas representaciones se han definido los siguientes parámetros de análisis de estrategias discursivas (retomados del esquema propuesto por Wodak, 2003, pp.112-115):

**1.1) Análisis de las estrategias de nominalización:** el objetivo de este parámetro es responder a la pregunta ¿de qué modo se nombra al fútbol femenino y qué rasgos se le atribuye? Las estrategias discursivas a considerar son:

1.1.1) *Nominación*: términos usados para referirse a los sujetos y los acontecimientos.

1.1.2) *Comparación*: establecimiento de una relación de semejanza entre dos partes usando los nexos *como*, *tal* o *cual*, *parece*, etc.; las comparaciones permiten identificar y atribuir cualidades a los agentes sociales con aquello con lo que se comparan, ya sean objetos (cosificación), animales (animalización) o ideas (símiles)

1.1.3) *Calificación*: descripción basada en valoraciones adjetivas (positivas o negativas) de los actores y los acontecimientos.

1.1.4) *Inclusión al Genérico Masculino*: consiste en el uso de categorías gramaticales genéricas en vez de utilizar la declinación de las palabras de acuerdo al género, lo cual implica una *sobrerrepresentación*, término de la teoría de género empleado para referirse a la invisibilidad de las mujeres en nominalizaciones referidas a los hombres.

**1.2) *Análisis de los argumentos***: el análisis de este parámetro permite responder a la pregunta de ¿cómo se explican estos rasgos y atributos? Esta parte del análisis contempla la forma en que las estructuras argumentativas, organizadas en tramos mayores de textos, sustentan, justifican o refutan puntos de vista, opiniones y afirmaciones, con el propósito de asegurar un acuerdo en las ideas. Principalmente se buscan bases, justificaciones, aseveraciones, implícitos y otro tipo de estrategias argumentativas bajo las cuales se encuentren informaciones o actitudes relativas a la representación social.

**1.3) *Análisis de las estrategias de intensificación o atenuación***: el propósito de estas estrategias es acrecentar o mitigar la fuerza ilocucionaria de lo enunciado, modificando la posición de sus proposiciones. Por tanto, el análisis de estas estrategias responde a la pregunta de ¿estos argumentos, opiniones y creencias se expresan de manera abierta, intensificada o atenuada? Para esto se van a retomar *los desplazamientos semánticos*, que son operaciones que establecen relaciones entre dos proposiciones a través de diversas estrategias como:

1.3.1) *Negativas aparentes*: en las cuales la primera proposición es una negación de las actitudes negativas y la segunda es una opinión negativa con respecto de la primera.

1.3.2) *Énfasis de Contraste*: se presentan dos o más proposiciones que parten de la existencia de tópicos contrarios y se focaliza el contraste.

1.3.3) *Explicaciones*: aparecen en pares de proposiciones, donde la segunda expresa la causa de un hecho denotado por una proposición anterior; esta estrategia es utilizada después de opiniones con carga negativa.

1.3.4) *Concesiones aparentes*: en las que la primera proposición se acuerda con supuestos compartidos y en la segunda se presenta una actitud negativa. En general, ambas proposiciones quedan relacionadas por un *pero*.

1.3.5) *Ironía*: consiste en expresar lo contrario de lo que se piensa o admitir como cierta una proposición falsa con intención burlesca.

A partir de este esquema de análisis es que se retoman las *informaciones* y las *actitudes* para construir el *modelo de representación*. Para llegar a este modelo, el trabajo de análisis se ha establecido en tres fases: la fase de registro, la fase de clasificación y la fase de interpretación. En la primera, se aplican las *fichas de registro*, que tienen la función de establecer las claves de ingreso de la muestra televisiva al corpus de estudio: título del programa, código de identificación de la muestra, tiempo, fecha y horario de emisión, duración, etc. (Ver Fig. 1).

**Fig.1 Ficha de registro**

CLAVE LOCUTOR/ TIEMPO DE TRANSMISIÓN	TRANSCRIPCIÓN DE LA TRANSMISIÓN DEL PARTIDO
R.P. 2:40 (P1)	El estadio no está lleno pero hay una entrada aceptable y la gente está entusiasta, está emocionada apoyando el equipo femenino ( <u>aparece gráfico con los nombres de las jugadoras</u> ) ahí tiene usted el ambiente que se vive en este estadio Nemesio Diez ...

Complementariamente, en la fase de clasificación, se aplican las fichas de análisis con los parámetros definidos en el esquema y se ordenan para la posterior fase de interpretación (Ver Fig. 2).

En esta última se recuperan los fragmentos del texto que las fichas de clasificación hayan arrojado como significativos para poder jerarquizar los contenidos. En la fase de interpretación ya no se sigue una linealidad sino que se procede por fragmentos con la finalidad de captar los diversos elementos que resultan relevantes para elaborar el modelo de representación.

FIG. 2. Ficha de análisis

IDENTIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN/ TRANSCRIPCIÓN	E. D. N.				ARG	I/T ARG					
		NM	CM	IG	CL		NA	EC	EX	C A	IR	
- Clave Locutor - Tiempo	-Secuencia de diálogos/comentarios/narración				S A							

### NOMENCLATURA DE LA FICHA

**E. D. N = Estrategia Discursiva de Nominalización**

**ARG. = Argumentos**

**I/ T ARG. = Intensificación /Atenuación de los argumentos**

#### Nomenclatura de las estrategias de nominación (E.D.N.)

**NM** = Nominaciones

**CM** = Comparación

**CAL**=Calificación

**S**= Sujetos

**A**=Acciones

**IG**= Inclusión al genérico masculino

#### Nomenclatura de la I/A Arg.

**NA**= Negativas aparentes

**EC**= Énfasis de Contraste

**EX**= Explicaciones:

**CA**= Concesiones aparentes:

**IR**= Ironía

#### Valoraciones para E. D. N. para E. D. P, y ARG

**Positiva** = +

**Negativa** = x

**Neutra** = 0

---- = No aplica

\*Para cada estrategia se ha establecido un color a fin de facilitar la ubicación

A pesar de que el criterio representatividad está fuera de los estudios culturales y del análisis crítico del discurso, la investigación social cualitativa también necesita de criterios que valoren la validez. Van Dijk sugiere que la accesibilidad es un criterio que tiene en cuenta los objetivos prácticos del ACD: los hallazgos deben resultar cuando menos accesibles para los grupos sociales relacionados con la investigación (Wodak, 2003, p. 57). En este tenor, la intención académica de este trabajo es sumarse al cuerpo teórico de estudios sobre género y deporte, que eslabón por eslabón, seguirá posibilitando la consolidación del movimiento deportivo femenino.

Lo anterior conlleva el compromiso de difundir los resultados en las redes de publicaciones acerca del tema, ya sea a través de sitios en línea, en artículos de revistas especializadas o en compilaciones de investigación; pues es justamente en la expansión del conocimiento donde el movimiento deportivo femenino ha encontrado su arma más fuerte. En resumen, además de establecer temas alternos a los que tradicionalmente saturan los estudios desde y sobre la comunicación, la intención de esta tesis es seguir impulsando este tipo de reflexiones, recobrando la idea de que no hay conocimiento posible sin investigación.

En este mismo instante, miles de niñas y jóvenes en el mundo, ajenas a toda teorización de esta cuestión, corren tras un balón con el objetivo de marcar un gol, ganar un partido, sentirse bien, hacer ejercicio, divertirse. En resumen, reconocen *otras* posibilidades de ser mujeres a través del deporte. Simplemente por eso, vale la pena seguir cuestionando, criticando y discutiendo sobre estos temas. La investigación en estos ámbitos representa lo que para todas ellas significa jugar al fútbol: un constante desafío.

# CAPÍTULO 1.

## LA ESPECTACULARIZACIÓN MEDIÁTICA DEL DEPORTE.

El propósito de este primer capítulo es detallar cómo la mayor parte de los elementos significativos de la representación social del deporte se generan a través del discurso de los medios de comunicación. Para tal efecto, la primera parte contiene los fundamentos teóricos sobre las *representaciones sociales*, *discurso* y su configuración como *elementos constitutivos de la realidad social*. Asimismo se revisa, desde la perspectiva de los estudios culturales de la comunicación, cómo estas representaciones suponen un orden discursivo que a la vez constituye un factor de *poder*. Debido a este poder, la representación del deporte en los medios ha alcanzado una singular hegemonía sobre otras representaciones; al grado tal que la actividad deportiva moderna no podría entenderse sin los medios de comunicación, pues se han establecido como un *binomio indisoluble*. Dentro de este binomio del deporte mediático, resulta de interés especial estudiar la modalidad de *las transmisiones deportivas*, por ser las emisiones que aportaran los elementos para el trabajo de análisis.

## **1.1.- El poder de las representaciones sociales en el discurso de los medios de comunicación.**

### **1.1.1.-La construcción social de la realidad: representaciones sociales y discurso.**

Uno de los temas centrales de la investigación en ciencias sociales ha sido el proceso por el cual el ser humano da sentido a la realidad. Este proceso es la base a partir de la cual tanto los individuos como los grupos edifican su vida social. Muchas discusiones se han suscitado en torno al tema, desde distintos ángulos y con diversas derivaciones. Pero la mayoría de los argumentos de estos debates coinciden en un punto: la especie humana es la única que atribuye sentido a sus acciones, a su entorno, a sí misma; por lo cual, al hablar de lo “real” se está aludiendo básicamente a una construcción humana, y por lo tanto, a una construcción social.

La afirmación anterior se encuentra sustentada en el pensamiento sociológico que Bourdieu designó como *constructivismo estructuralista* (1988, pp. 127) y que engloba los trabajos de autores como Norbert Elías, Anthony Giddens, Peter Berger, Thomas Luckman y él mismo, entre otros. Para estos estudiosos, la realidad social se define como el conjunto de construcciones históricas y cotidianas de actores individuales y colectivos. Desde esta perspectiva, la realidad posee dos dimensiones: una social-estructurada (en tanto histórica) y una social-construida (en tanto cotidiana). Estas dos nociones, que parecerían sinónimas, implican una diferencia que el mismo Bourdieu (p. 147) consideró al agrupar dichos planteamientos con la mencionada denominación: el concepto *constructivismo* está referido a una génesis social de una parte de los esquemas de percepción, de pensamiento y de acción; mientras que *estructuralista* hace alusión al hecho de que en el mundo social existen estructuras objetivas que son capaces de orientar o de coaccionar dicha génesis, independientemente de la conciencia y de la voluntad de los agentes sociales.

El primer planteamiento de esta idea se encuentra en la obra de Berger y Luckman (1990, pp. 36- 52), quienes señalan que las personas configuran su realidad con base en el carácter generativo y constructivo que tiene el

conocimiento en la vida cotidiana. En ésta, los seres humanos actúan en relación con los objetos y los sujetos de su ambiente sobre la base de los significados que éstos tienen para ellos. Gracias a estos significados, la relación de los seres humanos con su mundo forma pautas de interacción que les permite involucrarse y participar en él. Por esto, se dice que la naturaleza de esta generación y construcción es social, esto es, pasa por la interacción entre individuos, grupos e instituciones.

El analizar la realidad como una construcción social, realizada tanto individualmente como en forma colectiva, supone una correspondencia entre el sistema social y el sujeto, que es precisamente la propuesta efectuada por Giddens (1998, pp. 43-53) en su “Teoría de la estructuración”. Para dicho autor, la sociedad contiene estructuras que existen no como una cosa en el mundo, sino de manera virtual y potencial: las estructuras se actualizan en la medida en que funcionan, es decir, en la medida que existan agentes que hagan uso de ellas. Esto implica reconocer que el agente social tiene conciencia y capacidad, pero que sus acciones no pueden tener lugar si la estructura no provee de dos elementos importantes que son constitutivos de ella misma: las reglas (entendidas como restricciones a la capacidad del agente para definir lo que puede o no hacer) y los recursos (condiciones de posibilidad para que el agente realice la acción).

Lo anterior constituye lo que Giddens (p. 61) denomina dualidad de la estructura: la capacidad de ser condición (como conjunto de reglas que limitan) y medio (como recursos que posibilitan) para la acción de los individuos. Por esto, la estructura social se establece como un todo cuyas cualidades retroactúan sobre los individuos dándoles lenguaje, cultura y educación. No obstante, la estructura no es superior al individuo, pues sólo existe en su acción: se manifiesta a través de los múltiples actos de los agentes individuales, lo que significa que las estructuras sociales están constituidas por acciones y relaciones humanas, pero a su vez, esas acciones están mediadas por las características estructurales de la sociedad en la que ocurren.

De ahí que la sociedad y lo que en ella es real se comprenda tanto como estructura estructurada por las acciones de los individuos como estructura capaz

de estructurar dichas acciones (y desde ambos sentidos, como estructura abierta a las transformaciones). Ésta es la característica del *constructivismo estructuralista*: la afirmación de que en el proceso de aprehensión, las realidades sociales son a la vez objetivadas e interiorizadas. Es decir, por una parte remiten a mundos objetivados (a través de las reglas y los recursos) exteriores a los agentes, que funcionan a la vez como condiciones y como catalizadores para la acción (estructura capaz de estructurar); y por otra se inscriben en mundos subjetivos e interiorizados (a través de la vida cotidiana), constituidos principalmente por formas expresadas en la acción social (estructura estructurada). Ahora bien, cuando un individuo se inserta en cualquier pauta de interacción, no lo hace de igual manera, sino que se desempeña adaptándose a determinadas situaciones. Esto se debe a que la estructura social existe en contextos específicos que determinan la significación de la realidad (por eso está abierta a la transformación: cada contexto supone reglas y recursos diferentes).

Es en esta interacción dentro de contextos específicos que los seres humanos generan un lugar para definir los roles y las prácticas sociales ligados a categorías como el género, la raza, o la clase; constituyen espacios instituidos en los cuales la información se encuentra inscrita en las mismas estructuras de la organización, como reglas de estructuración que regulan la reproducción del sistema. Lo anterior quiere decir que el contexto prefigura estas estructuras a través de acciones o textos materiales: gestos, palabras, objetos, iconos, rituales, creencias, técnicas, mitos, etc, todos los cuales funcionan como una especie de *meta-código* para el individuo. En resumen, y recurriendo a Vizer, el sistema social se puede explicar con la metáfora de los deportes:

“Como en el deporte o los juegos, el sistema se define por reglas y viceversa, y los jugadores existen, son reales, en tanto jueguen dentro de estas reglas. Y además, es el propio sistema el que genera los espacios y los tiempos en los cuales los jugadores realizan sus acciones” (Vizer, 2003, p. 11).

En este sentido, la trama de lo social estaría constituida por la acción de los individuos, a través de ciertas reglas y con ciertos recursos que la sociedad en la que éstos se encuentran ha estructurado como prácticas (objetivadas a partir de la acción personal) y representaciones (subjetivadas en la acción social).

Estos dos elementos (prácticas y representaciones) conformarían la cultura, definida como el conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad (Giménez, 2005, p. 4). Las formas objetivadas, es decir, las prácticas sociales, corresponden a lo que Bourdieu (1987, p.11-17) denominó *estado objetivado e institucionalizado* de la cultura. Éste se manifiesta en prácticas observables, bienes culturales y modos de actuar socialmente legitimados. En contraparte, las representaciones sociales como formas subjetivadas de cultura corresponderían al *estado incorporado o habitus*, entendido como un conjunto de disposiciones subjetivas que funcionan a modo esquemas de percepción, concepción y acción. No obstante de ser subjetivos, dichos esquemas no son individuales, pues su génesis es social.

Se ha reconocido ya que todo individuo posee una historia y un bagaje personal, pero a la vez pertenece a una parcela de la sociedad en donde comparte normas, valores e intereses comunes con otros sujetos. Estos elementos constituyen un conjunto de formas y fondos para el descubrimiento y la organización de la realidad: son maneras de representar lo real que se vuelven socialmente compartidas; en otras palabras, son representaciones sociales.

A lo largo de poco más de treinta años, se ha construido un campo de investigación en torno al concepto de representación social, principalmente a partir de los trabajos de Moscovici. Este autor, retomando la noción de *representación colectiva* de Durkheim, concibe a las representaciones sociales como:

“una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos...es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación...son sistemas de valores, nociones y prácticas que proporcionan a los individuos los medios para orientarse en el contexto social y material, para dominarlo” (Moscovici, 1979, pp. 11 - 24).

Partiendo de la definición anterior, se puede afirmar que la construcción de una realidad común a un conjunto social se conforma a partir de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento (las representaciones sociales) que se reciben y transmiten a través de la tradición, la educación y la comunicación social (Jodelet, 1993, p. 473). En este aspecto, las representaciones sociales engloban los conceptos, opiniones, actitudes, valoraciones, imágenes y explicaciones sobre un aspecto determinado de la realidad (como por ejemplo, el fútbol femenino) que se manifiestan en discursos y prácticas sociales.

Entonces, las representaciones sociales son un elemento primordial por el cual los individuos dan significado a su realidad; tienen múltiples funciones que se pueden esquematizar de la siguiente manera (Abric, citado por Celso Sá, 1996, p. 43-44):

1. *Función de conocimiento*: permiten a los sujetos comprender y explicar la realidad, al adquirir nuevas informaciones e integrarlas de modo asimilable, comprensible y coherente con sus esquemas cognitivos y valores.

2. *Función Identitaria*: sitúan a los individuos y los grupos en el contexto social, permitiendo la elaboración de una identidad social y personal gratificante, compatible con el sistema de normas y valores social e históricamente determinados.

3. *Función de Orientación*: guían los comportamientos y las prácticas, ya que intervienen directamente en la definición de la finalidad de una situación, conformando un sistema de anticipaciones y expectativas que posibilita la selección y filtraje de informaciones.

4. *Función Justificatoria*: permiten a posteriori justificar un comportamiento o toma de posición, explicar una acción o conducta asumida por los participantes de una situación.

Respecto a su estructura, Moscovici (1979, pp. 45-55) ha señalado que las representaciones se articulan en torno a tres ejes o dimensiones, que son:

- *La información:* concierne a la organización de los conocimientos que tiene una persona o grupo sobre un objeto o situación social determinada. Esta dimensión conduce, necesariamente, a la riqueza de datos o explicaciones que sobre la realidad se forman las personas en sus relaciones cotidianas.

- *La actitud:* es la orientación global positiva o negativa, favorable o desfavorable de una representación, la cual expresa una reacción emocional acerca del objeto o del hecho; se halla siempre presente aunque los otros elementos no estén: una persona o un grupo puede tener una reacción emocional sin necesidad de tener mayor información sobre un hecho en particular.

- *El modelo de representación:* está referido al orden y jerarquía que toman los contenidos de la representación, que se organizan en una estructura funcional determinada. Esta dimensión se organiza en torno al núcleo o esquema figurativo, compuesto por cogniciones que dotan de significado al resto de los elementos.

Ahora bien, las representaciones se conforman a partir de dos procesos básicos: la *objetivación* y el *anclaje* (Jodelet, 1993, p. 481). El primero consiste en transformar entidades abstractas en materiales; implica convertir los productos del pensamiento (conceptos) en realidades (imágenes concretas). Por su parte, el proceso de anclaje se refiere al enclavamiento de la representación en un sistema social de significación; supone un proceso de categorización por medio del cual se clasifica y se nombra lo representado para permitir la apropiación.

A través de estos procesos de objetivación y anclaje, se logran dos cosas: la inserción del objeto de representación en un marco de referencia pre -existente y su instrumentalización social. En relación a lo primero, hay que decir que cuando una sociedad se enfrenta a un fenómeno extraño o a una idea nueva (que en cierto modo constituye una amenaza para su identidad social), este enfrentamiento al objeto no se realiza en el vacío: los sistemas de pensamiento social constituyen puntos de referencia con los que se puede amortiguar el impacto de la extrañeza. En torno al segundo punto, hay que decir que al nombrar, clasificar y ordenar el entorno en unidades significativas, las representaciones se convierten en instrumentos útiles para la comunicación social.

Así, la representación es la transformación de una realidad social en un objeto mental. No hay representación en abstracto sino siempre referida a algo; por lo tanto, no es jamás un simple calco, sino que selecciona ciertos datos, los hace visibles y legibles. A pesar de ser un sesgo (por ser una selección), la transformación operada por las representaciones sociales se manifiesta como un trabajo de naturalización de la realidad: funciona como una reducción elaborada de esta última. Desde este punto de vista, la representación social constituye también un proceso de remodelado de la realidad; no es la adecuación a lo real, sino la recreación significativa de la realidad. De ahí que se pueda decir que la representación es relacional, es decir, constructiva y dinámica. Representar no es sólo repetir o reproducir, es también modificar, reconstruir y adaptar los conocimientos a un contexto determinado (Zepeda y Gonzáles, 2004). Por esta razón, las representaciones no son estáticas; no obstante, en ellas se encuentran elementos de continuidad, de permanencia, de estabilidad.

Al hablar de elementos de permanencia y cambio, de construcción y expresión, de sujetos y colectividades, se está reconociendo que las representaciones sociales se manifiestan en ámbitos que van desde la experiencia personal hasta el sistema cultural. Diversos autores han señalado que la noción de representación social involucra lo psicológico y lo social de manera conjunta, puesto que el conocimiento se constituye a partir tanto de las experiencias de cada persona como de las informaciones y modelos de pensamiento que se reciben a través del sistema social (de acuerdo con la dualidad de la estructura).

Estrictamente hablando, el carácter social de la representación se refiere principalmente a dichas informaciones y modelos, a estos marcos de aprehensión de valores, normas e ideologías relacionadas con el contexto social en que se encuentran inmersos los individuos. Se dice estrictamente hablando, porque aun cuando las representaciones sociales se relacionan directamente con la experiencia de las personas (que también tiene carácter social), la realidad de los seres humanos es ante todo un producto social.

De hecho, este carácter es el que permite a los agentes sociales dar verosimilitud a sus creencias: la evidencia de que sus representaciones son “verdaderas” radica en el consenso social. De este modo, se puede afirmar que las representaciones tienen una verdad fiduciaria, generada por la confianza que da el saber que la información y los juicios son compartidos (Moscovici, 1986).

Se había mencionado ya que la constitución de cualquier sistema cultural refería necesariamente a dos aspectos: los elementos subjetivados y objetivados de la realidad social. Ahora bien, tanto la objetivación como la subjetivación se realizan a través del lenguaje (Berguer y Luckman, 1990, pp. 52-60); primero entendido como un mecanismo en el que se transmite y crea la realidad (al proporcionar las objetivaciones necesarias para producirla); y segundo, como marco en que la realidad adquiere sentido, (al disponer un orden dentro del cual dichas objetivaciones adquieren significado). El lenguaje se define como el “conjunto de estrategias simbólicas que son constitutivas para la sociedad y que hacen posible la representación de mundos posibles y reales a sus miembros” (Iñiguez, 2003, p. 83); desde esta postura, el lenguaje no sólo representa al mundo, sino que lo construye: nombrar algo es convocarlo a ser como uno lo ha nombrado (Pearce, 1994, p. 275). Es precisamente en el lenguaje donde se elaboran las distinciones que permiten acercarse al mundo, a través de un universo de categorías que construyen la realidad, y que además permiten la comunicación.

A través del lenguaje (y la comunicación por él permitida), la realidad deviene en lo social; se convierte en el principal medio de intercambio entre las personas y el mundo (en los procesos de percepción, cognición y acción). Cuando los individuos manifiestan sus visiones del mundo (derivadas tanto de sus experiencias personales como de su contexto social) y las comparten con otros individuos, se inicia un proceso que resulta en la aceptación, rechazo y transformación de la realidad interpretada; es decir, se hace válida en tanto se comparte con los demás. Así, la comunicación permitida por el lenguaje tiene como función primaria la construcción de mundos humanos: es en las acciones comunicativas donde los actores sociales seleccionan, reagrupan y transforman los significados.

Lo anterior implica concebir al ser humano como producto y productor de su realidad social: producto, porque el sentido de estos significados está condicionado por una estructura fuera de él; productor, porque estos significados sólo encuentran su sentido si él los interpreta, reproduce y transforma. Desde esta perspectiva, la actividad social sería en esencia, una actividad semiótica (López Villegas, 2006), entendiendo que la semiosis incluye todas las formas de creación de significado, por lo cual se puede entender la vida social como una serie de redes interconectadas de prácticas, representaciones y relaciones sociales que resultan significativas.

De este modo, existen diversas maneras de producir la vida social en modo significativo, pero éstas se encuentran determinadas en y por el lenguaje. Así, la conversación cotidiana, las clases escolares, las manifestaciones públicas, los mensajes de los medios y otras formas constituidas por el lenguaje se establecen como materializaciones de la significación social. En dichas materializaciones, de acuerdo con Scollon (2003, p. 205) lo social se expresa de una forma determinada: se vuelve *discursivo*.

Karam (2005) explica que el discurso se ha convertido en un término que traspasa fronteras disciplinarias, ya que no es reducible a un ámbito específico y su alusión puede servir para explicar fenómenos sumamente amplios, tanto en la materialidad discursiva en sí como en el comportamiento de sus usuarios (productores e intérpretes). Por esta razón, existe una pluralidad de definiciones desde distintas perspectivas teóricas que, a decir de este autor, se agrupan en tres grandes grupos: las aproximaciones *formalistas* (o *intradiscursivas*, que ven al discurso como fuente de sí mismo, sea que se trate de frases o enunciados, relatos o macro-estructuras); las *enunciativas* (que consideran al discurso como parte de un modelo de comunicación en una determinada circunstancia de lugar y de tiempo en que un sujeto de enunciación organiza su lenguaje en función de un destinatario); y finalmente, las perspectivas *materialistas*, que entienden al

discurso como una práctica social vinculada a sus condiciones sociales de producción.

A partir de esta última concepción (que retoma los trabajos de Laclau, Foucault, Robin y Pêcheux, entre otros) el enfoque del Análisis Crítico del Discurso (ACD) sustenta su argumentación. Robin y Pêcheux (citados por Gutiérrez, 1998 p. 84) definían al discurso como: “toda práctica enunciativa considerada en función de sus condiciones sociales de producción, que son condiciones institucionales, ideológico - culturales e histórico- coyunturales; tiene una dimensión pragmática dentro del contexto social en el que comunican”. Justo por esta dimensión pragmática la perspectiva del ACD afirma que el discurso es, ante todo, poder.

Para detallar esta afirmación conviene revisar la dinámica de los discursos al interior de las sociedades. Un discurso es “una forma de significar un particular ámbito de la práctica social desde una particular perspectiva” (Fairclough, 1995, p.14). Entonces, el discurso se conceptualiza en dos dimensiones: como estructura generadora de concepciones (“forma de significar un ámbito”) y como unidad regulada (“desde un particular perspectiva”). Es decir, en virtud de la dualidad de la estructura, el discurso tiene efectos sobre ésta y al mismo tiempo se encuentra determinado por ella.

Así pues, los discursos no sólo revelan la sociedad en la que fueron producidos sino que al clasificar, ordenar y mediar las percepciones de los individuos se configuran también como práctica social (Iñiguez, 2003, p.116); en el más puro sentido austiniano, *decir algo* es una manera de *hacer algo*. En esta forma de *decir algo* desde una perspectiva particular, se encuentra la dimensión de poder.

En relación a esto, Foucault explica con su concepto de *formación discursiva* que los discursos se encuentran inmersos en una serie de relaciones entre instituciones, procesos económicos y sociales, normas de comportamiento y

formas de clasificación con base en los cuales se construye el marco discursivo de lo *puede* o *debe* ser dicho en determinado momento sobre una situación en específico:

“la formación discursiva es un haz completo de relaciones que funcionan como reglas; prescribe lo que ha debido ponerse en relación en un práctica discursiva, para que ésta se refiera a tal o cual objeto, para que ponga en juego tal o cual enunciado, para que utilice tal o cual conjunto, para que organice tal o cual estrategia” (Foucault, 1990, pp. 122-123).

Así, todo discurso dice “desde”: desde una posición social, desde un pasado particular, desde una doctrina (Iñiguez, 2003, p. 99). En otras palabras, este “desde” se refiere a la estructura social. El hablar del discurso como práctica enunciativa determinada por la estructura social implica considerar que esta última impone ciertas constricciones u *órdenes del discurso*, definidos como los conjuntos de convenciones asociadas con las instituciones sociales que constituyen “una estructuración social de la diferencia semiótica, es decir, un particular ordenamiento social de las relaciones entre las diferentes formas de generar significado” (Fairclough, 2003, p.183). Entonces, la realidad resulta significativa en la medida en que las personas se hallan vinculadas con los órdenes del discurso; lo discursivo es lo significativo.

La relación de los discursos y sus sociedades va ligada de tal forma que aunque los primeros están inscritos en las acciones sociales y sólo existen en ellas, las sociedades solamente pueden interactuar a través del uso de las estructuras de los discursos (Jäger, 2003, p. 67). Pero los contextos sociales no son estáticos, y por lo tanto, los usuarios del discurso no están siempre bajo las mismas condiciones. Cualquier cambio que afecte las estructuras culturales, sociales, políticas o económicas; cualquier transformación de las normas, las relaciones sociales o las instituciones; en resumen, cualquier modificación producida por la misma acción de los individuos repercute en los discursos.

La consideración anterior le otorga a los discursos un doble perfil: como *texto* (en el que se manifiestan prácticas y representaciones sociales) y como *práctica discursiva* (por el cual se generan prácticas y representaciones sociales). El concebir a los discursos de esta forma implica tres observaciones, a decir de Gutiérrez (1988, p. 85): que todo discurso se inscribe dentro de un proceso social de producción discursiva dentro del cual asume una posición determinada; que todo discurso remite, de manera implícita o explícita, a una realidad relacionada con el sistema de representaciones y valores (dominantes o subalternos) que define la formación de una sociedad; y que todo discurso se presenta como una práctica socialmente ritualizada y regulada por aparatos en el marco de una situación coyuntural determinada.

En la medida en que esta posición se encuentre más fuertemente ligada al sistema social y por lo tanto, más institucionalizada, mayor será este ejercicio de poder. Poder que radica, básicamente, en dar significado al orden social; es decir, en constituir uno o varios órdenes discursivos. Un aspecto de este orden es el dominio: algunas formas mayoritarias o dominantes de significación social son las que definen, en el discurso, a los agentes sociales, a su mundo, a su historia, a sus relaciones; en resumen, a su realidad. Y al contribuir a la estructuración de relaciones de poder en una sociedad, los discursos se entroncan con el concepto de *ideología*.

Para la perspectiva del ACD, las ideologías cumplen la función de ser “concepciones del mundo” que penetran en la vida práctica de las personas como estructuras asimiladas de una manera inconsciente por los seres humanos y reproducidas constantemente en las prácticas sociales cotidianas e institucionalizadas (Wodak y Meyer, 2003). Lo anterior no significa que las ideologías ejerzan un control directo o total de las acciones de los individuos; básicamente los dotan de una ubicación desde la cual participan en la sociedad, valoran su realidad y definen a los otros; es decir les dan una *postura discursiva* (Jäger, 2003, p. 69) o un *lugar de enunciación* (Iñiguez, 2003, p.103).

En este sentido, la relación discurso-ideología se enuncia como indisoluble, y por lo tanto, el discurso “no sólo es resultado de, sino que influye en y a través de ella” (Gutiérrez, 1988, p. 82). Así, los discursos no se pueden reducir a las ideologías así como éstas no se pueden superponer a los discursos. Pero tampoco se puede dejar de observar que la ideología es componente fundamental en el orden del discurso, y es en torno a ésta que se articulan las dinámicas de poder: las distintas maneras de concebir la realidad suponen una diferencia discursiva que repercute en las estructuras sociales.

Ahora bien, el dar significado al orden social implica el uso del lenguaje, que se convierte en una fuerza social que regula las relaciones del poder organizado (Fairclough y Wodak, 1997). Como se ha mencionado, el lenguaje se materializa de distintas maneras para significar lo social: textos, conversaciones, producción literaria, etc. Estas materializaciones constituyen las *variedades discursivas* (Scollon, 2003, p. 205). Así, todo discurso se manifiesta en una *variedad discursiva* (que en tanto texto, supone cierta materialización del lenguaje) y revela un *orden discursivo* (que en tanto práctica, supone una ideología).

Por estos dos aspectos, el discurso se convierte en una unidad observacional, interpretable al ser vista o escuchada como emisión; en palabras de Verón (1996, p. 127) al atribuirle un valor semántico, el discurso se convierte en un soporte material (*variedad discursiva*) de una configuración espacio-temporal de sentido (*orden discursivo*). El estudiar a los discursos de esta manera permite entonces obtener una serie de datos que pueden aportar un panorama de las visiones de mundo, de las ideologías dominantes, de los sentidos de identidad, de las valoraciones o de las representaciones sociales que una sociedad posee en un determinado contexto.

Van Dijk (2003, p. 168) dice que el discurso desempeña un papel básico en la producción de las representaciones sociales, ya que una buena parte de los contenidos, reglas generales, principios o estrategias de éstas se transmiten a través de aquél. Y es precisamente por esta dimensión que el discurso se convierte en el elemento a analizar en este estudio. En especial, interesa una variedad discursiva específica: el discurso de la televisión.

### **1.1.2. - La representación social de “la realidad” en el discurso televisivo.**

En el apartado anterior de este capítulo se mencionaba cómo los agentes sociales están inmersos en universos de significación, en los que aprehenden los valores y sentidos socialmente asignados a los objetos, así como los conceptos que deben interpretar para orientarse y conducirse en su entorno. En este proceso participan las distintas instituciones sociales que desde su particular intencionalidad, estructuran dichos elementos para que el individuo recurra a ellos en la construcción de la vida social: tanto la familia, la iglesia, la escuela, los clubes de afiliación y otras instancias más permiten la integración de las personas a la sociedad.

A lo largo del siglo XX, se ha constatado que los medios de comunicación colaboran en la creación de actitudes, comportamientos, opiniones; se han convertido en un importante marco de referencia social y en un activo instrumento de integración social (Huerta 2002, p. 85). En pocas palabras, se han convertido en unos poderosos agentes de socialización. Este poder se deriva, como señala Mc Quail (1997, p. 77) del hecho de que los medios contribuyen, tal vez más que otras instituciones, al grado de percepción común de la realidad sobre la cual se basa la vida social organizada, “aun cuando el impacto sea gradual y no pueda percibirse conscientemente”.

Junto con otros agentes de socialización, los *mass media* generan variedades discursivas que proporcionan un sentido de propósito a las prácticas sociales en las que tanto los individuos como las instituciones están comprometidos, impregnando la conciencia y la acción cotidianas. Visto así, el poder de los medios no radica en el control de las acciones, sino en el control de

las intenciones, proyectos, conocimientos, creencias y opiniones que a través de ellos se difunden.

Percibidos de esta forma, los medios no son los aparatos de manipulación cultural total que denunciara la Teoría Crítica de la Comunicación; pero su influencia en la sociedad no deja de ser notable. Gracias al aporte de los Estudios Culturales de Comunicación, hoy se sabe que los medios no tienen un efecto manipulador sobre las audiencias, pues éstas tienen la capacidad realizar lecturas (dominantes, opuestas o negociadas) de las emisiones mediáticas (Lozano, 1996, p. 164). No obstante, siguen siendo uno de los principales marcos de referencia en la construcción de lo real.

Si partimos de la definición *geertziana* de cultura como una red de significación que teje la realidad, y considerando que en esta red, la comunicación sirve para reproducir, interpretar y mantener los significados que la conforman, la comunicación mediática estaría básicamente implicada en la producción de formas de significación sociocultural. Esta concepción de cultura y comunicación es propia de los estudios culturales, que han aportado la idea de que el consumo de medios es un proceso en el que los mensajes expresan y promueven los valores y las ideas de los grupos que las producen en el contexto social e histórico en el que se encuentran, principalmente a través de la reiteración constante de significados, estereotipos y expectativas “comunes”.

Es decir, no obstante las lecturas de la audiencia, dentro de los mensajes existen mecanismos que promueven ciertos significados, (privilegiando unos, suprimiendo otros). En este sentido, el impacto de los medios no es directo, sino indirecto: al actuar como *marcos de referencia* pretenden encuadrar, más no determinan, la representación de la realidad para los individuos (Orozco, 2000, p. 54). Cualesquiera que sean las condiciones de esta representación, la producción de lo real a través de los medios nunca es pura: conlleva invariablemente la presencia de constricciones que establecen sus posibles significados. Lo anterior no quiere decir que estos significados representados sean fijos, determinados y unívocos, sino como ya se ha mencionado, solamente posibles.

Entonces, los *mass media* nos representan significativamente al mundo: un mundo que está condicionado por los lenguajes, los formatos, las estrategias de producción, las dinámicas de poder y las circunstancias contextuales que implica cada medio. La realidad, que en esencia debiera ser la misma, deriva en *representaciones mediáticas* diversas según sea tratado por la prensa, la radio, el cine o la televisión. En especial en esta última, las características de la representación mediática alcanzan dimensiones muy particulares que a veces terminan por producir una ruptura entre lo representado y lo real: lo que en ella aparece está legitimado como lo que constituye *la realidad*.

Para comprender este poder legitimador de la televisión habría considerarla primero, como medio técnico de producción y transmisión de información y segundo, como una institución social productora de significados, definida históricamente y condicionada política, económica y culturalmente (Orozco, 1996, p. 33). Para empezar, en cuanto a sus características como medio, la televisión posee un alto grado de poder de representación, producto de sus posibilidades electrónicas para la apropiación y transmisión de contenidos audiovisuales.

El lenguaje audiovisual, como materia prima del discurso televisivo, dispone de una serie de sistemas de comunicación de entre las cuales se seleccionan algunos al momento de generar (y por tanto de analizar) un mensaje; estos sistemas son: *la lengua hablada, la lengua escrita, el lenguaje gráfico, el lenguaje visual y el lenguaje sonoro* (Orza, 2002, pp. 49-50). Ante la diversidad de sistemas expresivos resulta una tarea casi imposible abordar el lenguaje audiovisual desde una perspectiva estructural si no se considera al discurso como su unidad central. Por lo tanto, a partir de la combinación y la disposición de las unidades de todos esos lenguajes se construyen unas formas específicas de organización discursiva.

No obstante, el discurso televisivo les confiere a estas formas específicas el carácter de *reales*, lo que se deriva directamente de las propiedades del lenguaje audiovisual. Se puede afirmar que más que caracteres meramente

técnicos, dichas propiedades conllevan formas culturales a partir de las cuales se realizan asociaciones y efectos específicos. Estas formas culturales se pueden analizar en torno a tres propiedades características del discurso televisivo: el hecho de que sea siempre *afirmativo, actual y anecdótico*.

En primer lugar, cuando se señala que el discurso televisivo es siempre *afirmativo*, se alude a la cualidad de los mensajes audiovisuales de no admitir la negación ni la ausencia, sino de conformarse como una prueba de existencia plena; o más aún, como la existencia plena de lo real. Esto se debe, como señala Orozco (1996, p.33) a que el lenguaje audiovisual, tiene la característica de ser fundamentalmente denotativo, lo que permite que el código utilizado en su estructuración difícilmente sea percibido por el televidente. Al manejar la imagen y el sonido, la televisión da una garantía de la realidad de un hecho (Ferrés, 2000, p. 23); como dijera Eco, “si apareces en la televisión, existes”.

De ahí se deriva que la televisión otorgue cierta autoridad a las informaciones presentadas, ya que se vuelven verídicas. “La denotación permite que el lenguaje televisivo posea un alto grado de verosimilitud. La TV entonces, no solamente tiene la capacidad técnica de representar el acontecer social, sino también de hacerlo verosímil, creíble para los televidentes” (Orozco, 1996, p. 34). Cuando las personas afirman “es cierto, lo vi en la televisión” suponen que lo ocurrido es real no sólo porque ellas lo vieron con sus *propios* ojos (aunque lo hayan visto en la televisión) sino que además, no habría forma de que este acontecimiento no fuese real: la imagen televisiva no miente. “La visibilidad, o si se prefiere, el realismo mediático, presupone la transparencia del mundo; coloca al espectador en la situación de testigo, como si la sola presencia del sujeto ante un acontecimiento determinado bastase para comprenderlo, y pretende la instauración de una confianza absoluta en la tecnología” (Fecé, 2000, p.159).

A diferencia de los mensajes cuyo soporte remite al alfabeto y la imprenta, en los cuales la realidad es conceptualizada abstracción sobre abstracción, en la

comunicación audiovisual los significantes son concretos y tienen valor autónomo: se pierde la mediación (Ferrés, 2000, p.126). Es así que la representación mediática da paso a la realidad. Es decir, ya no poseen únicamente valor como signos que conducen a un significado, sino que conllevan una realidad intrínseca; más que referentes de una realidad, son “la realidad”.

Por esta razón, aquello que aparece en televisión constituye, además de lo real, lo público, lo interesante, lo sobresaliente: es el medio televisivo el que eleva el rango de los acontecimientos. Como dice Orozco:

“los acontecimientos que no son vistos o referidos en la pantalla televisiva corren el riesgo de pasar desapercibidos para la mayoría: al no tener existencia televisiva mucho de lo que sucede actualmente deja de tener importancia. Y en sentido contrario, mucho de lo que sí pasa por TV adquiere existencia y muchas veces exagerada importancia, que por supuesto no tiene en la realidad”. (Orozco, 1996, p. 179).

Por estas características denotativas del lenguaje audiovisual, el telespectador puede llegar a creer que está en los acontecimientos debido a la singular enunciación que realiza el medio, ya que simula una presencia ante los hechos. Desde esta particular experiencia perceptiva proporcionada por la televisión se determinan ciertas condiciones de producción de sentido. “El mundo, el entorno del sujeto televisivo pierde sus características de exterioridad para convertirse en un escenario subjetivizado, la prolongación proyectiva de la identidad del enunciatario” (p. 124). En relación a esto, el mismo autor (p. 179) señala que el acto de ver las emisiones televisivas implica participar en una realidad reproducida por la imagen televisiva: el sujeto puede experimentar y participar en los acontecimientos, a través de la ilusión de estar delante de aquello que muestra la pantalla.

Justamente de esta ilusión de presencia simultánea es que surge la característica de la *actualidad* del discurso televisivo, referida precisamente a la prerrogativa del “ahora” como el valor intrínseco de cualquier material que pueda

tener un interés comunicativo para el público (Pérez Tornero, 1994, p.163). Esto resulta más notorio en la televisión: aun cuando hable de un hecho pasado o ficticio, lo transmite como algo que ocurre “ahora” frente a los ojos del espectador. Esto conlleva a que el mensaje audiovisual *actual*, ya sea porque se transmite en vivo o porque se observa en un tiempo directo, se confunda con lo *real*.

Pero además, esta confusión tiene una consecuencia fragmentaria: difícilmente se sitúan los acontecimientos en un contexto, en relación al devenir histórico y con la exposición de sus dimensiones concretas. Lo que se hace es conjugar los hechos en un presente simple, donde la relevancia se adquiere por razones de consecuencia, no de causalidad: lo visible sólo explica el *cómo* de las cosas, pero no su *porqué*. A través de la sensación de simultaneidad con la que se despliega la representación de lo real en la pantalla, la conciencia del tiempo, la historia y el contexto se desvanece.

De ahí que el hecho televisivo sea siempre particularizante, es decir, *anecdótico*: constituye un trozo más de un mundo fragmentado que únicamente adquiere coherencia al ser contado por el medio. En este tenor, la televisión tiene una gran capacidad para contarnos historias; su función, afirma Pérez Tornero (p.115) “ya no resulta accesoria o secundaria: cada vez hay una correlación más estrecha entre lo que se considera realidad en una sociedad dada y lo que la televisión presenta como tal”.

A través de las muchas historias que cuenta, la televisión presenta la realidad como un gran relato; cualquier hecho debe ser contado adaptándose a las estructuras narrativas de los formatos televisivos (no sólo los de ficción). Ahora bien, aunque esta forma de estructuración sea anecdótica, no significa que dentro de ella no se encuentre contenido un discurso:

“En todo relato existe un discurso más o menos latente. Si se ha establecido una dicotomía entre relato y discurso es para destacar que en la cultura del espectáculo se privilegia lo narrativo sobre lo discursivo, lo que comporta que

las ideologías y las pautas de comportamiento no se comunican de manera explícita sino implícita” (p. 33).

Y es en este ámbito donde se manifiesta un mayor protagonismo de la televisión como institución:

“protagonismo que va desde el intento de monopolizar la representación de los acontecimientos, pasando por la transmisión de informaciones infundadas hasta la construcción cada vez más verosímil de escenarios sociales virtuales. Escenarios donde lo que se dice o calla, lo que se transmite o se oculta del bloque de poder a la audiencia repercute no sólo en fijar las coordenadas dentro de las cuales se pueden mover los actores y la discusión de los hechos sociales, sino aquellas desde donde se interpela a la sociedad y se enjuicia y se dota de sentido y significación específica a los hechos” (Orozco, 1996, p.182).

Al igual que otras instituciones sociales, la televisión produce sus mensajes haciendo un determinado tipo de asociaciones que no son inherentes al hecho en sí sino resultado de una manufactura en la que intervienen una serie de consideraciones técnicas, profesionales e ideológicas de todos los involucrados en el proceso de producción. Con base en estas consideraciones, a la hora de representar la realidad, cada formato televisivo realiza una selección sobre aquello que va a ser mostrado, selección que incluye tanto la forma como el contenido. Por lo tanto, como institución, la televisión difunde y transmite valores, normas y creencias a través de ciertas variedades y ciertos órdenes discursivos.

Desde estos órdenes se reproducen algunos rasgos que semejan, por los elementos recurrentes, lo vivido por las personas y lo representado por la televisión. No obstante, en la selección de rasgos que desde este orden discursivo se realiza, se omiten otros que también son definitorios pero no son representados (por no considerarse representativos).

### **1.1.3. - El poder de las representaciones mediáticas.**

A lo largo de este capítulo se ha hablado de la importancia de las representaciones sociales en la construcción de la realidad. También se ha mencionado la intervención de los medios de comunicación en este proceso, detallando su fuerza discursiva, sobre todo en el caso de la televisión. En ambas consideraciones, hay una noción que actúa como pivote para entrelazar los elementos que se han venido detallando: la noción de *poder*. La cuestión a discutir es, por lo tanto, cómo se articula el poder de la representación social en el discurso de los medios.

Se ha mencionado que los sistemas de representación utilizan conceptos que clasifican y organizan el mundo en categorías significativas, por lo cual para que una colectividad cultural pueda apropiarse de ellas, deben ir asociada a unas reglas o convenciones (Fecé, 2000, p. 143). De acuerdo a lo anterior, los medios ejercerían un poder cultural al presentar un sistema de representaciones, en el cual las reglas sociales “preferidas” propuestas permitirían afirmar, difundir, rechazar o reforzar ciertas ideas. Lull entiende por regla, a la manera de Giddens, la expresión consensual de significados y procedimientos para la construcción de la realidad social, como “entendimientos coordinados que sirven de base y promueven una conducta social modelada” (1995, p. 81). Reglas, entonces, son elementos que actúan como parte de una normatividad que trasciende a los mismo sujetos que las invocan y las siguen, aun cuando éstos intervienen en su definición y transformación.

De esta forma, el poder de la representación mediática no se refiere tanto a su adecuación a la realidad sino al sistema de creencias, opiniones e ideas estructuradas como reglas sociales que conllevan una verosimilitud (aunque únicamente se perciban como recursos simbólicos). Visto así, la representación mediática restringe las posibilidades de lo que se puede relatar, dependiendo de si se acopla o no al sistema de verosimilitud; empero, esto no implica una mera tergiversación o manipulación maniquea, sino que forma parte de la misma dialéctica de la construcción de la realidad. “Cuando hablamos, como dijimos, no

podemos hacer otra cosa que transmitir los contenidos de nuestros sistemas de creencias, es imposible transmitir algo que no tengamos almacenado previamente, las emisiones son planificadas desde las creencias” (Raiter, 2002, p. 17).

En el caso de la comunicación masiva, este sistema de creencias, conformado por las representaciones sociales, está entonces presente tanto en el momento de la enunciación como en la recepción del mensaje mediático: “los medios contienen, por decirlo así, no sólo el tema de la agenda sino también una marca o marcas que al funcionar como elemento de cohesión, se une con una marca o marcas presentes en otra imagen ya construida, ya presente como creencia” (pp. 28-29). Es decir, lo que es representado en los medios resulta verosímil para la audiencia en la medida en que las propiedades del mensaje se correspondan con su sistema de representaciones sociales. El nodo de esto es que, como se dijo antes, la selección de dichos rasgos está fundamentada en órdenes discursivos, algunos de los cuales suponen fuertes constricciones de lo real.

De este modo, los discursos mediáticos se convierten en “arenas” donde compiten las perspectivas de interpretación y definición de la realidad: suponen una lucha en el terreno de la representación. El dominio de alguna perspectiva implica una diferencia discursiva que resulta crucial por una razón: establece una diferencia social que en mayor o menor medida, impacta en la configuración de la cultura de una sociedad (Jensen, 1993, p. 40). Ya que la representación da forma a las estructuras cognitivas desde las cuales se construye lo social, y considerando la importancia de los *mass media* en este proceso, el estar representado en estos últimos bajo cierta forma implica poder cultural, entendido como la capacidad que tienen los individuos y los grupos de producir sentidos y de construir formas de vida (Lull, 1995, p.112).

El poder de representación en los medios abre una puerta sin precedentes al espacio cultural: constituye la posibilidad de ser conocido. Pero esta puerta no se abre a todos a la par; en una sociedad determinada, nos comunicamos desde roles sociales jerarquizados, por lo cual ni se tienen las mismas posibilidades de enunciar, ni los que enuncian tienen el mismo prestigio, ni los recursos simbólicos tienen el mismo carácter (Raiter, 2002, p.15). Surge así una desigualdad que supera las bases materiales y establece la capacidad de decidir la representación mediática de un determinado acontecimiento, individuo o grupo para hacerlo existir como realidad social (Melucci, 1996, p.179). Esta desigualdad se hace evidente en el caso de los grupos minoritarios o en situaciones de exclusión social, dado que éstos participan de manera desigual en el mercado mediático y en consecuencia, la capacidad de intervención en sus representaciones es mucho menor (Echeverría, 2006). En la medida en que los medios, como constructores privilegiados de representaciones, realizan una nominación y organización de lo real (considerada además legítima e institucional) que se arraiga en los modos en que los individuos interpretan y actúan en la sociedad, se estabilizan y refuerzan las relaciones de poder (Thompson, 1998, p. 277).

Esto lleva implícita una dominación discursiva de las perspectivas ideológicas que tienen mayor peso en la estructura social: el orden burgués, el orden patriarcal, el orden fascista imperante en cualquier sociedad se reproducen de manera permanente a través de las representaciones estructuradas bajo sus particulares órdenes discursivos. Sin embargo, no hay que dejar de considerar el carácter dinámico de las representaciones sociales. Se había dicho ya que éstas se encuentran en constante dialéctica con el contexto, con el quehacer de los agentes y con las estructuras sociales. Un acontecimiento desconocido o inusual, si es suficientemente relevante, inicia un proceso de comunicación en el que, en teoría y de acuerdo a lo expuesto, se hace inteligible y se naturaliza como significado social a través de las representaciones sociales.

No obstante, hay representaciones que resultan de situaciones conflictivas, puesto que implican una disputa por los recursos, en este caso simbólicos, y

constituyen lo que Moscovici (1993, pp. 211-250) denominó *representaciones polémicas*. Dichas representaciones conllevan la dificultad de ser naturalizadas adaptándose al sistema de verosimilitud (reglas estructuradas como recursos simbólicos) con el cual están en disputa. Ejemplos de este tipo lo constituyen las representaciones de grupos minoritarios (étnicos, religiosos) o sin acceso a los espacios de poder (jóvenes, mujeres) que buscan, entre otras cosas, la oportunidad de construir su realidad; una realidad que muchas veces se opone al orden social, o por lo menos, implica una alteración de la estructura del mismo.

Ante el conflicto o la contradicción que suponen, se recurre a la forma simplificada de representación: los estereotipos. Pero, cuando las representaciones se vuelven estereotipadas y dejan de considerar los elementos contextuales que deben incorporar, surgen dos cuestiones: o bien dejan de corresponderse con la realidad y por lo tanto, carecen de significación; o por el contrario, anclan tan fuertemente el estereotipo que imposibilitan todo tipo de cambio en el orden discursivo. En el caso de las representaciones mediáticas, el fuerte poder cultural que implican las convierten en claves para la transformación de la realidad social, sobre todo de aquella realidad que supone una desigualdad. Pueden, por un lado, incorporar los cambios sociales para elaborar nuevas propuestas de concepción y comportamiento social; o en contraparte, mantienen un orden discursivo que impone una significación cuyo sentido únicamente se encuentra en la estructura y no en la acción social.

Entonces, el poder de las representaciones sociales en los medios va más allá de su capacidad de nombrar lo real: radica en la potencialidad de transformarla. Esta potencialidad no es exclusiva de los medios ni existe *per se*: sólo se concretiza en la actuación de los agentes sociales. Pero está ahí, latente, implícita. Por dicha razón, la intención del presente trabajo es revisar las representaciones sociales expresadas en el discurso televisivo. Particularmente, se busca revelar un tipo de representación polémica, cuya configuración en los medios pone de relieve la ideología bajo la cual se estructuran las relaciones de género en nuestra sociedad: el caso de las mujeres en el deporte. Sobre todo

considerando que la vivencia simbólica el deporte, como se detallará en el siguiente apartado, se realiza preponderantemente a través de los medios de comunicación.

## **1.2. - La representación social del deporte en los medios.**

### **1.2.1 - Las claves del deporte moderno.**

En el preciso momento en que se comiencen a leer estas líneas, miles de personas en todo el mundo estarán entregados, por salud, por vanidad, o por simple diversión, a una de las actividades más relevantes de las sociedades modernas: el deporte. Algunos, los más comprometidos, se encuentran preparándose arduamente para conseguir esa medalla, ese trofeo, ese premio que los consagre como grandes atletas. Otros pocos, los más beneficiados, cuentan los millones resultantes por el traspaso del último novel jugador, los derechos transmisión del próximo evento deportivo, o el jugoso patrocinio de un equipo. Y una gran mayoría, desde la tribuna de su sala, prepara la botana y se arremolinan frente al televisor para disfrutar de la final de algún publicitado campeonato. Ya sea en forma de práctica, de espectáculo o de negocio, la actividad deportiva se ha constituido como una parte sustancial de la vida de millones de personas, haciendo imposible negar su relevancia. El deporte es, como expresó Elías, (1994, p. 25) una “llave para el conocimiento de la sociedad”; un fiel cronista de la época actual.

Si bien las prácticas físicas con carácter ceremonial y lúdico estaban (aún están) presentes en las sociedades primarias, lo cierto es que el deporte, tal y como lo conocemos hoy, solamente se entiende como parte de la transformación cultural originada por el desarrollo industrial del siglo XVIII y que ha tenido a bien llamarse modernidad. García Ferrando (1990, p. 31) acota que las características esenciales del deporte moderno son tres: primero, que es una actividad física e intelectual humana; segundo, que es de naturaleza competitiva y recreativa; y por último, que está gobernada por reglas institucionalizadas. Sin embargo, esta concepción tradicional del deporte ha desbordado su carácter

lúdico y competitivo entrando conexión con todas las estructuras sociales (Puig y Heinemann, 1991, pp. 123-141).

Aunado a los beneficios físicos, a los valores y a las emociones exaltadas que suele provocar, el deporte contemporáneo sobrepasa el ideal del “más rápido, más alto, más fuerte” que ya no expresa solamente el sentido de una competencia deportiva; la competencia se ha vuelto simbólica, institucional y económica. Entonces, tenemos que el deporte constituye una fuente de narrativas actuales, creador de leyendas, constructor de héroes en épicas hazañas, bastión de figuras que en parte revelan la fascinación y la necesidad vigente de mitos, de historias que superen los límites de lo conocido y lo posible (Villena Fiengo, 1998, 1999, 2000). Asimismo, se ha convertido en un importante factor en el desarrollo de identidades, ya sean territoriales, sexuales, o de clase (Rodríguez, 1996; Alabarces, 1995, 1998 a; Ferreiro, 2000). Pero sobre todo, el sistema deportivo actual constituye el mejor ejemplo de lo que la Teoría Crítica denominó *industrias culturales*, entendidas como productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, organizadas por un capital y con una función de reproducción ideológica y social.

Así, visto como sistema, espectáculo, industria y móvil social, el deporte actual presenta claves sin las cuales no se podría entender su radical diferencia en relación a los juegos antiguos (aunque en esencia, la contemplación de los deportes sigue teniendo un alto carácter ritual) ni la complejidad que sobrepasa su concepción como un mero pasatiempo. Estas claves se pueden enlistar en cuatro procesos que han marcado el desarrollo del sistema deportivo contemporáneo y son: 1) su *institucionalización*; 2) su *profesionalización*, 3) su *comercialización* y 4) su *espectacularización mediática*..

Primeramente, para entender la actividad deportiva de nuestros días hay que hablar de ella como una actividad institucionalizada. La *institucionalización* se refiere a un proceso que establece las actividades de los individuos de una

sociedad en pautas organizativas definidas; es decir, una vez que una forma de actuar para satisfacer una necesidad social se ha hecho un comportamiento habitualizado, se convierte en una conducta normada con una carga de significado (Berguer y Luckman, 1990, p. 74). Efectivamente, el deporte institucionalizado nace en Inglaterra en la segunda fase de la revolución industrial, una vez que el uso de las máquinas generó el tiempo y los recursos para el desarrollo de actividades “de ocio”, como consecuencia del incremento de las fuerzas productivas capitalistas, de la disminución de la jornada laboral, del crecimiento de las grandes urbes y de la modernización y extensión de los medios de transporte.

Asimismo, con el nacimiento de las instituciones modernas, fue surgiendo un nuevo código en el que la agresividad y la batalla se eliminaron como formas de control de la violencia de las relaciones sociales. Lo anterior permitió la consolidación de un orden social diferente en el que el Estado sancionaba su derecho al ejercicio monopolístico de la violencia; sin embargo aunque esto último suponía condiciones de mayor seguridad y estabilidad, también representaba una pérdida de las satisfacciones agradables asociadas con formas de conducta más sencillas y espontáneas (Elías y Dunning, 1992, pp.65- 66, p.186).

En este contexto, el deporte moderno emerge como una nueva versión de ciertas prácticas populares, rurales y tradicionales, que en origen se establecen como competencias formales entre los sectores aristocráticos ingleses; pero a partir de la movilización de los estudiantes a la clase trabajadora, en el seno de las escuelas públicas, el deporte pasa de ser una práctica elitista a ser una práctica popularizada entre el proletariado (Bourdieu, 1993, p. 61).

Debido al colonialismo europeo del siglo XVIII, predominantemente británico, las diferentes disciplinas deportivas como el boxeo, el fútbol, el tenis, el críquet y otras (unas más, otras menos) se propagaron por el mundo entero.

Ante la proliferación de estos deportes en diferentes regiones surge la necesidad de organizar a los numerosos equipos e individuos incorporados a los mismos, lo que propicia la creación de clubes deportivos y federaciones a partir de los cuales es posible regular las competencias.

Al otorgarles un carácter regulado, las competiciones deportivas se hacen válidas y legales a través del reconocimiento de una institución establecida. Todo este proceso por medio del cual el deporte se inserta en la vida social de un forma organizada se ha denominado *deportivización* (Elías y Dunning, 1992, pp. 16-92); en él, la práctica deportiva popularizada se convirtió en un espacio válido para la violencia institucionalizada, en un reducto social para la desrutinización y en un instrumento que permitía a los nacientes estados catalizar la movilización colectiva, cohesionando a los diferentes sectores de la población (p. 266).

Esta *deportivización* se consagró a partir de la organización de los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna, efectuados en Atenas en el año de 1896, competencia representó el máximo esfuerzo por institucionalizar la actividad deportiva con un carácter mundial, a la vez que pretendía fortalecer a los estados-nación mediante la proyección de selecciones que se enfrentaban en competencia a otros países (o mejor dicho a la representación de otros países). Al considerar a las selecciones deportivas como representantes de la nación, la atención de los gobiernos se transformó en presión por la búsqueda de buenos resultados, transfigurando la actividad deportiva en un sutil instrumento de propaganda política. Basta con recordar la muy comentada anécdota de Jesse Williams conquistando cinco oros en el estadio de Berlín en 1936, desprestigiando la superioridad de la raza aria proclamada por Hitler; o la política del culto a los atletas olímpicos impulsada por Musolini para consolidar la imagen del nacionalismo italiano; o el sabotaje de las olimpiadas de Moscú en 1980 y de los Ángeles en 1984, como maniobra estratégica de los bloques que participaban en la llamada “guerra fría”. El deporte se convirtió pues en un recurso político efectivo al que convenía prestarle atención.

Con la popularización de las prácticas deportivas, la proliferación de competiciones oficiales (locales, nacionales e internacionales) y el apoyo gubernamental, se acentuó la figura de los deportistas como representantes de diversos intereses de la población, originando la segunda clave del deporte actual: su *profesionalización*. Por los factores arriba mencionados, los atletas se ven en la necesidad de especializarse en la práctica deportiva, lo que implicaba, entre otras cosas: una mayor dedicación de tiempo, una planeación de entrenamiento a largo plazo, y una motivación para obtener triunfos en las competencias. La finalidad de esta especialización era mantener los beneficios personales asociados a la representación deportiva (esto es, el privilegio de formar parte de un equipo deportivo representativo, local o nacional): reconocimiento social, premios y distinciones oficiales (p. 265). Lo anterior comprometía al aparato gubernamental y a las federaciones a apoyar con los medios y recursos necesarios (equipamientos, personal, servicios y manutención) para el mantenimiento de los deportistas. En este sentido, la práctica deportiva se vuelve profesional no sólo por la especialización que requiere, sino por el valor de cambio que adquiere.

Gracias a la profesionalización, la clase trabajadora obtuvo la posibilidad de promoción y prestigio social (Bourdieu, 1993, p. 48); pronto, destacar en un deporte se convirtió en una actividad rentable (que sin embargo, todavía poseía un valor simbólico más alto que el valor económico); y aunque esta rentabilidad requería una mayor preparación, deja de considerarse una práctica limitada a los sectores económicamente favorecidos. De esta manera, el deporte popular practicado en los llanos, en las escuelas públicas, en las esquinas de los barrios, se convierte en el bastión de las figuras de los estadios, de las arenas, de los cuadriláteros; figuras que fueron abandonando su trabajo en las fábricas para dedicarse al entrenamiento; que se movieron del campo a la ciudad para buscar otras oportunidades; que se transformaron en los héroes públicos gracias a cuyas hazañas la difusión del deporte fue aún mayor.

Paradójicamente, si bien el surgimiento de deportistas profesionales le dio mayor popularidad a la práctica deportiva al inspirar a un buen número de personas a incorporarse a este ámbito, también representó una incisión con el

mismo amateurismo. Aunque durante muchos años, las federaciones internacionales y el mismo Comité Olímpico se negaron a que la remuneración pecuniaria se hiciera real en el ámbito deportivo, las diversas empresas organizadoras de torneos de disciplinas como el golf, el tenis o el automovilismo comenzaron a otorgar premios económicos a sus participantes, superando el espíritu amateur que pretendía el movimiento olímpico internacional.

El valor del cambio adquirido por la actividad deportiva profesional constituye una primera fase de su *comercialización*. Como los encuentros deportivos estaban constituidos como un importante factor de movilización social (ya fuera por el entretenimiento que brindaba a quienes no podían acceder a otro tipo de espectáculos, ya fuera por los sentimientos de identidad que generaba entre la población), las instituciones encargadas del deporte encontraron pronto una vía de sustento de los atletas profesionales: en primer lugar, con la venta de entradas a los recintos deportivos, que representó una primera etapa en la espectacularización del deporte; segundo, con el interés de capital privado por patrocinar equipos, deportistas y eventos; y tercero, con la venta de artículos y souvenirs deportivos.

Tanto la comercialización como la profesionalización del deporte tuvieron un desarrollo paralelo al de los medios de comunicación masiva (Mandell, 1986, p.194). Aún cuando la prensa daba ya seguimiento a los eventos deportivos relevantes, con el advenimiento de la radio y la televisión esta relación adquirió un carácter totalmente diferente para articularse en lo que constituye su última clave: la *espectacularización mediática*. El deporte era ya un espacio institucionalizado como forma de entretenimiento, su carácter de espectáculo se establece a partir de la necesidad de un mayor despliegue de elementos y recursos para su realización. Es decir, el origen de esta espectacularización se encuentra en la posibilidad de transmitir un acontecimiento deportivo a un mayor número de personas (de forma diferida o en directo).

Antes de la irrupción de la radio y la televisión, la única forma de participar en el deporte- espectáculo era asistiendo a las pruebas, interactuando

con los atletas y creando comportamientos de masas (Moragas, 2006 b); el espectáculo únicamente requería del deporte mismo:

“Pero estas influencias cambiaron radicalmente cuando los medios desbordaron el ámbito de la información para empezar a ser protagonistas ellos mismos del deporte con las transmisiones en directo... para decirlo de una forma gráfica: los cambios empezaron a ser radicales cuando los estadios se convirtieron en *platós* de televisión” (Moragas, 2006 a).

Así, los acontecimientos deportivos se convirtieron programas que como tales requerían de lenguajes, técnicas y géneros especializados para su cobertura, lo que brinda una forma de contemplación completamente diferente para el público (o mejor dicho, para la audiencia) que lo observa. La original de esta nueva colocación se debe, según Alabarces (1998) a que en primer término la espectacularización del deporte en los medios transforma las narrativas con que se construye el hecho; segundo, a que modifica la mirada del espectador, y tercero a que permite nuevos juegos de sentido.

En relación a lo primero, se habla de una transformación de los modos de reconstruir un hecho deportivo porque la cobertura del deporte, aun cuando se trate de la mera transmisión de un evento, implica más que la simple narración de lo ocurrido: enlaces en vivo, repeticiones instantáneas, acercamientos extremos por medio de cámaras sofisticadas, tablas estadísticas virtuales, entrevistas con participantes, etc.

A partir de esta multiplicidad de elementos contenidos en la cobertura mediática se ha complicado la forma en que los espectadores se enfrentan a un hecho deportivo. Esta complejidad no se refiere al hecho de que la audiencia pueda tener una mirada privilegiada (por las posibilidades extras que brinda la tecnología) o una mirada limitada (por los recortes de encuadre, tiempo o de producción) sino a que es precisamente *esa* mirada la que configura el acontecimiento deportivo, que se vuelve *per se* un acontecimiento mediático.

Por eso se habla de nuevos juegos de sentido: en los medios, un partido de fútbol, una carrera atlética, un encuentro de box, significan más que eso; representan el orgullo de una nación, el morbo del récord, el sueño de los entregados, la ruptura de la cotidianeidad. Y para contemplar este mundo ya no hace falta ir al estadio; los medios acercan mucho más. Es decir, la espectacularidad de las jugadas, la increíble habilidad de un deportista, la pasión de la afición se entiende, principalmente, a partir de lo que se conoce por la prensa, la radio o la televisión: simbólicamente, el deporte se vive en los medios.

### **1.2.2. - Deporte y medios: un binomio indisoluble.**

Afirmar que el deporte se vive simbólicamente en los medios quiere decir que la mayor parte de las experiencias significativas del acontecimiento deportivo se realiza a través de estos últimos. Cada vez es mayor el número de personas que desde la sala de su casa se incorporan al mundo del deporte aunque ellos mismos no practiquen ninguno. Incluso a aquellos que no les gusta, difícilmente pueden eludirse de la reacción comunicativa que éste genera: una carrera, unos juegos olímpicos o la gran final de la liga local de fútbol interrumpen la programación para recordar que el deporte es de los pocos temas en los que medios y audiencias muestran un interés especial, aun por encima de otros asuntos. Basta con recordar lo acontecido durante el último mundial de fútbol varonil, durante el cual, por un mes, la contienda electoral pasó a ser el segundo tópico de interés en nuestro país frente a la ilusión de que “México podría salir campeón”. Sin duda, es en los medios en donde la actividad deportiva se vuelve protagonista del espectáculo del entretenimiento.

La cobertura mediática, al posibilitar el acceso de un mayor número de personas a los acontecimientos deportivos, consolidó en forma definitiva al deporte espectáculo, provocando que el interés de difusión tuviera un carácter primordialmente publicitario y comercial. Lo anterior origina una completa mercantilización de la figura del deportista profesional y de la actividad

deportiva (Velásquez, 2001), repercutiendo definitivamente en la organización de la misma.

Esta dinámica ha vinculado enormemente a las instituciones deportivas con los medios de comunicación, principalmente a través del financiamiento. Incluso el movimiento olímpico, relativamente resguardado de las presiones del profesionalismo, se vinculó también a las reglas que supone el deporte como hecho mediático. Los juegos olímpicos celebrados en los Ángeles en 1984 fueron los primeros financiados por completo por los derechos de transmisión y los ingresos de publicidad; y desde entonces, los grandes eventos del deporte institucionalizado son, ante todo, eventos mediáticos.

Quiroga (2000) apunta que la relativa autonomía que los deportes habían mantenido del aparato mediático hasta los años setenta se modificó precisamente con el surgimiento de las transmisiones en directo. Gracias a los satélites, el cable de fibra óptica y demás tecnologías en las que se basan las telecomunicaciones a escala planetaria, la actividad deportiva ha consolidado su institucionalización en todo el mundo, traspasando sin dificultad las fronteras nacionales y culturales (Larssons, 2006). En éste ámbito, la televisión ha jugado un importante papel en la popularización de los deportes: el fútbol americano en Europa, el *soccer* varonil en Estados Unidos, o las competiciones de sumo fuera de Japón son claros ejemplos de ello.

Esta mayor difusión ha representado un aumento en las fuentes de financiamiento de las instituciones deportivas; pero también les ha costado cierta autonomía. Debido al interés económico y propagandístico, las federaciones y demás instituciones han entrado en una dialéctica en la que deben adecuar las reglas, horarios y calendarizaciones de los deportes a los requerimientos técnicos y estratégicos de los medios. La inclusión de tiempos muertos, la modificación de la duración de los partidos, el cuidado estético del área de juego, la preferencia por los horarios estelares y otras condiciones han sido resultado de la adaptación

de los intereses presentes en esta relación medios- instituciones oficiales (Moragas, 2006 a).

Que las instituciones deportivas y los medios de comunicación tengan una relación tan dependiente obedece principalmente a un factor: las posibilidades de comercialización de la cobertura deportiva. Conforme aumentó la asistencia a los espectáculos deportivos en forma masiva, los organizadores de las diferentes competencias empezaron a conceder mayor importancia a la difusión de los mismos. En este sentido, la llegada de los medios no sólo facilitó el trabajo de difusión, sino que multiplicó exponencialmente el número de espectadores a través de la transmisión en vivo, originando una audiencia deportiva cada vez mayor, lo que trasladó su interés de difusión al interés comercial (Larssons, 2006).

Hoy por hoy, no se puede negar que el deporte es la principal mercancía *massmediática*, el género de mayor facturación de la industria cultural, el espectáculo de mayor audiencia. Hacerse con los derechos de imagen de clubes, jugadores o transmisión de eventos ha provocado tan férrea competencia entre los medios que incluso la consolidación de algunas cadenas de televisión se ha debido en gran parte a su protagonismo en la cobertura deportiva (Moragas, 2006 a). En los juegos olímpicos de invierno en 1960, la CBS pagó cincuenta mil dólares por los derechos de la transmisión televisiva; casi cuatro décadas después, en la olimpiada invernal de Nagano en 1998, dicho canal desembolsó treinta y siete y medio millones de dólares por el mismo concepto. Su principal rival, la NBC, adquirió los derechos exclusivos de los Juegos Olímpicos de Verano desde Sydney 2000 hasta los de Beijing en el 2008 por un total que supera los dos mil millones de dólares (Quiroga, 2003). Una cantidad que sin duda financiará gran parte de estos eventos.

¿Qué motiva a una cadena televisiva a pagar esa exorbitante cantidad de dinero por la transmisión de un evento deportivo? Primeramente, el éxito

asegurado en el público. La clasificación de los programas de mayor audiencia da testimonio de la popularidad del deporte televisado. En Estados Unidos, de las diez emisiones que atrajeron a un mayor número de telespectadores desde los orígenes de la televisión, nueve son programas deportivos. En Francia, de los 20 programas mejor situados a principios de la década pasada, cinco se refieren a partidos de fútbol. En nuestro país, solamente un partido, el “clásico” América-Chivas, se ha convertido en la transmisión deportiva con mayor “*rating*” durante los últimos años.

Pero lo que realmente interesa a las televisoras son los beneficios calculados por la venta de espacios publicitarios. Dada la numerosa audiencia que sigue los eventos deportivos, las diferentes empresas se muestran sumamente interesadas en insertar sus anuncios durante la transmisión del mismo. Por este espacio (ya sea en tiempo aire o en imprenta) los medios establecen altas tarifas.

Basta un botón de muestra: durante la edición del 2007 del “*Superbowl*”, la empresa cervecera “*Budweiser*” pago 2.6 millones de dólares por cada uno de sus *spots* de 30 segundos transmitidos durante el evento, mismo que fue seguido por 150 millones de televidentes en Estados Unidos y cerca de mil millones en todo el mundo, según datos estimados. Un precio de ganga, si se considera que tan sólo en ese día, esta marca vende el 5 % de su consumo anual (Milenio, 2 de febrero del 2007). Ni tratar de hacer cálculos del total de ingresos que la cadena CBS, poseedora de los derechos de transmisión, se embolsó por el concepto de publicidad; sin duda fueron muy superiores a los siete millones que, en promedio, le cuesta la cobertura del evento.

Con el ejemplo anterior se puede ver que, al crecer el número de seguidores (considerando a quienes lo hacen a través de los *mass media*), el precio de cada anuncio convierte a la publicidad en el principal ingreso económico del sistema deportivo. En la cobertura deportiva, los medios (en especial la televisión) ofrecen oportunidades publicitarias que no se limitan a los

anuncios comerciales y a las menciones de los patrocinadores, sino que incluyen también la publicidad estática colocada en lugares estratégicos de los estadios, los atuendos completos de los jugadores, y hasta los encuadres de entrevistas (Carrogio, 2006). Esta multiplicidad de opciones publicitarias ha generado que los diferentes giros comerciales asociados al deporte encuentren en los medios de comunicación la manera ideal de vincularse al prestigio y la atención que éste despierta.

En este sentido, el patrocinio permite apropiarse del evento y de todo lo que éste representa. Carrogio explica que el deporte ofrece a la empresa un rico mundo de significados altamente aceptados por la sociedad, tales como juventud, riesgo, fuerza, esfuerzo, aventura. Pero si bien, en un inicio estos valores se asociaban a marcas de accesorios, alimentos saludables o productos para la salud, hoy el deporte sirve de pretexto para anunciar detergentes, tarjetas de crédito, cervezas (paradójicamente) y hasta preferencias electorales. Lo que importa es posicionar la marca como parte ineludible de la actividad deportiva pues ésta permite establecer lazos afectivos con los segmentos de públicos deseados.

Por esto, el deporte se ha convertido en una de las principales figuras de consumo en todo el mundo, lo que repercute significativamente en el ámbito de la profesionalización. Si bien es cierto que el triunfo sigue poseyendo un alto valor simbólico para los deportistas (y para el público), la comercialización del deporte, apoyada por las imágenes mediáticas, ha ido desdibujando el idealismo con que se solía caracterizar al movimiento deportivo, incluso al mismo olimpismo. Desde la década de los 70, el Comité Olímpico Internacional aceptó que el profesionalismo era una realidad en toda la actividad deportiva, por lo que permitió la entrada del patrocinio de los deportistas de manera individual. Al consolidarse el proceso de espectacularización mediática, esta relación se

intensificó por completo debido a las posibilidades publicitarias que ofrecían los atletas más destacados: por todos lados, surgieron los contratos multimillonarios destinados a aquellos que tenían un mayor rendimiento (y una mayor cobertura mediática). “El campeón, transformado en mercancía, en objeto de promoción, hace correr, saltar, brincar a otras mercancías que no tienen mucho que ver con el universo deportivo” (Brohm, 1982, p. 285). Michael Jordan anunciando refrescos, David Beckham modelando ropa, Osvaldo Sánchez publicitando detergente; todos como vehículo de algo más.

En este tenor, la competencia deportiva no es únicamente por un primer lugar, por una medalla o por un título: también es por la oportunidad de conseguir mayor apoyo, financiamiento y seguridad económica. Lo anterior representa para los deportistas, las instituciones y los patrocinadores una presión extra por los resultados, lo cual ha derivado, entre muchas otras cosas, en una increíble carrera tecnológica de implementos deportivos (ropa y calzado especial, alimentos, diseños de equipos, etc.); en el uso de sustancias que posibiliten una mayor habilidad física (con el consecuente problema del dopaje); y en los problemas de corrupción y arreglos ilícitos de los eventos.

Pero además del rendimiento deportivo como catalizador del financiamiento publicitario, los medios han impuesto la construcción de una historia digna de ser contada; es decir, de una manera de presentarse como algo más que un atleta, mezcla de ídolo, artista y personaje de una narración fantástica. En gran parte, lo anterior ha contribuido a que en los últimos años exista una tendencia a concebir al profesionalismo deportivo no por la especialización y dedicación que éste requiere, sino por las condicionantes para figurar en los medios: notoriedad, polémica, el inexplicable “carisma”, buena presentación, soltura ante los micrófonos, y otras muchas pretensiones que se alejan de su sentido original. Antes que deportistas, los profesionales de este rubro son figuras de los medios.

En resumen, la espectacularización mediática ha modificado a tal grado los otros componentes del deporte moderno, que hoy en día éste sólo se puede concebir como un acontecimiento mediático. En esta permanente sinergia están involucrados por igual tanto las instituciones, los patrocinadores y los medios para hacer del deporte el oro del entretenimiento (García, Moragas, Gómez, 2006). Pero la espectacularización mediática del deporte no afecta exclusivamente a estructuras, relaciones, tecnologías o formatos, sino que articula a la actividad deportiva como un espacio privilegiado para la producción de sentidos.

### **1.2.3. - Las transmisiones deportivas, estrellas de la televisión.**

Anteriormente se había señalado que hasta la generalización de las transmisiones deportivas, la única forma de ver el deporte era asistiendo a las pruebas. Pero con la llegada de los medios, esto ha cambiado radicalmente; a tal grado que algunos espectadores acuden a los estadios con sus radios y sus televisores portátiles para contar con ese “*plus*” que brinda la mirada mediática.

La importancia del deporte para los medios, sobre todo para la televisión, es innegable: constituye una de las principales fuentes de programas, noticias y transmisiones que por su relativo bajo costo, su variedad, su limitada complejidad de producción y su alta audiencia representan un parte considerable y muy rentable de la programación televisiva (García &, 2006). Dentro de ésta, a decir de los autores mencionados, se pueden distinguir cuatro categorías: 1) las *transmisiones deportivas*, que son programas que consisten en la transmisión total o parcial de un acontecimiento deportivo, ya sea en directo o en diferido; 2) *los programas deportivos de actualidad*, que contienen resúmenes de la jornada o noticias deportivas recientes; 3) *los programas deportivos* cuyo contenido, aunque deportivo, no es estrictamente reciente; y 4) *los programas deportivos varios*, en los que se encuentran clasificados diversas emisiones en formatos

como comedias, concursos, revistas y otros que tienen en el deporte su centro de interés.

De esta clasificación, las estrellas son las transmisiones deportivas. Éstas constituyen una modalidad del *discurso televisivo referencial*, que determina programas y programaciones con tendencia marcada a elaborar información sobre personas, acontecimientos u objetos presentes en el campo de referencia externo a la televisión, estableciendo un pacto de credibilidad con el televidente (Orza, 2002, 114). Así, la transmisión genera un *estilo directo*, que conlleva una connotación de “registro directo del ambiente” aunque también presenta los hechos de manera espectacular; los hechos son *verosímiles* pero también *espectaculares*: por eso se presentan en la televisión.

La espectacularidad de este tipo de programas genera emociones, sensaciones y sentimientos en la audiencia al permitir su “participación”; se convierten en lo que Larssons (2006) denomina como *acontecimientos mediáticos*, que se caracterizan por lo siguiente:

1) Constituyen una interrupción de la rutina, pues provocan la suspensión de la programación normal.

2) Dicha interrupción es monopolística, ya que la mayoría de los canales de televisión acceden a abandonar su programación habitual dada la importancia del acontecimiento.

3) El acontecimiento, transmitido en directo o diferido, implica tiempo real: la duración del evento es igual a la duración de la transmisión.

4) Los acontecimientos están organizados fuera de los propios medios, en las llamadas “localizaciones remotas”.

5) No obstante lo anterior, la cobertura está planificada, anunciada y publicitada con antelación por las emisoras.

6) Los comentaristas periodísticos que presentan estos acontecimientos abordan el tema con cierto grado de reverencia y ceremonia.

7) A diferencia de los informativos diarios, los acontecimientos celebran la reconciliación; el hecho en sí, más allá del resultado o las consecuencias, resulta trascendente por sí mismo.

8) Apasionan a públicos muy amplios de diferentes regiones del mundo entero.

9) Son hegemónicos, ya que en términos generales, celebran iniciativas oficiales.

10) Son proclamados como hechos históricos excepcionales, aun cuando se trate de un suceso repetido con cierta periodicidad.

11) Implican una norma de visión, ya que durante su transmisión, los espectadores se dicen unos a otros que el resto de la programación debe pasar a segundo plano.

12) Los televidentes celebran el acontecimiento, reunidos en grupo ante el televisor, en lugar de hacerlo solos.

13) Por lo anterior, se dice que promueven la integración social.

Considerando estas características, es innegable que las transmisiones deportivas son un acontecimiento mediático por excelencia, de ahí que cuando los medios se hacen con los derechos de transmisión se produce una competencia por mostrarlo de la forma más atractiva, con la intención de captar el interés y la atención de la audiencia. Por un lado, esto se hace mediante el empleo de los avances tecnológicos más novedosos en el rubro de la imagen y el sonido; por el otro, a través de las técnicas narrativas de los profesionales involucrados (periodistas, operadores de cámara, realizadores, operadores de sonido, etc.). Es decir, el formato de la transmisión deportiva está atravesado por otros componentes de cuya combinación de recursos se genera un modo discursivo muy particular.

Primeramente, en las transmisiones deportivas, el acontecimiento ocurre, tanto visual como auditivamente (a través del sonido ambiente que implica presencia) ante los espectadores. Incluso, para la audiencia resulta mucho más “transparente” que si hubieran acudido al estadio: el espectáculo televisivo da al público la ventaja de verificar por sí mismo el hecho, de comprobar las faltas, de repetir las jugadas para aclararlas (Brohm, 1982, p. 279).

Esta transmisión es repetitiva en cada una de las emisiones, constituyendo uno de los puntos de identidad de este formato televisivo: la reiteración. La narración de los eventos deportivos es, en forma, siempre igual: se usan los mismos recursos técnicos y lingüísticos, se ordenan en el mismo ritmo, se apela a las mismas estructuras. Los encuadres, las ediciones, el orden de la crónica solamente varía en cuanto a los protagonistas del acontecimiento: hoy, es un equipo local; en un mes, la selección nacional.

Dicha reiteración se manifiesta también en el uso del lenguaje de los encargados de la narración: la utilización de modismos, muletillas, figuras retóricas y terminología propia de cada deporte resulta imprescindible. Típicamente, se resalta la rivalidad entre los participantes, las novedades en la alineación, ciertos datos de interés humano, información sobre la competencia física, análisis comparativos de los contrincantes, etc. (Verdú, 1980, pp.134-156). Estas fórmulas tienen la finalidad de facilitar la narración. No obstante, aunque esta modalidad supone una rigidez y reincidencia de recursos en cuanto a forma, admite una gran libertad en cuanto a fondo. A diferencia de otros formatos, donde la estructura y el contenido tienen un mayor grado de reflexión (como las notas o los segmentos informativos) la transmisión de un evento deportivo supone un ejercicio de narración simultánea lo que permite autonomía y autenticidad, además de implicar crítica y comentario.

Así, los comentaristas dan sus opiniones, citan datos, recuerdan anécdotas, cuentan curiosidades y tratan de establecer una conversación simulada con la audiencia a fin de atraer la atención, presentando aspectos diferentes a la simple crónica de los hechos. Dada la simultaneidad, esta narración no se puede construir desde la “neutralidad- objetividad” que otros formatos periodísticos

pretenden (y que igual resulta del todo imposible): lo que se dice es, tal cual, aquello que invariablemente se cree.

Los narradores y comentaristas se expresan desde sus marcos particulares (subjetivos) de referencia; pero estos marcos, como se ha dicho en la primera parte de este trabajo, son producidos por (y productores de) las dinámicas de significación social. El foco se centra, por lo tanto, en estos elementos que acompañan a las formas establecidas de narración; a través de los comentarios, las referencias, las anécdotas y otra serie de consideraciones (provenientes tanto de los narradores como de su contexto social) se configura el suceso deportivo.

¿Hasta qué grado configura este formato televisivo a la actividad deportiva? Aunque no hay datos concretos ni estudios específicos, se puede apelar a ejemplos de la vida cotidiana. Cuando un niño se “echa una cascarita”, narra las jugadas que hace, ya sea en voz alta o para sus adentros: “burla a un rival, dispara de pierna derecha y ¡gooooo!”. Cuando se quiere sintonizar un partido, hay discusiones para determinar el canal de televisión que lo transmite, dependiendo no tanto de la calidad de la señal, sino de la afinidad con el grupo de comentaristas: “ponle en Televisa, que me cae gordo José Ramón”.

Cuando el alboroto de los telespectadores es tal, no falta alguno que exija un “cállense, que no dejan oír el partido”. Una transmisión de un evento deportivo, cuya materia prima es la *imagen*, depende en gran medida de la narración hablada para comprenderse.

Las transmisiones deportivas por televisión se convierten así en un escenario privilegiado para representar lo social. ¿Por qué privilegiado? Aunque la gran mayoría del imaginario deportivo que circula en la sociedad surge y se consagra en los medios de comunicación, lo cierto es que el deporte como práctica social existe más allá de los mismos: en las escuelas, en los espacios universitarios, en las comunidades, en los barrios. Pero, aun cuando se reconozca esta existencia, no se puede negar, según se ha visto, que los medios siguen ordenando la manera de concebir su realidad.

El deporte en los medios hace posible que un mismo discurso llegue a los diversos actores sociales que en él se involucran, generando un imaginario colectivo que se rige por los mismos estatutos en la mayoría de los rincones del planeta (Lagartera, 2006; Brohm, 1982, p.252). Entonces, lo que los medios generan son precisamente estructuras de significación con base en las cuales se define, valora y actúa en el deporte; estructuras que, a diferencia de los otros espacios donde el deporte también adquiere significado, resultan hegemónicas. Esta significación privilegia ciertas representaciones sobre otras: se difunden aquellos deportes que generan mayor beneficio económico en detrimento de otras prácticas; se da seguimiento a los clubes internacionales en detrimento de otros eventos locales; se habla de los nuevos *tennis* de un publicitado futbolista en vez de la falta de uniformes de alguna selección femenil.

Entonces, la espectacularización mediática del deporte se ha erigido sobre una falacia que parece unir a la sociedad cuando en realidad revela las brechas de desigualdad en toda la estructura social. Y el ámbito que mejor refleja esas desigualdades y ese privilegio hacia ciertas representaciones es el de las mujeres en el deporte. Por esta razón, el siguiente paso de este trabajo es tratar de explicar de qué modo el deporte femenil se ha construido en los medios a partir de representaciones estereotipadas asociadas al orden discursivo fundamental en toda sociedad: el orden de género.

# CAPÍTULO 2.

## DEPORTE FEMENIL: UNA GRAN CONTRADICCIÓN.

En este capítulo, la intención es explicar porqué la presencia de las mujeres en el deporte ha supuesto una *contradicción* al considerarse una trasgresión al *orden de género*. Así, la primera parte está consagrada a revisar los conceptos teóricos que permiten entender al género como una *construcción social* que implica un *orden discursivo asimétrico y dominante*. En este orden, el deporte se ha configurado como un *espacio de diferenciación genérica*, donde hombres y mujeres son situados en diversas posiciones: el deporte es, básicamente, un *dominio masculino* por lo que las mujeres han sido catalogadas como el “*sexo débil*”. Esto ha provocado que, aun con el avance del deporte femenino en los últimos años, su presencia en las canchas, puestos de decisión y en los mismos medios de comunicación se vea condicionada por un gran número de constricciones.

## **2.1.- La construcción social del género.**

### **2.1.1 – El género como orden discursivo.**

Históricamente, la humanidad se ha conformado como una especie en la cual hombres y mujeres han sido ubicados y valorados de manera diferenciada. No obstante, esta distinción se había visto como parte inherente de la naturaleza humana hasta que surgió el concepto de *género*. Proveniente de numerosas disciplinas como la antropología, la historia, la sociología y la psicología, este concepto vino a cuestionar la supuesta “naturalidad” de lo que en realidad se reveló como una construcción social basada, más que en la diferencia, en la desigualdad. Simone de Beauvoir (1975 p. 13), con su célebre declaración de que una “no nace, sino que se hace mujer”, fue una de las primeras en plantear que las características de lo femenino y lo masculino no eran esenciales a la naturaleza de hombres y mujeres, sino que se adquirirían a través de un proceso individual y social que delimitaba la definición y la acción de cada sujeto.

Desde esta concepción se ha desarrollado un amplio campo de investigación, el cual ha generado una serie de planteamientos teóricos, metodológicos, filosóficos, éticos y políticos fundamentales para comprender el significado de ser hombre o ser mujer en cada sociedad. Esta visión, denominada *perspectiva de género* ha permitido reconocer y visualizar la existencia de relaciones de jerarquía, desigualdad, discriminación y opresión que imposibilitan el desarrollo y crecimiento pleno de mujeres y hombres en las distintas sociedades. Al desmenuzar estas características, ha sido también clave para la transformación de los mecanismos de creación y reproducción de dichas relaciones.

En términos generales, de acuerdo con Lamas (2000, p. 330), hablar de género es hablar del orden simbólico con que una cultura dada elabora la diferencia sexual. Al hablar de una elaboración simbólica, se está aludiendo a una construcción social que no obstante se basa en un hecho natural: la distinción de la especie humana en dos sexos. Los seres humanos nacemos sexuados, lo que

hace del sexo una categoría biológica, con funciones y características fisiológicas, anatómicas y reproductivas específicas.

Sin embargo, a partir de la *sexualización* de los cuerpos, se realiza una simbolización que constituye el *orden social de género*, el cual articula las determinaciones biológicas en códigos simbólicos disponiendo una fuente de significados con base en los cuales las personas actúan en cada sociedad (Lamas, 2006, p. 334). Así, la diferencia sexual biológica fundamenta una identidad que más que inmanente resulta ser socialmente construida: el sexo no es visto como una parte contingente de la vida humana, sino que se establece simbólicamente como el fundamento para la identidad total de los seres humanos (Foucault, 2005). Entonces el género, como orden simbólico, se legitima al inscribir el hecho biológico de la diferencia sexual como esencial; se convierte en una construcción social naturalizada.

A partir de esta construcción, los agentes sociales estructuran un *habitus* sexuado, concebido como un entramado cultural y como un principio generador de disposiciones y prácticas que fundamentan la realidad y la representación de ésta (Lamas, 2000, p. 122). Este conjunto de prácticas y disposiciones reguladas ajustan las identidades humanas al modelo dualista hegemónico de macho/hembra (p.100-101). En este ajuste se establecen diferencias en las responsabilidades, los conocimientos, las necesidades y los recursos que definen lo masculino y lo femenino (De Barbieri, 1992, p. 114). De este modo, toda sociedad dispone de una estructura de prácticas y representaciones que definen a cada género, y a partir de dicha estructura incorpora a los individuos a la vida social.

La estructura de prácticas y representaciones de género se aprehende, a través de los procesos de socialización, desde que hombres y mujeres empiezan a tomar conciencia de sí y de su mundo. Dicha aprehensión se realiza de manera

diferenciada en el sistema cognitivo de cada sujeto, inscribiéndose en el cuerpo a partir de una somatización no consciente (Bourdieu, 2000, p. 171); el cuerpo de cada sujeto recibe una significación sexual que se convierte en referencia normativa inmediata para el fundamento de su masculinidad o de su feminidad (Cazés, 1999). Por esto Bourdieu (2000, p. 62) señala que al construir su propia imagen y la de su realidad basándose en esta referencia, los individuos reproducen tales categorías de forma inherente a su “ser” mujeres u hombres, dada la naturalización del orden simbólico del género tanto en las estructuras sociales como en las estructuras cognitivas.

El concebir al género como orden simbólico y como *habitus* sexuado permite vislumbrar que las personas no son sólo construcciones sociales y ni sólo anatomías, sino que se conforman como individuos con género determinado a través de un complejo proceso social. La experiencia de ser hombre o ser mujer consiste en la serie de hábitos que resultan, por un lado, de la interacción entre los conceptos, signos y símbolos del mundo cultural externo, y por el otro, de las distintas tomas de posición que cada persona va adoptando a lo largo de su vida. En ambos casos, está presente una estructuración social que da significado a la diferencia sexual; esta estructura es el *orden discursivo de género*. De nueva cuenta, aquí se está aludiendo a representaciones y prácticas, a reglas y recursos, a la dualidad de la estructura que permite definir a la realidad social en un conjunto de construcciones históricas y cotidianas de actores individuales y colectivos.

Entonces, por un lado, el orden discursivo de género se manifiesta en las *representaciones* sociales con las cuales cada sociedad define a los hombres y a las mujeres. Estas representaciones se transforman en modelos de lectura de la realidad, en un *desideratum* cultural (Cazés, 1999) el cual funciona como una especie de meta- código que a su vez se manifiesta en un conjunto de características culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas que cada

sociedad asigna a las personas conforme su sexo. Este conjunto constituye, por así decirlo, el *estado objetivado* del género.

Pero dichas representaciones, como bien señala Scott (1990, p. 44) retomando los trabajos de Foucault y de Lacan, constituyen a la vez un modo de estructurar las relaciones sociales. Por lo tanto, a partir de estos modelos de referencia no sólo se definen las características de cada sujeto sino que también se enmarcan sus campos de acción: el *desideratum* cultural se reproduce en las prácticas cotidianas, otorgándoles un sentido. De esta forma, el orden discursivo de género se manifiesta en el *habitus* sexuado, es decir, en el conjunto de disposiciones a partir de las cuales hombres y mujeres realizan sus acciones, reproduciendo las convenciones de feminidad y masculinidad (Butler, 1998).

Así, tanto la subjetividad como la acción social están ancladas en el orden discursivo normativo; más que resultado de un mundo sexista preexistente, el género resulta de las representaciones y prácticas sociales cargadas de significados presentes en y por los discursos sociales. En este sentido, la construcción social de género no implicaría ninguna diferencia en relación a la construcción social de otros ámbitos de la realidad que también resultan significativos en los discursos sociales. El conflicto surge cuando se revela que los significados de género no son inmutables ni idénticos, sino que establecen asimetrías que limitan las condiciones de vida de las personas (West, Lazard y Kramarae, 2001, p. 181).

### **2.1. 2.- El género como un orden asimétrico.**

Gómez (1993, p. I-XV) señala que el género, como construcción social, tiene tres características básicas: es *histórico*, *ubicuo* y *jerárquico*. Precisamente a partir de estas tres características se puede establecer cómo la construcción del género conlleva una condición de asimetría. Primero, cuando se sugiere el carácter *histórico* del género, se reconoce que los individuos sintetizan y

concretan la experiencia de ser hombre o ser mujer dentro de contextos específicos; es decir, son:

*“sujetos de su propia sociedad, vivientes a través de su cultura, cobijados por tradiciones religiosas o filosóficas de su grupo familiar y su generación, hablantes de su idioma, ubicados en la nación y en la clase en que han nacido o a las que han transitado, envueltos en la circunstancia y los procesos históricos de los momentos y de los lugares en que se desarrolla su vida”* (Cazés, 1999).

Por lo tanto, en cada contexto particular, el género implica diferentes representaciones y prácticas para los hombres y las mujeres que se encuentran en él, anulando así la universalidad de las categorías de lo masculino y lo femenino. Ser hombre y ser mujer no ha significado siempre lo mismo para todas las culturas, sino que ha sido resultado del orden de género dominante en determinado tiempo y espacio. La construcción del género se realiza en sociedades concretas, que no brindan las mismas reglas y recursos para los individuos; consecuentemente, “se nutre de elementos que por ser mutables en el tiempo y en el espacio son también susceptibles de modificación mediante intervenciones” (Gómez, 1993, p. I). Esta consideración constituye una de las bases del concepto de *empoderamiento*, que se retomará más adelante.

Aunque el género no implica los mismos significados para todas las sociedades, sí determina, al interior de ellas, espacios propios para cada individuo. Por esto se dice que la construcción del género es también *ubicua* “en el sentido que permea la micro y la macro esfera de la sociedad a través del mercado de trabajo, el sistema educativo, los medios de comunicación, la religión, el aparato político, la recreación, la familia, las relaciones interpersonales, la salud y la misma personalidad” (Gómez, 1993, p. I).

Si bien se ha reconocido que la construcción social del género no es nunca igual en una sociedad y otra, existen un buen número de trabajos que señalan cómo la naturalización del género, por lo menos en la mayoría de las sociedades

*modernas*, se ha desarrollado a partir del argumento naturaleza /cultura (Beauvoir, 1975; Amorós, 1985; Badinter, 1993; Mead, 1994; Subirats y Brullet, 1998). Este argumento explica que a partir de las consideraciones biológicas del sexo, se ha construido un orden de género en el cual la esencia de lo femenino aparece ligada al elemento *natural*. Como, por imposición natural, es en el cuerpo de las mujeres donde se realiza la parte más notable y prolongada de la reproducción biológica de los seres humanos, se les adjudica que el mantenimiento de ésta su única función y obligación.

Por el contrario, la participación masculina en la procreación aparece ligada a la voluntad y al poder: es el hombre quien determina la creación de la especie humana, aunque no se encuentra subyugado a la tarea biológica de la reproducción. En ese sentido, el hombre “domina” su naturaleza (no se sujeta a ella), adquiriendo la capacidad de decisión para crear; por esto, su esencia está asociada a su constitución como *ser social* (en oposición al *ser natural*, entiéndase, la mujer).

Así, al género masculino se le adjudica la libertad para desarrollar actividades que implican la creación de un entorno cultural: la construcción de civilización, la ley, el gobierno, el poderío, el dominio y el uso de la fuerza constituyen el patrimonio de los hombres. Este patrimonio los ubica en un espacio donde sus actividades resultan valiosas no sólo para ellos sino para el resto de la sociedad: el espacio público, que además de ser el único reconocido, es el único que implica trascendencia.

En contraparte, como las mujeres tienen la obligación de mantener la especie humana, su actividad se confina al espacio doméstico, que además de ser íntimo (ligado a lo natural) es invisible. De esta manera, el espacio de acción de las mujeres no sólo las imposibilita para construir cultura, sino también para ser visibles y trascender.

A partir de estos supuestos, se tipifican fuertemente los roles de cada género a través de concepciones rígidas sobre lo que constituye un comportamiento masculino o femenino. Dado que el quehacer de los hombres es lo que permite trascendencia y lo que se realiza en un espacio visible, lo masculino supone un predominio sobre lo femenino, que primero se ignora porque no se ve, y segundo se desprestigia por que se cree que no implica razonamiento, creatividad ni trascendencia. Como la actividad creadora de los hombres demanda un esfuerzo suplementario, es decir requiere preparación y desgaste, el proceso de *hacerse hombre* exige educación, atención y dedicación, mientras que el *ser mujer*, más que un proceso, aparece próximo a la esencialización (Badinter, 1993, p. 18): al hombre hay que educarlo, a la mujer, domesticarla.

En consecuencia, las necesidades de los hombres se colocan por encima de las necesidades de las mujeres, ya que éstos son quienes sostienen el desarrollo social. Por eso, se considera que la mujer no necesita ser atendida sino regulada; no tiene acceso a recursos y oportunidades porque no los necesita; no puede involucrarse en espacios ajenos al doméstico porque no tiene la capacidad; simplemente es un *ser* que está para los *otros* (Beauvoir, 1975, pp. 71, 297).

En este sentido se dice además que la construcción social del género es *jerárquica*. A partir de la interpretación social del hecho biológico se establece una jerarquía en la cual uno de los sexos ocupa una posición privilegiada (Rubin, 1999, p. 35). Desde el momento en que las distinciones entre lo masculino y lo femenino se convierten en cualidades jerarquizadas, el orden de género lleva implícita una asimetría más allá de una simple diferenciación. La *jerarquización* del género coloca a lo masculino por encima de lo femenino, generando lo que diversos autores denominan la *ideología patriarcal*.

### **2.1.3.- El género como un orden de dominio.**

En el primer capítulo de esta tesis se había definido a las ideologías como “concepciones del mundo” que penetran en la vida de los agentes sociales,

asimiladas de una manera inconsciente y reproducidas constantemente en las prácticas sociales cotidianas e institucionalizadas. En el caso de la ideología patriarcal, de acuerdo con lo que define Lagarde (1993, p. 803) las mujeres y los hombres ocupan espacios en donde se realizan actividades que se establecen con base en la tenencia o carencia de poder. Es decir, se establece una organización genérica que estructura el poder según esta jerarquía; por lo tanto, el monopolio del mismo corresponde al género masculino.

De esta forma, los hombres ejercen el poder social, por lo que suelen normar, dirigir y controlar la vida de las mujeres casi de manera incuestionable, debido a la eficacia simbólica de la ideología patriarcal (Bourdieu, 2000, p. 37). En ésta, el hombre es considerado la medida y el paradigma del poder: en todos los niveles, éste se encuentra

localizado en enclaves masculinos. De esta distribución desigual de poder surgen contradicciones sustanciales que enfrentan los grupos existentes en una sociedad cuando uno de ellos se apropia de aquél; surgen condiciones de inequidad (Brehil, 1996, p. 19). El sector que detenta el poder adquiere la capacidad de decidir no sólo sobre su vida sino también sobre la vida de otros a través de la generación de obligaciones, prohibiciones o impedimentos. Esta intervención establece un dominio que en el caso del orden de género, es siempre sexista: los hombres tienen el poder sobre las mujeres, quienes genéricamente son oprimidas (Cazés, 1999).

Esta *lógica de género*, en la cual uno de ellos detenta el poder y establece dominio sobre el otro, solamente es posible debido a la aceptación de la situación de dominación por ambas partes (Lamas, 2000, p. 348). Por esta razón, las relaciones de género constituyen para Bourdieu (2000, pp. 12, 58) la forma paradigmática de violencia simbólica, es decir, aquella que se ejerce sobre un agente social con su complicidad o consentimiento. Beauvoir (1975, p. 14) explica que la experiencia histórica de ser hombre o ser mujer es especialmente

diferenciada: mientras que para el género masculino supone una experiencia de poder y omnipotencia, para las mujeres se traduce en una historia de siglos de sumisión, maltrato y marginación.

Por esta experiencia, las personas que están bajo dominio aplican a cada objeto del mundo (natural y social), así como a las personas a través de las cuales se realiza dicho dominio, esquemas de pensamiento que son el producto de la encarnación de la relación de poder; por lo tanto, construyen esta relación desde el punto de vista del dominante como natural (Boudieu, 2000). Entonces, la violencia simbólica de género no es impuesta por una fuerza explícita sino que se da en la aceptación de la jerarquía que legitima las demás formas de opresión.

Una primera consecuencia de esta opresión legitimada se manifiesta en la discriminación, entendida como el trato desigual o diferenciado de una persona dentro de una sociedad (García Damián, 2002). La discriminación, en este caso, origina que el género femenino no adquiera el reconocimiento de sus actividades. Esto es, las mujeres no sólo reciben un trato discriminatorio por el hecho de *ser mujeres* (discriminación de sexo) sino que además cualquier individuo (hombre o mujer) es objeto de menor consideración social cuando realiza tareas consideradas *femeninas* (discriminación de género).

El efecto directo de dicha discriminación es la marginación de género. Dada la alteración de la igualdad de oportunidades y de trato en la sociedad, se produce una limitación o exclusión del género femenino en la ejecución de acciones que puedan contribuir a la satisfacción de sus necesidades. Al quedar confinadas a un espacio limitado, las mujeres no tienen posibilidades de acceder a los recursos, adquirir habilidades y tomar decisiones sobre ellas mismas.

En consecuencia, la marginación conlleva a una subordinación: dado que no pueden acceder directamente, las mujeres se ven en la necesidad de establecer una relación de dependencia con aquellos que sí tienen esa facultad. Pero los “beneficios” de dicha dependencia deben contrarrestarse con la sumisión de la propia voluntad al benefactor (García Damián, 2002). Esta subordinación de género se da principalmente en tres ámbitos: el económico, (la mujer no tiene

acceso al capital, por lo que depende del hombre para su subsistencia), el político (la mujer no es incorporada al espacio de toma de decisiones, por lo que su participación se sujeta a aquéllos que la representan) y el cultural (la mujer es sometida corporal, mental y socialmente: su placer, su función reproductiva y su poder son para los otros).

Todo lo anterior establece condiciones específicas de vida que suponen brechas de género, es decir, diferencias que exhiben hombres y mujeres en cuanto a las oportunidades, acceso, control y uso de los recursos que les permiten garantizar su bienestar y desarrollo humano (IMDF, 2005). Debido a la eficacia del orden de género, que se sostiene tanto en las estructuras sociales como en las mentes de los individuos de forma considerada “natural”, dichas condiciones se acentúan haciendo más difícil reducir las brechas (Bourdieu, 2000).

Empero, el orden de género no es inmutable. Giddens (1998, pp. 282-290) señala que el poder es constitutivo de toda interacción social, intrínseco a los actores sociales y por lo tanto, envuelve relaciones de dependencia y autonomía. En el reconocimiento de esto último, el poder adquiere una doble dimensión: limita tanto como permite; de ahí que el poder no produzca sólo dominación, sino también resistencia y contrarespuesta de los dominados. Entonces, en toda situación de dominación, los actores construyen y mantienen rutinariamente sus relaciones de poder, pero además las transforman.

Dicha transformación ocurre por medio de la acción social. Ésta, dice Giddens, significa una intervención en el mundo, por lo tanto implica la capacidad de "producir una diferencia" en un estado de cosas o en un curso de sucesos preexistentes: al actuar dentro de su sociedad, las personas carentes de poder, pueden adquirirlo. Precisamente el reconocimiento de esta dimensión del poder ha constituido el bastión de lucha tanto de los movimientos feministas como de los estudios de la perspectiva de género: la posibilidad de transformar las condiciones de desigualdad e inequidad que origina el orden de género a través de la incorporación de las mujeres a diversos ámbitos de acción social. Conforme las mujeres se ven en posibilidad de producir diferencias para su vida,

dejan de ser concebidas sólo como víctimas del poder: obtienen la capacidad y el derecho de adquirirlo, es decir, de *empoderarse*.

El *empoderamiento*, de acuerdo con Lagarde, consiste en un conjunto de procesos a través de los cuales cada individuo integra como parte de su vida recursos, bienes y derechos conseguidos como poderes: “la clave está en que pasan de ser recursos externos a ser recursos propios” (1999, p. 40). Entonces, el objetivo del empoderamiento es buscar estrategias para que las mujeres (y en general, cualquier grupo marginado), incrementen su poder; esto es, que accediendo al uso y control de los recursos materiales y simbólicos, puedan participar desde una posición más sólida en la toma de decisiones que influyan en su vida y en su sociedad. Pero además, el empoderamiento supone la toma de conciencia de las limitaciones que produce el orden dominante, por lo que necesariamente conlleva a la desaparición los mecanismos patriarcales de poder. Por esta razón, el empoderamiento se convierte en la vía principal para combatir la situación de dominio e inequidad que provoca el orden social de género.

Si se entiende, a la manera de Foucault (1983, 2005), que la instancia básica donde se articula el poder es el discurso, el ámbito discursivo se convierte en un espacio clave para lograr este empoderamiento. Es en el orden discursivo donde se confrontan los significados sociales y donde se pueden transformar las concepciones del orden dominante de género. Pero, para producir esta confrontación de significados, se hace necesaria también una acción social; una práctica que produzca las diferencias necesarias para la adquisición de poder, una *trasgresión*.

Como se ha dicho, el empoderamiento implica la incorporación a ámbitos de acción a los que, en este caso, el género femenino no ha tenido la oportunidad de acceder por la falta de recursos materiales y simbólicos. Estos ámbitos son numerosos: el trabajo, la política, la cultura y una gran cantidad de espacios públicos han estado vedados para las mujeres por constituir las vetas de poder

masculino. Si bien dicha situación se ha modificado a lo largo del último siglo, muchas de estas vetas siguen vigentes; una de ellas es, incuestionablemente, el deporte.

## **2. 2. - Pelotas y muñecas: el deporte como ámbito de diferenciación genérica**

### **2.2.1. - El deporte como espacio masculino**

Como se ha detallado, la construcción social del género define, jerarquiza y produce dinámicas sociales desiguales para hombres y mujeres. En el caso de la mayor parte de la sociedad occidental, los hombres han sido poseedores de los símbolos que legitiman y fundamentan los sistemas de valores, las normas y las condiciones de la vida social, con los cuales han articulado espacios de poder.

Dentro de estos espacios, se crea un sistema de representaciones que reproduce el dominio masculino bajo el cual se estructura la sociedad, constituyendo lo que diversos autores han denominado el modelo de *masculinidad hegemónica* (Kaufman, 1989; Badinter, 1993; Gilmore, 1994; Connell, 1995). Este modelo agrupa una serie de características que constituyen el *desideratum* para los varones y en función del cual se define también el de las mujeres. Dichas características se agrupan básicamente en torno a cuatro ejes: la heterosexualidad, el éxito, la fortaleza y la agresividad; o en palabras *non gratas* de Kimmel (1999): “Nada de mariconadas. Sé importante. Sé duro como un roble. Chíngatelos”. Cuatro reglas que, textualmente, parecen sacadas de cualquier campo de juego, de cualquier vestidor, de cualquier estadio.

Sin duda, de todos los espacios donde se reproduce dicho modelo de masculinidad, el deporte constituye uno de los más significativos (Sage 1990; Messner y Sabo 1990; Messner 1992, Huerta Rojas, 1999). Primeramente, hay que señalar que la actividad deportiva es clave en la configuración de la identidad masculina por convertirse en un espacio iniciático. Algunos estudios (citados en Díaz Mintegui, 1996) han mostrado cómo, en diversas culturas, los varones son

incorporados a la dinámica social en marcos de referencia más amplios que a las mujeres; dentro de estos marcos deben superar ciertas dificultades y pruebas que les permitan conquistar y merecer su condición de “verdaderos hombres”.

En este sentido, la práctica deportiva se establece como una perfecta escuela de difusión de los valores masculinos, que primeramente encarnan en el cuerpo, el cual se convierte en el primer instrumento que el varón moldea a su *habitus* cultural (Barrera, 2006, p. 41). El deporte otorga a ese cuerpo un simbolismo corporal al convertirse en el lugar de enfrentamiento del hombre con el entorno. Es decir, la actividad atlética forma al cuerpo: permite desarrollar una condición física que constituye hombres resistentes, musculosos, fuertes.

Pero además, dota a estos cuerpos de significación: constituye su condición masculina. Como espacio iniciático, la actividad deportiva implica la superación de una serie de pruebas que demandan esfuerzo y habilidad. Dichas pruebas se manifiestan en prácticas corporales que la mayor de las veces involucran dolor y riesgo físico. El sentido es, como los rituales iniciáticos de muchas culturas, someterse a una experiencia de sufrimiento que permitan el dominio del cuerpo y de la mente (Díaz Mintegui, 1996). “Las heridas, las marcas, y cicatrices que quedan grabadas en el cuerpo, más que muestras de un dolor lamentable, son señales de poder” (Barrera, 2006, p. 41). Entonces, este espacio es el primer sitio donde pueden demostrar las facultades de dominio que les demanda su condición genérica. Los verdaderos hombres no temen al dolor, al cansancio o al sufrimiento: lo dominan. Son “duros como robles”. Por eso, la exhibición de la fuerza física, la excesiva competitividad, la temeridad por lucir el choque físico y los golpes hasta el peligro son formas idiosincrásicas del deporte como demostración de lo masculino.

Al convertirse en un espacio donde se reproduce el modelo hegemónico de la masculinidad, el deporte no deja lugar para lo femenino, ni real ni simbólicamente. Si bien, a diferencia de otras sociedades que observan rituales de iniciación para varones, el deporte no exige la supresión total del contacto con

la comunidad y la familia, sí elimina los elementos femeninos al separar a los varones del ámbito doméstico y de las mujeres (Badinter, 1993; Díaz Mintegui, 1996).

Primeramente, la superación de las pruebas físicas implica el control de los sentimientos, emociones y necesidades afectivas, comportamientos considerados propios de la “naturaleza femenina”, y que por lo tanto, pueden conllevar a una pérdida de control (Kauffman, 1989, 1995). Pero además, estos comportamientos suponen una necesidad de la figura materna, protectora y consoladora, y de un ámbito seguro, que lo constituye el hogar. Por lo tanto, la actividad deportiva exige que los niños y jóvenes aprendan a “aguantarse”, a “no chillar”, a no correr “a las faldas de la mamá”, a estar en acción lugares visibles y no “encerrados jugando con muñequitos”.

Así, los campos deportivos, los lugares de entrenamiento, las gradas de los estadios ofrecen a los hombres (y a quienes están a punto de serlo) un sitio donde pueden construir un mundo estrictamente masculino. “Allí se lleva a cabo un discurso moral explícito que establece límites entre lo permitido y lo no permitido, entre el bien y el mal y, finalmente, entre los aspectos positivos y negativos de lo que teóricamente se define como masculino” (Archetti, 1998, pp. 302 - 303). En este mundo, las figuras de otros varones se convierten en guías que transmiten el orden, la disciplina y el honor: el padre busca inculcarle a su hijo el amor a una camiseta, el entrenador es el maestro de las virtudes necesarias para estar en el campo, el jugador profesional se convierte en el ejemplo de cientos de niños, los árbitros son los poseedores de la justicia y la aprobación. Al separarlos de las mujeres y reunirlos con otros varones, los hombres adquieren un sentido de seguridad que les permite ejecutar colectivamente su poder (Kauffman, 1995).

Fuera pues de este ámbito doméstico- protector, la actividad deportiva se convierte en el primer espacio en donde los varones aprenden a lidiar con el protagonismo público que supone su género. A través de la competencia deportiva, el hombre encuentra una forma de obtener el reconocimiento de otros hombres y de las mujeres (Fagundes, 1995; Gastaldo, 1995): adquiere una

identidad pública reconocida. Primero, por el hecho de estar dentro de un espacio visible; segundo por la posibilidad de situarse en una escala de valoración con respecto a los otros.

De esta forma, los hombres entra en un mundo ligado a la relevancia, a la autoridad y a un orden de jerarquía extensivo a la vida social (Díaz Mintegui, 1996). El deporte, además de construir la masculinidad, permite demostrarla. Por eso se habla del deporte como un lugar de relevancia social: los niños y jóvenes tienen no solamente la oportunidad de convertirse en verdaderos hombres, sino además de “ser hombres importantes”. Por eso ganar lo es todo: el hombre que gana una competencia gana también un sitio privilegiado en la vida social. De este reconocimiento público surge el culto a los campeones (Brohm, 1982; Bromberguer, 2001) en el cual el campeón es el héroe, el salvador, el que representa a la comunidad, el que redime al pueblo ante los ojos del mundo: es un superhombre (Tájer, 1998).

Así como los varones que practican deporte pueden trascender, aquellos que no lo practican no son, por ende, verdaderos hombres. En este aspecto, la actividad deportiva sostiene la heterosexualidad como forma dominante (Badinter, 1993, p. 51). Los hombres pueden tocarse “rudamente”, pueden establecer amistades “solidarias”, incluso pueden consolarse unos a otros cuando sufren una derrota (y de hecho, llorar por una derrota deportiva es quizás la única forma en que se permiten lágrimas a los hombres); pero siempre dentro de los límites de lo masculino. “Nada de mariconadas”. Se valida la homosocialidad, pero no la homosexualidad (Kimmel, 1997, p. 54-59). Dicha homofobia nace de la misoginia: la aversión a lo emocional, a lo pasivo, a lo penetrado sexualmente, a lo opuesto a la masculinidad dominante (Messner y Sabo, 1990; Messner, 1992; Connell, 1995).

Por esta razón la homosexualidad representa para la institución deportiva un tabú: ser deportista y ser homosexual resulta incoherente. Anderson (2005) explica que aunque no ha habido reglas formales para mantener a los homosexuales fuera del deporte, tampoco han sido necesarias: la condena general

por parte de la sociedad es suficientemente opresora para constituirse como un mecanismo de inhibición. Incluso hoy en día, difícilmente se encuentran ejemplos de deportistas varones que hayan confesado ser homosexuales; para el modelo de masculinidad hegemónica que el deporte construye, la homosexualidad significa inferioridad. “Los homosexuales son aquellos que se dejan humillar o que no defienden con suficiente energía su identidad masculina” (Archetti, 1998, p. 306). Por eso, no pueden estar dentro del mundo del deporte: no cumplen con las características necesarias que demanda la condición de los hombres “verdaderos”.

La vivencia de la masculinidad conforme a este modelo está íntimamente ligada al ejercicio de la sexualidad (Badinter, 1993; Gilmore, 1994; Griffin, 1998; Kimmel, 1999). “Los varones insertos en esta masculinidad dominante crecen con la idea de la sexualidad en términos de conquista, rendimiento, como una manera de probar su masculinidad frente a los pares y no en relación con sus deseos y emociones afectivas” (Barrera, 2006, p. 45). El hombre está hecho para conquistar y lo hace mediante la penetración, la erección del pene y las proezas sexuales que autoafirman su virilidad. Los otros, los que no son hombres (mujeres y homosexuales), son los conquistados, los penetrados, los humillados.

Dentro del mundo del deporte, esta idea se manifiesta primordialmente en los cantos, porras y burlas de los aficionados: es el cuerpo, y en especial, el cuerpo sometido a la sexualidad, el escenario sobre el que se juegan los principales dramas de honor. Los insultos más hirientes dentro del ámbito deportivo tienen que ver con este aspecto: la feminización, prostitución y homosexualidad del adversario son más significativas que la falta de capacidad o habilidad deportiva (Gándara, 1999; Muñoz, 1998). Asimismo, el auto-elogio, si bien se basa en el compromiso y la fidelidad a los colores del equipo, también tiene numerosos componentes que indican superioridad por la capacidad de conquistar sexualmente al contrario.

Este sometimiento sexual va ligado inexorablemente con otro componente de la masculinidad hegemónica presente en el deporte: la capacidad para ejercer

la violencia. Al suponer dominio, virilidad y uso de fuerza física, los deportes posibilitan y hasta justifican la violencia masculina. Keijzer (1998, p. 3) señala que las prácticas deportivas generan en la socialización masculina una mayor independencia, iniciativa por la competencia y agresividad que muchas veces desemboca en conductas violentas y temerarias presentes más allá del campo de juego, en aspectos tan diversos como la relación con vehículos, las adicciones, las relaciones familiares y la sexualidad.

Dicha violencia está legitimada hasta cierto nivel debido tanto a su componente ritual como al proceso de institucionalización de la actividad deportiva. Por un lado, se ha señalado que el deporte contiene un alto contenido ritual que simula un combate simbólico en el cual las figuras de los deportistas como guerreros y héroes épicos encuentran fuerte resonancia (Bromberguer, 2001). Por esta razón, la actividad deportiva funciona como una salida concreta del "instinto" de combatividad (Vinnai, 1998, p. 83); se convierte, como dice Brohm (1982, p. 260) en una "maquinaria de sublimación" de la agresividad.

Por el otro, la institucionalización del deporte moderno estuvo fuertemente ligada a un ambiente militar. En una época de expansionismo colonial, la educación de los hombres estaba orientada a defender el imperio que cada nación construía; para esto se necesitaban varones fuertes, agresivos, temerarios. A través del deporte, los hombres desarrollaban estas capacidades como virtudes, (Messner, 1992, p. 14). Por lo anterior, el requisito prioritario en el deporte es ser agresivo. En palabras simples, "chíngatelos".

Con este panorama, no es difícil entender al deporte como un espacio de afirmación simbólica de la masculinidad, lo que provoca que la mayor parte de las prácticas deportivas se consideren "propias de los hombres": el rugby, el *hockey*, el fútbol, en fin, casi la totalidad de los deportes de equipo y de combate (Elías y Dunning, 1993, p. 327). Por eso, se habla de la actividad deportiva como una práctica sumamente sexista. Aunque los últimos años han supuesto un increíble desarrollo del deporte en el sector femenino, esta incursión y sobre todo,

su representación en los medios, sigue subordinada a una omnipotencia de la masculinidad.

### **2. 2. 2. - La incorporación del sexo “débil”.**

Desde los inicios de la era moderna, la inclusión de las mujeres en el ámbito deportivo se ha situado siempre un paso atrás del desarrollo de la rama varonil. La conocida cita del Barón de Coubertain<sup>1</sup>, la cual señalaba que las mujeres participarían en los juegos olímpicos exclusivamente para colocar las guirnalda a los triunfadores, es sólo un vestigio de las primeras dificultades que el movimiento deportivo femenino ha encontrado en su camino. Al igual que en muchos otros espacios, la presencia de la mujer en el deporte se ha visto enmarcada en un contexto donde los controles sociales, económicos y simbólicos tienden a obstaculizar su participación.

Ciertamente, las consecuencias del desarrollo industrial (disponibilidad de tiempo libre, el acceso al consumo, mayor preocupación por la salud y el discurso del ocio) propiciaron la incorporación creciente de la población a la práctica deportiva; pero para las mujeres, el deporte ha seguido estableciéndose como un campo ajeno. De acuerdo con Eitzen y Sage (1997) el acceso limitado de las mujeres al deporte se fundamenta en tres generalidades derivadas de la consideración de éste como un espacio masculino: 1) que la actividad física y deportiva masculiniza a las mujeres; 2) que la práctica deportiva es peligrosa para la salud de las mismas; y 3) que las mujeres no tienen interés por la práctica deportiva, por lo que cuando llegan a practicarlo, no se les puede considerar seriamente. Conviene aquí detallar estas tres ideas como base de dicha incorporación desigual.

Inicialmente, dado que el deporte se estableció como constructor de la masculinidad, el primer argumento en contra del deporte femenino ha sido precisamente éste: al incursionar en el deporte, las mujeres se *masculinizan*. Esta idea se apoya en la relación de ciertos atributos propios de la masculinidad y la

---

<sup>1</sup> Pierre de Coubertin, fundador de los juegos olímpicos de la era moderna

feminidad: a los hombres se les atribuye la competencia, la actividad, la eficacia y la autonomía (todos desarrollados por la práctica deportiva), mientras que las mujeres se definen a través de valores como la intuición, la dependencia, la pasividad, el sentimiento y el cuidado.

A partir de estas características, a hombres y mujeres se les asignan actividades deportivas consideradas apropiadas para su género (Rubio Casado, 2001). Como indica García Fernando (1990, p. 174) “el conflicto de roles para la mujer deportista se basa en la disonancia cognitiva o disparidad inherente a las concepciones tradicionales de lo deportivo y lo femenino”. Es decir, la gran mayoría de las actividades deportivas, como constructoras de una masculinidad hegemónica, no surgieron contempladas para el género femenino. ¿Cuáles son entonces las actividades deportivas “adecuadas” para una mujer? Cualquiera que no contravenga su “propia” naturaleza; es decir, casi ninguna. La gimnasia, el patinaje, el tenis son de los pocos deportes que permiten seguir observando los patrones sociales de feminidad (Antúnez, 2000).

La mayoría de las prácticas deportivas propician, en primera instancia, el desarrollo de cierta capacidad muscular, y en segundo término, ciertas pautas de comportamiento, como la agresividad o la competitividad; atributos que no corresponden al ideal de feminidad. Al ser prácticas que constituyen esferas de identidad y de afirmación masculina, cuando las mujeres deciden incursionar en estos ámbitos sólo se les puede concebir a través de la masculinización. En otras palabras: una mujer que desarrolla músculos, que golpea, que compite, se convierte, simbólicamente, en un “hombre”.

El mantenimiento de estos estereotipos (hombre/fortaleza-mujer/delicadeza) ha generado un rechazo histórico hacia el ejercicio físico violento practicado por mujeres (Vázquez, 1994, 2000); por esto, los espacios de deporte femenino se han articulado con la pretensión de proteger la supuesta fragilidad femenina, lo cual conduce a la segunda generalización que ha dificultado su incorporación: el “peligro” de la práctica deportiva para la

condición biológica de las mujeres. Diferentes autoras, empezando por Beauvoir (1975, p 71-77) han señalado que el cuerpo de la mujer es uno de los elementos esenciales a partir de los cuales se define la situación que ella ocupa en el mundo. Al ser valorizada a partir de su función reproductora dentro del proceso biológico de la procreación, los límites de sus capacidades individuales quedan sujetos a este valor.

Acorde a esto, durante mucho tiempo se argumentó que el deporte suponía riesgos para la salud de las mujeres, tales como alteraciones en el ciclo menstrual, daño a los órganos reproductores, efectos negativos en la fertilidad y hasta desequilibrios en el sistema nervioso, ya que la idea general es que las mujeres no tienen la misma “resistencia psicológica” que los hombres (García Fernando, 1990, p. 170). En resumen, el deporte resulta arriesgado debido al argumento de la inferioridad biológica de las mujeres, según el cual sus capacidades físicas y motoras no pueden desarrollarse al mismo nivel de los varones (Hargreaves, 1993, pp. 122, 129).

Durante mucho tiempo esta tesis de la disparidad biológica ha generado opiniones que sostienen que las mujeres no deberían incursionar en ciertos deportes. Al respecto, hay que señalar que generalmente los hombres poseen mayor estatura, peso, masa muscular, capacidad pulmonar e incluso un corazón más grande; pero lejos de negar esto, también es cierto que el poseer estas características en disímil proporción no ha sido limitante para las atletas. Por el contrario, las deportistas han batido marcas en distintas disciplinas, incluyendo la natación, la marcha, el ciclismo y otros deportes considerados “fuertes”, con todo y la “desventaja biológica”. Sin embargo, la idea de la inferioridad ha pervivido: aún cuando un buen número de disciplinas permiten su incorporación, las mujeres son concebidas como *deseosas*, pero no *capaces* (Larssons, 2003). Es decir, se les ha concedido el acceso, pero no se les ha reconocido su capacidad.

Al estar asociadas a ciertas cualidades y valores (sintetizadas en la noción de *feminidad*), la educación deportiva de las mujeres se ha limitado a prácticas más estáticas, con contacto físico restringido y sin el componente de agresividad; los deportes “duros” no son para ellas. Cuando las mujeres deciden incursionar en estos deportes, son ignoradas porque se cree que no pueden desarrollar el mismo potencial que los varones. Estos dos factores son los que originan la tercera generalización: la afirmación de que las mujeres *no pueden interesarse seriamente* en la práctica deportiva.

Dicha afirmación omite el hecho fundamental de que los mecanismos de socialización del género femenino lo relegan a una situación en la cual el deporte permanece fuera de su mundo. Resulta difícil que las mujeres se muestren interesadas por el deporte cuando desde niñas se les excluye y se les enseña a utilizar espacios reducidos y marginales. “Esto incide en las actividades motrices separando, jerarquizando, incluyendo, excluyendo y reforzando estereotipos *naturalizados* como el de la pasividad, el de intimidad, el de protección y el de encapsulamiento en la mujer” (Scharagrodsky, 2004).

Por esto, cuando empiezan a incursionar en las actividades físico-deportivas, se estimula en ellas la idea de protección del cuerpo y la permanencia en su espacio personal, lo que desemboca en una poca participación dentro del ámbito deportivo que es, fundamentalmente, un ámbito de acción. Entonces, más que una falta de interés, lo que existe es una falta de apropiación: el orden de género realiza una socialización diferenciada que no educa ni faculta a las mujeres para *actuar* dentro del deporte.

Desde pequeños, hombres y mujeres reciben influencias provenientes de distintos ámbitos que configuran su forma de practicar ejercicio físico. En términos generales existen cuatro agentes sociales básicos que influyen en la práctica deportiva: a) las familias; b) la escuela; c) las instituciones y organismos encargados de la política deportiva y el deporte extraescolar: y c) los medios de comunicación (COE, 1999, p.16).

En primer lugar, es bien sabido que al interior de su *núcleo familiar*, niños y niñas aprehenden valores y reciben mensajes de los límites que marcan su interacción con el mundo. En el caso del ámbito deportivo, la familia suele decidir que actividades pueden desarrollar sus hijos; decisión que va influida fuertemente por el conjunto de creencias y el sistema de representaciones del orden social de género: en la mayoría de los casos, se reproduce la idea general de que hay deportes más “convenientes” para las niñas (gimnasia, tenis) y otros para los niños (fútbol, baloncesto, etc.). Así, el primer campo de intervención se da en la elección del deporte.

Pero éste no es el único: el apoyo a la práctica deportiva también se realiza de manera diferenciada. Al contrario de los varones, la familia ejerce sobre las mujeres un mayor control en cuanto a la protección de la seguridad física, las limitaciones de horarios, la inversión de tiempo, las condiciones de desplazamiento, el mantenimiento del equipo y la ubicación de las instalaciones deportivas. Es decir, existe una disposición limitada para permitir que las hijas inviertan tiempo, dinero y esfuerzo en la práctica de cualquier actividad deportiva. Esta poca disposición va estrechamente ligada a la idea de que son los hombres quienes tienen mayor capacidad y oportunidad de destacar en el deporte.

La segunda instancia de la cual se recibe influencia es la *escuela*. Las clases escolares de educación física resultan de suma importancia debido a que para muchos niños y niñas representan el primer (y a veces el único) acercamiento a la práctica deportiva formal. Sin embargo, en muchos casos se reproduce la separación de actividades de acuerdo al género. Existen trabajos (sobre todo realizados desde la psicología) que han mostrado que el sistema escolar ofrece poca motivación y apoyo para que las mujeres se incorporen a la práctica deportiva.

En un sentido estricto esto tiene mucho que ver con la desvaloración que la educación física padece dentro del esquema educativo, que afecta por igual a ambos géneros. A este común desinterés se suma la reproducción de las configuraciones duales en las cuales a los hombres se les atribuyen las

capacidades de liderazgo y a las mujeres de obediencia (Gallo Cadavid, 2006). Con base en esta dualidad, a los varones se les permite la utilización de la fuerza física, se les proporciona mayor espacio, se les organizan actividades que requieren de mayor movilidad mientras que a las niñas se les relega a espacios más reducidos y de menor actividad.

Lo anterior supone, en los lugares donde la clase es mixta, una situación de doble discriminación: además de que se relega al género femenino, éste suele usarse como refuerzo de lo negativo o de lo ridículo (Scharagrodsky, 2004). Entonces, algunas ideas comunes dentro de los espacios escolares son que “las niñas no aguantan”, que los malos jugadores “juegan como niñas”, y que quienes no soportan la carga física “parecen nenas”.

Estas ideas, compartidas y reforzadas por muchos maestros de educación física, provocan una segregación que en primera instancia es física y en segunda simbólica. Es decir, dado que “las niñas no aguantan” se organizan actividades separadas en donde a ellas se les suele prestar menos atención. Esto no sólo las aparta de la convivencia y competencia con el otro género sino que además crea la concepción de que el deporte no es algo en lo que ellas puedan destacar (primero porque *no saben* si tienen cualidades; segundo, porque *a nadie le interesa* si tienen cualidades).

Dicha falta de apoyo y atención se acrecienta en la tercera instancia de influencia: las *instituciones encargadas del deporte*. La función de éstas, de acuerdo con Murcia y Jaramillo (2001) es brindar alternativas a través de programas sociales, planeación de actividades y estrategias que posibiliten la participación y práctica de actividades deportivas. Sin embargo, al igual que las clases de educación física, las instituciones y organismos deportivos sufren una desvaloración dentro del sistema institucional. En este sentido, se puede decir que la falta de interés no es discriminatoria: tanto hombres como mujeres encuentran los mismos obstáculos para hacer deporte en el marco de las instituciones oficiales: carencia de instalaciones deportivas, ausencia de competencias, falta de recursos, poca asistencia técnica y desinterés por la promoción de la actividad deportiva.

No obstante, la situación adquiere diverso cariz para cada género debido a situaciones que se ignoran a la hora de estructurar los (escasos) programas y las políticas públicas relativas al deporte. La creencia general es que tanto mujeres como hombres tienen todas las posibilidades de incorporarse a la actividad deportiva dentro del marco de las instituciones oficiales, así que si ellas no hacen uso de las instalaciones o no se acercan a los programas únicamente puede ser por *falta de interés* (Mc Phail, 1997). Pero lo cierto es que ni dentro ni fuera del marco institucional, las posibilidades son iguales: la población femenina está condicionada por limitantes que a grandes rasgos, se agrupan en *la deserción a causa de la poca motivación, las escasas oportunidades de desarrollo deportivo y la carencia del tiempo libre*.

La cuestión de la *motivación* resulta fundamental a la hora de analizar las razones por las cuales las mujeres desertan o persisten en la práctica del deporte. Diversas investigaciones (Balaguer, Pastor y Moreno, 1999; Castillo y Balaguer, 1998; Bianchi y Brinnitzer, 2000; Rubio Casado, 2001; Macías y Moya, 2002) han revelado un importante decline gradual del interés y la participación en actividades deportivas por parte de las mujeres conforme aumenta la edad. Este descenso inicia a partir de la adolescencia, y aunque se presenta en ambos géneros, resulta más marcado en el femenino.

Como se ha visto, la aprehensión de la actividad deportiva se realiza de manera diferenciada: mientras que los varones encuentran la práctica deportiva asociada al placer, a la diversión y la confirmación de poder, el discurso contemporáneo solamente ha brindado una razón para la participación deportiva femenil: el argumento de la conservación de la salud. Es decir, se ha aceptado (e intentado promover) la práctica deportiva en las mujeres bajo la idea de que constituye un medio para mejorar su bienestar físico. Pero esta cuestión ha pasado de higiénica a meramente estética.

Una de las tendencias más remarcables de la sociedad actual ha sido la adquisición de la conciencia del cuerpo como un elemento (y lugar) de poder (Muñiz, 2004, p. 51). Lo anterior ha provocado la instrumentalización del deporte como medio del cuidado del físico- estético. Dentro de esta dimensión, el cuerpo de la mujer se ha convertido en un cuerpo de expresión (de la belleza), no de acción (Vázquez, 1994); se ha creado el ideal de una silueta esbelta y armoniosa que además representa la garantía del éxito y la aceptación social. Dado que la adolescencia constituye una etapa en la cual la afirmación de la identidad y el sentido de pertenencia se tornan prioritarios, un buen número de mujeres buscan confirmar su identidad *femenina* bajo este ideal de belleza.

En este sentido, se supondría que la actividad deportiva aumentaría, pero si bien algunas mujeres incrementan la actividad física, ésta no se registra bajo la forma de deporte como tal. Aunque la participación en equipos deportivos desarrolla el sentido de pertenencia, muchas adolescentes se desligan de éstos para dedicar más tiempo a otro tipo de actividades (Bianchi y Brinnitzer, 2000; Nuviala y Álvarez, 2006). La sustitución de la práctica de deportes se da generalmente a través de las actividades de gimnasio (pesas, “*aerobics*”, “*spinning*”, etc.) que a pesar de ser sumamente recurridas sólo se ofertan por la iniciativa privada.

Cuando las mujeres terminan su ciclo escolar y se incorporan a la dinámica social (en el mundo laboral o el trabajo del hogar), dichas actividades siguen siendo las más solicitadas para ciertos sectores de la población femenina (sobre todo por la cuestión del horario y la cercanía de las instalaciones). Pero la participación a través del ejercicio físico de gimnasio (a la cual no pueden acceder todas) genera la idea de que las mujeres están incorporadas al deporte, cuando en esencia, refuerza la representación estereotipada de lo femenino: está bien que ellas practiquen dichas actividades mientras las ayuden a “conservarse bellas”.

Fuera de la motivación higiénica (poco promovida) y de la estética (sobre promovida), las mujeres escasamente encuentran razones para participar en la práctica deportiva, lo cual resulta también un factor de deserción. La dimensión de esparcimiento y de competencia difícilmente se presentan dentro de las motivaciones del género femenino para incorporarse al deporte; contrario de lo que pasa con los varones, para quienes resulta no sólo una actividad placentera sino también un campo de oportunidades para destacar (Caminero, 2006). En ese tenor, las mujeres que practican deporte sin duda lo disfrutan y lo consideran un espacio que les permite hacerse visibles (antes que destacar). Pero esto encierra un contrasentido: aun cuando les resulte placentero, no lo realizan únicamente por diversión; pero si no lo hacen sólo por diversión, probablemente represente más una desolación que un disfrute.

Se ha señalado que las mujeres que persisten en las actividades deportivas suelen observar una disciplina y dedicación más intensa; para ellas practicar un deporte representa el compromiso y la responsabilidad de demostrar su capacidad para que los otros (familia, escuela, instituciones) las tomen “en serio” (Macías y Moya, 2002). Pero esta disciplina y dedicación resultan infructíferas cuando se analizan las pocas oportunidades de crecimiento que el deporte escolarizado o institucionalizado ofrece a las mujeres. Como se ha visto, al ámbito escolar constituye uno de los pocos espacios donde las mujeres pueden practicar deporte; así que cuando abandonan el núcleo escolar, se limita la actividad deportiva. Las opciones que quedan son entonces los espacios de la iniciativa privada o los espacios institucionales.

Dentro de la primera opción, generalmente el costo de acceso a las instalaciones y el equipo necesario resultan elevados para una gran parte de la población. Por lo tanto, la posibilidad de acceder a las actividades queda limitada por el factor económico, lo cual les deja la opción de los planes institucionales. Pero estos planes resultan también inaccesibles cuando se considera que la mayor parte de los recursos, apoyos y reconocimientos se destinan para los sectores más jóvenes (en etapa de formación) o para los atletas de alto rendimiento.

Aun cuando las mujeres muestren la disciplina y la capacidad para acceder al alto rendimiento, se ven condicionadas por la cultura de género, lo que tarde o temprano provoca una deserción. Justo es ésta la incoherencia: la dimensión de esparcimiento requiere la trivialidad de la dimensión competitiva. Si de verdad quieren disfrutar del deporte, deben olvidarse de toda pretensión de destacar, contender o vencer.

La falta de oportunidades, además de tener consecuencias severas para el ámbito de la profesionalización, resulta decisiva para el abandono de la actividad deportiva cuando se relaciona con la cuestión del *tiempo libre*, definido, según Mc Phail (1997), como aquél en que se realizan actividades con el propósito de divertirse, descansar, acrecentar la cultura, aumentar los conocimientos, estimular la vida y el bienestar social de la comunidad. Una vez que las mujeres dejan el ámbito escolar, la práctica deportiva representa una decisión que tienen que asumir en función del tiempo disponible que les permita su rol social (ya sea que asuman el papel de ama de casa o estén incorporadas al mundo laboral).

Por un lado, dado que las actividades productivas de los hombres se efectúan fuera del hogar, el género masculino tiene *derecho* de disponer de tiempo libre para consagrarse a las actividades de esparcimiento después del trabajo. Por el contrario, las amas de casa no ostentan este derecho ya que las actividades que realizan no se valoran como productivas puesto que en teoría no repercuten en la economía (Sever, 2005, p. 52). Así, la creencia general es que ellas no necesitan de esparcimiento pues no realizan ningún trabajo; todo su tiempo es “libre”.

De igual modo, las mujeres que forman parte de la población económicamente activa, aunque detenten el “derecho al tiempo libre” por realizar actividades productivas, encuentran dificultades para la práctica del deporte. Dichas dificultades no se deben únicamente a los tiempos que demanda el trabajo ejecutado; en el caso de las mujeres se complica porque muchas de ellas duplican su jornada al asumir también las labores del hogar.

Resulta entonces que la vivencia del tiempo libre como oportunidad para la realización de actividades deportivas (y de otra índole recreativa) se encuentra ausente de la vida de la mayoría de las mujeres. A decir de Mc Phail (1997), la fuerte carencia de estructuras de apoyo a la familia junto a un desequilibrio en el reparto del trabajo doméstico han suprimido el tiempo para sí de la población femenina, reconduciéndolo a cubrir las necesidades del núcleo familiar: la mayoría de sus actividades de esparcimiento son una prolongación del rol esposa/madre/trabajadora doméstica/nutridora. En consecuencia, la cultura del tiempo libre como “actividad” está más presente entre los hombres, mientras que como espacio de “convivencia”, de “afecto”, de “encuentro” se registra con mayor frecuencia en las mujeres: la totalidad de su tiempo (libre o de trabajo) es para los otros.

De esta forma, su participación en el deporte se realiza a través de lo Mc Phail ha denominado como el *goce vicario*: las mujeres experimentan “en carne propia” el disfrute de los demás. Su papel se limita al de observadoras o ejecutantes de tareas de soporte (preparar comida, alistar uniformes, apoyar, recoger el equipo). El problema del goce vicario es que anula la posibilidad de una participación activa: ellas no pueden practicar deporte porque son las responsables de mantener el derecho de los demás a este tipo de recreaciones.

La raíz de este conflicto no se encuentra tanto en la distribución de tiempo libre sino en lo que representa. En primer lugar, dado el trabajo doméstico es demandante, el deporte puede ser la actividad de ocio menos recomendable: uno, porque puede provocar el agotamiento; dos, porque requiere de tiempo y regularidad. Lo mismo aplica para las mujeres que acceden al mundo laboral: disponen de tan poco tiempo y se encuentran tan saturadas de responsabilidades que difícilmente consideran la ejecución de cualquier actividad deportiva (Gallo et al, 2002). En ambos casos, la práctica deportiva supone una “perdida”; dado que el desarrollo de estas mujeres está centrado en otros espacios (la familia o el trabajo), invertir tiempo y esfuerzo en el deporte, aun con los beneficios físicos, resulta una mera distracción de sus prioridades.

Por eso mismo, aquéllas que deciden incursionar en las actividades deportivas, no consideran hacerlo en el ámbito del alto rendimiento o de la competencia: primero, porque se encuentran en una situación donde no disponen del tiempo y la dedicación necesarios para sobresalir; segundo, porque hacerlo así requiere el sacrificio de otras áreas (por ejemplo, su familia o su fuente de ingreso). Al respecto, Antúnez (2000) señala que socialmente no se acepta que la mujer se sobre- exija fuera de la esfera doméstica, ya que deja de lado “sus deberes propios” por la consecución de otras metas, lo cual “perjudica” el equilibrio familiar. Al mismo tiempo, el deporte institucionalizado brinda pocas oportunidades de desarrollo profesional para las mujeres, por lo cual, en la disyuntiva de dedicarse a una carrera deportiva o estudiar/trabajar para mantenerse, la balanza se suele inclinar, a la larga, hacia la segunda opción.

Como se puede observar, el escenario en el cual se despliega el deporte femenino dista mucho de ser igual al del deporte varonil, lo que repercute enormemente en su valoración. Y esta desigualdad se manifiesta inherentemente en la representación realizada por los medios de comunicación. De acuerdo a Flores (2007, p. 7) el género se presenta como un sistema que orienta las diferentes representaciones del sexo en función de exigencias culturales. En este sistema pueden coexistir diferentes significados, cada uno de los cuales se articula a través de prácticas sociales; por medio de estas prácticas no solamente se nombra o representa lo masculino y lo femenino, sino que además se construye.

En este sentido, dichas prácticas se transforman en *tecnologías de género*, definidas como las herramientas de representación y autorepresentación que son utilizadas por hombres y mujeres para construir sus discursos (De Lauretis, 1991, p. 47). Estas tecnologías (que van de los discursos institucionales a las prácticas de la vida cotidiana) generan un conjunto de efectos producidos en el cuerpo, los comportamientos y las relaciones sociales. De entre estas tecnologías, destacan los medios de comunicación, que como se ha señalado, dominan el sistema de representación social del deporte. Y este sistema, inherentemente, reproduce las exigencias culturales de género al momento de representar al deporte femenino.

### **2.2.3. - La ¿presencia? del deporte femenino en los medios.**

Para entender esta notoria disparidad hay que analizar cómo en el proceso de espectacularización mediática del deporte, las mujeres fueron y siguen siendo ignoradas. Habría que empezar señalando que el deporte femenino no se institucionalizó a la par que el deporte varonil; casi ninguna organización deportiva moderna contempló en sus inicios la participación de mujeres. Por lo tanto, los organismos femeninos no fueron reconocidos y avalados por las federaciones hasta muchos años después de su creación, lo que ha provocado que la incorporación de este sector haya sido lenta.

Esta incorporación tardía se ha dado sobre todo en disciplinas de clara tradición masculina (fútbol, fútbol americano, box, automovilismo) en lo cuales todavía en la década de los noventa estaba vetada la participación femenina. A pesar de que en los últimos años ha ocurrido un notable incremento de mujeres que practican esos deportes, los varones no lo han hecho en igual medida en las actividades consideradas femeninas (por ejemplo, nado sincronizado o gimnasia artística). Así que en definitiva siguen existiendo deportes “de hombres” y “de mujeres”. Las consecuencias de la lenta incorporación del sector femenino al deporte federado son muy amplias: un menor número de mujeres participando en ciertos rubros, un menor reconocimiento institucional

Reflejado en los apoyos y en los premios oficiales, un menor avance en los sistemas de entrenamiento e infraestructura para el deporte femenino, etc. Este desarrollo dispar ha representado ante todo una segregación, cuya más clara manifestación se da en la separación por ramas de acuerdo al género.

Justamente, la división de géneros en las competencias deportivas constituye una de las discusiones más álgidas de este ámbito. Tamburrini (1999) explica que la segregación sexual en el deporte se encuentra sustentada desde posiciones ideológicas radicalmente diversas: tanto los analistas conservadores como ciertos sectores feministas se oponen a la idea de competencias deportivas mixtas. De un lado, el argumento conservador afirma que las competencias

deportivas mixtas resultan perjudiciales para las mujeres, debido a la idea de la desventaja biológica de éstas y la “desfeminización”. Del otro lado, la argumentación feminista sostiene que la abolición de división por ramas anula el deporte femenino como tal: al transitar a las competencias mixtas, las atletas se colocan en desventaja a la hora de la distribución de premios y reconocimientos, ya que el canon a igualar es el deporte varonil. Más que una integración de ambos géneros en una misma rama, lo que sucede es que la rama femenil es absorbida, quedándose sin un espacio propio.

La contrapropuesta de esta división, también feminista, sostiene que conservar la segregación sexual mantiene el monopolio masculino sobre el poder (y en especial, sobre el poder físico, lo que en opinión de algunos sectores dificulta la abolición de prácticas abusivas). Esto es, dado el desarrollo dispar, siguen siendo los hombres quienes acceden a los mejores premios, reconocimientos y oportunidades; lo cual implica que aunque las mujeres tengan mayores logros, su valoración sea inferior. Desde esta posición, la propuesta es implementar el modelo de dobles mixtos vigente en el tenis en otros deportes; por ejemplo, con la formación de equipos de fútbol compuestos por hombres y mujeres.

Sin intentar resolver esta discusión, hay por lo menos dos puntos que vale la pena recalcar en ambas posiciones: uno, la dificultad de implementar un carácter mixto en el ámbito competitivo; y dos, la dificultad de mantener un espacio deportivo propio que al final no termine marginado. Para empezar, es necesario reconocer que en ciertas disciplinas deportivas existen grandes diferencias en el rendimiento de un género y otro las cuales se deben considerar para garantizar la igualdad en las condiciones de competencia. Lo anterior no significa que se acepte la supuesta inferioridad biológica de la mujer; lo que se admite es que no resulta fácil borrar las brechas existentes que no tienen que ver con capacidad y sí con posibilidades reales de desarrollo.

Es decir, la integración de las ramas debe abordarse con una perspectiva que considere las discrepancias tanto en función al cuerpo como a la evolución del acceso de ambos géneros al deporte. Eliminar la división cumpliría con la exigencia de equidad genérica, pero este carácter mixto tendría que

implementarse desde temprana edad para generar realmente una igualdad en materia del ejercicio físico aplicado al cuerpo. En tanto, se puede sostener la separación de ramas, buscando la generación de incentivos, patrocinios, presencia mediática y oportunidades que sean equitativas.

Pero esto último resulta complicado cuando en las decisiones del ámbito deportivo no participan las mujeres. Desde siempre, ha existido una ausencia femenina en funciones clave como la dirección técnica, el capitaneado, la gestión. Las razones son las mismas: la falta de tiempo, motivación y oportunidades dificultan que las mujeres puedan asumir las posiciones de liderazgo. Bajo la concepción de que no pueden (ni deben) realizar los mismos esfuerzos y obtener los mismos réditos que los hombres, se les cierran los caminos: si no “rinden” lo mismo en lo físico tampoco “rendirán” en la gestión (Antúnez, 2000, Gallego y Estebananz, 2006). A esto se suma el hecho de que al querer alcanzar condiciones de igualdad con los varones, se ha entregado la dirección del deporte femenino a los mismos para poder emular sus logros. Entonces, sólo los hombres pueden hacer “campeones” y por ende, sólo ellos pueden llevar el mando.

De todos modos, el acceso femenino a los puestos de decisión no garantiza por sí mismo ninguna transformación. En parte, esto se debe a que a medida que hay más mujeres cerca de los lugares de decisión, se encuentran más alejadas del propio género, pues adoptan el discurso masculino de dominación que supone la tenencia de poder (Antúnez, 2000). De igual forma, aquéllas que incursionan desde la perspectiva de la equidad de género, habitualmente trabajan de manera aislada, por lo que difícilmente pueden discutir estrategias y planes mancomunados con todos los intereses deportivos; por lo tanto, resulta complicado influir significativamente en la toma de decisiones. De ahí que generar condiciones de equidad parezca una tarea imposible cuando institucionalmente existen pocas vías para el desarrollo del deporte femenino. Y esto resulta definitivo para la cuestión de la profesionalización.

Si la incorporación de las mujeres al deporte es reciente, la profesionalización es aún más. Apenas hasta hace algunas décadas que se comenzaron a repartir premios en la rama femenil de ciertas disciplinas. Tradicionalmente, el deporte no ha constituido para las mujeres una forma de

ganarse la vida. Por lo tanto, la mayor parte de la actividad deportiva profesional ha sido y aún es varonil: el deporte practicado por mujeres no se considera una profesión. Aunque un gran número de éstas lo practiquen, una buena cantidad de deportes (irónicamente, los que mejor pagan a sus profesionales varones) no cuentan con una rama femenil profesional.

El sostenimiento de las deportistas oscila entre el ámbito del alto rendimiento (subsidiado por el gobierno) y el ámbito universitario (subsidiado por las escuelas). Lo anterior genera una *semiprofesionalización* que a su vez constituye la zancadilla que impide el acceso al nivel profesional. Es decir, la falta de apoyo, reconocimiento y oportunidades es un motivo por el cual las atletas abandonan prematuramente el deporte o recurren a otros medios de ingreso económico, sacrificando tiempo y dedicación para la práctica deportiva; lo cual repercute en su rendimiento y las aleja de las becas y subvenciones. En consecuencia, surge la percepción de una falta de rentabilidad del deporte femenil (la inversión será a la larga una pérdida, porque las mujeres tarde o temprano abandonarían la práctica deportiva) que invariablemente limita los medios de financiamiento.

Esto último está fuertemente ligado al ámbito de la *comercialización*, donde las dinámicas de publicidad, difusión y promoción de eventos se establecen con criterios dispares (y por demás discriminatorios). El patrocinio y apoyo a eventos depende de qué tan atractivo resulte para el público y qué tan espectacular resulte para los medios, pero además de si los participantes son hombres o son mujeres. Estas consideraciones repercuten primeramente, en las remuneraciones económicas de las deportistas: el salario, los premios, los bonos de los atletas son tremendamente desiguales dependiendo del género. La idea es que si los hombres juegan, corren o pegan “mejor” que las mujeres, deben ganar más. Esta tendencia es por demás evidente: según el informe anual de la revista “*Forbes*”, entre los 100 deportistas mejor pagados no hay ninguna mujer.

En segundo lugar, provocan una difusión diferenciada: el conocimiento público de los eventos, competencias y torneos se refiere, en su mayoría, al deporte varonil, pues éste recibe una mayor promoción por ser considerado “más

competitivo”. A su vez, lo anterior tiene influencia en el desinterés de los patrocinadores por los deportes practicados por mujeres: si éstos no son espectaculares y no hay un público numeroso que lo siga, no vale la pena invertir en él. Y esto, finalmente, mantiene una marginación: al negarles la posibilidad de acceder a los patrocinios, las mujeres son enclaustradas en los espacios tradicionales (Murcia y Jaramillo, 2001) donde no pueden acceder a la profesionalización, ni alcanzar un rendimiento superior a pesar de sus capacidades, ni tener una mayor difusión que incremente su popularidad.

Todo esto provoca que la configuración mediática del deporte femenino adquiera matices muy específicos. Ya en el primer capítulo de esta tesis se mencionaba que los medios de comunicación presentan a las audiencias los escenarios, los temas, y los personajes que creen significativos en cada sociedad, ya sea por razones económicas, políticas o sociales, contribuyendo a perpetuar el orden social establecido; lo que en opinión de Jorge Alonso (2004, p. 14) asfixia la posibilidad de una realidad múltiple y diversa que existe fuera de ellos. En este sentido, los estudios de las representaciones de género en los medios de comunicación han arrojado argumentos suficientes para poder afirmar que los hombres reciben no una valoración diferente sino superior a las mujeres (Bach, 2000, p. 45), reproduciendo el orden patriarcal. En el caso del deporte, a pesar de que cada vez es más común ver a las atletas dentro de los medios, esto no ha significado una transformación en las representaciones de las mismas, lo cual ha generado una *cobertura desigual* por dos vertientes: la *invisibilización* y la *representación estereotipada*.

De acuerdo al Monitoreo Global de Medios del 2005 (WACC, 2006), las mujeres están presentes en sólo 10 % de las noticias que se generan en todo el mundo. Sus voces y puntos de vista tienen una presencia marginal en los medios, generalmente reforzando los estereotipos de género y negando su participación en otras áreas, como por ejemplo, el deporte. La mayoría de los espacios deportivos, ya sea en prensa, radio o televisión, están dedicados al deporte varonil, especialmente al fútbol (Bach, p. 24). Éste ocupa las notas principales, mientras que la información del deporte femenino se le subordina: si sobra tiempo y espacio, se habla de las mujeres, aun cuando el esfuerzo y el resultado sea el mismo (o lo supere). “En la sección de deportes, si los lectores quieren conocer los resultados femeninos de una disciplina deportiva, seguramente los

encontrarán hasta las últimas líneas, en las últimas páginas de la sección” (p. 36); y los encontrarán más como una anécdota que como un hecho noticioso: los éxitos deportivos de las mujeres no tienen ni remotamente la misma resonancia que aquellos de los hombres.

Según un estudio de la *Amateur Athletic Foundation of Los Angeles* (Duncan y Messner, 2005, p. 3), el porcentaje cuantitativo de la cobertura del deporte femenino mantiene los niveles disímiles que ha mantenido desde inicios de la década de los 90; el tiempo aire del deporte varonil alcanza más del 90 % mientras que las mujeres únicamente logran un 6.3 % de la cobertura deportiva. Y todavía este pequeño porcentaje tiene sus matices: por lo general, las mujeres no son citadas ni aparecen en entrevista; tan sólo se mencionan sus resultados de manera muy breve. En tanto, a los hombres, sean entrenadores, jugadores o gestores, se les deja expresarse en sus propias palabras (Ólafsson, 2006, p. 48). Asimismo, la poca presencia del deporte femenino está por lo general referida a atletas individuales; los deportes en equipo existen solamente para ellos (p. 85).

A la *subordinación* se le añade la *sobrerrepresentación*: las mujeres deportistas no se nombran por estar incluidas en los hombres. Ya sea por la economía de palabras o por la utilización del genérico masculino, los medios tienden a suponer la presencia femenina integrada a la referencia masculina (Bach 2000; Gallego, 2002; Alonso, 2004, Ólafsson, 2006). Entonces, en el mundo del deporte únicamente existen *los* jugadores, *los* atletas, *los* campeones; y *algunas* mujeres existen *en* ellos. Esta cuestión, que a muchos les parece absurda por repetitiva y que se ha prestado a múltiples ridiculizaciones, en realidad es un factor primordial por el cual las mujeres se hacen invisibles en los medios de comunicación. Por lo tanto, ya sea por subordinación o por obviedad, la actuación femenina en la sección deportiva se vuelve invisible: la palabra que define mejor la situación del deporte femenino en los medios de comunicación es la *ausencia*.

Parte de ésta se debe a la tardía incorporación de las mujeres al mundo de lo público, que provoca una menor representación en las esferas de poder (político, económico, cultural, social); lo cual no se corresponde con el real

protagonismo femenino en la sociedad (Bach, 2000, p. 25). Es decir, a pesar del significativo crecimiento del deporte femenino, la relación de mujeres representadas en los medios no es proporcional con las mujeres que en la vida real participan en este ámbito (aunque en ambos casos padezcan de discriminación). Lo anterior tiene el efecto de disminuir la presencia de las mujeres en el deporte, escondiendo su avance. El orden de género establece la percepción de que los deportes femeninos no forman parte del ámbito profesional, no resultan atractivos para el público ni para los patrocinadores; por lo cual, tanto directivos como periodistas muestran un nulo interés en su cobertura.

A esta escasa presencia se suma la otra dimensión de la cobertura desigual: *la representación por estereotipos*. Como se ha visto, la vida de los hombres y las mujeres no se examina ni se construye bajo la misma mirada. Las noticias deportivas acerca de las mujeres no se refieren a su actividad profesional sino a aspectos que no tienen nada que ver con la práctica del deporte (p. 95). Según algunos trabajos, los medios tienden a minimizar las actuaciones de las deportistas al no darles el mismo énfasis que a los atletas varones; mientras que para comentar las actuaciones de éstos se usan calificativos relacionados con la fuerza y el control, para el caso de las mujeres se aplican calificativos que hacen referencia a la ausencia de estos atributos; es decir, se descalifican (Gallego, 2002, p.396; Bach, 2000, p.38).

En el peor de los casos, esta descalificación se presta para la representación del deporte practicado por mujeres como un *seudo deporte*: sus actuaciones son cómicas, extrañas o propicias para el *vouyerismo* sexual (Duncan y Messner, 2005, p. 1; Ólafsson, 2006, p.16). Esto último genera un lenguaje sexista, definido como las palabras, frases y expresiones que diferencian a los géneros excluyendo, trivializando o disminuyendo a alguno de ellos (Parks y Robertson, 2000). Este lenguaje resulta difícil de reconocer o de asumirse como discriminatorio precisamente porque el deporte está articulado como un espacio simbólico para la superioridad masculina, lo que implica una desvalorización de lo femenino.

Así, las mujeres únicamente se reconocen en la medida que reproducen los rasgos de alguna representación estereotipada: a) confinadas al *rol doméstico*; b) transformadas en *objeto estético*; o c) estigmatizadas con *características varoniles*. Desde Fanny Blankers-Koehn, apodada “el ama de casa voladora”, la sociedad condicionó a las mujeres deportistas a no descuidar su papel tradicional. De esta forma, si las deportistas de verdad quieren ser un “ejemplo” para la sociedad, deben además ser excelentes madres, dedicadas amas de casa y amorosas esposas; su verdadero mérito no está en triunfar en el deporte, sino “a pesar” de esto, en no desatender su “rol principal”. Es decir, por extensión de este papel “femenino”, la cobertura de las deportistas se relaciona con información sobre su familia, sus cuidados de belleza, su hogar. Esto, más que negativo, resulta discriminatorio porque este tipo de condiciones no se les imponen a los hombres; entonces, la dimensión de la actividad deportiva femenil se reduce a la comprensión de la esfera doméstica.

En relación a la representación de las deportistas como objeto estético, Bach (2000, p 49) comenta que los medios han fomentado la idealización del cuerpo humano, tanto masculino como femenino. La insistente transmisión de imágenes con cuerpos esbeltos (en mujeres) o musculosos (en hombres) ha repercutido en la manera como se presentan las deportistas: son vistas como mujeres cuyo principal mérito es la belleza, relegando su importancia informativa a segundo plano (Gallego, 2002, p. 383). De este modo, la imagen de las modelos, actrices y artistas, que tradicionalmente han sido signos de “estética”, hoy se ha extendido al ámbito deportivo.

Esta imagen ha provocado que el “ideal” de una deportista lo constituya una mujer que además de (o aun sin) méritos deportivos, tenga también buena presencia, un cuerpo escultural, un rostro agradable y el indispensable “carisma” para modelar, anunciar un cereal, o aparecer en la portada de alguna revista como parte del fenómeno del *sporno*<sup>2</sup>. Así que la proyección del deporte femenil en los

---

<sup>2</sup> Del inglés *sport* y *porno*, en alusión a la propagación en los medios de imágenes eróticas de deportistas famosos.

*mass media* promueve un estereotipo en el cual el cuerpo de las deportistas solamente es un objeto estético; se muestra condicionado a la vestimenta que destaca las formas femeninas, al maquillaje e incluso a los sentimientos estereotipados de dulzura y gracilidad; sin estos rasgos, el deporte femenino aparece poco.

Los casos más notorios se han dado en disciplinas como el tenis o el voleibol, en los que se ha impuesto un vestuario más “atractivo” para los fines mediáticos (Ólafsson, 2006, p. 78). Esta se ha convertido en la razón por la que se incluyen mujeres en la información deportiva: para atraer al público. En tanto sean bellas, las deportistas (se) venden. Una gran cantidad de revistas y programas incluyen imágenes de mujeres, no para dar a conocer su vida o su historia, sino como ilustración para el público masculino (Duncan y Messner, 2005, p. 16). Los productores asumen que la audiencia deportiva está compuesta exclusivamente por hombres heterosexuales que no quieren saber mucho acerca del deporte femenino pero que disfrutan de las mujeres que aparecen en este segmento (Ólafsson, 2006, p. 21). Y como “la que no enseña no vende, la que no es cosa, no la ven” (Lagarde, 1999, p. 64), muchas atletas tienen que ingresar en esta dinámica: enseñar se convierte en el recurso más eficaz para acceder a los patrocinios.

Entonces, como chicas sensuales, porristas o modelos de bikini, las imágenes abundan; pero como deportistas siguen estando ausentes. Y lo siguen estando porque las mujeres fuertes, competitivas y decididas (como son la mayoría de las atletas) constituyen una amenaza para el paradigma de la masculinidad hegemónica (Duncan y Messner, 2005, p. 22). Para contrarrestar esta amenaza, la industria de belleza, que solía abarcar exclusivamente el área de maquillaje y tratamientos para el cuerpo, ha encontrado en el deporte un mercado inexplorado que le permite lanzar un sinnúmero de productos que *deben* acompañar la actividad física. Desde alimentos bajos en calorías, medicamentos para adelgazar, vitaminas, aparatos y ropa atlética, la práctica deportiva femenil se ha orientado a producir mujeres bellas, delgadas, jóvenes, objetos de un consumo tanto mediático como mercantil.

A decir de Mc Phail (1997), estos dos tipos de representaciones resultan contradictorios; se espera que las mujeres sean delgadas, atractivas, exitosas, pero al mismo tiempo deben preservar los roles femeninos tradicionales como la maternidad, el cuidado del marido, del hogar y de los hijos. Más que contradictorios, se podría decir que son reiterativos: “la representación de lo femenino, codificada en roles, constituye un mecanismo de perpetuación del confinamiento de las mujeres a la esfera de lo privado” (Jorge Alonso 2004, p. 60-61). Como ama de casa o como objeto estético, la mujer deportista no se valora por lo que *es*, sino por lo que *no deja* de ser.

De ahí que cuando las mujeres no reproduzcan estos estereotipos, se representen precisamente por lo que *no son*: individuos del género masculino. Al asociarlas a rasgos varoniles, el mérito de estas atletas pierde valor; si alguna destaca es justamente porque “juega como hombre”, “golpea como hombre”, “corre como hombre”. El éxito, pues, no es algo propio del género femenino. Esta estigmatización masculina, si bien supone una asimilación a los varones, no implica un tratamiento mediático igual al que reciben ellos: en realidad, constituye una representación negativa, pues tiende al sensacionalismo. Esto es, el hecho de que ellas hagan las cosas “como hombres” las convierte en extrañas al orden social, asociándose comúnmente con la homosexualidad. Por esta razón, suele existir un interés desmesurado por cuestionar sus preferencias sexuales y resaltar sus pocos atributos físicos “femeninos” (Bach, 2000, p.96).

La insistencia de los medios ante este aspecto resulta desigual, pues las preferencias eróticas de los hombres no son tema de conversación. De hecho, en tanto que la homosexualidad masculina constituye un tabú en el ámbito del deporte, la homosexualidad femenina se convierte en un elemento mediático que resulta aprovechable por su tinte sensacionalista (y por lo tanto vendible). En este sentido, la masculinización borra la actuación deportiva de las mujeres y la convierte en nota de escándalo. Esto, que según el Monitoreo de Medios de CIMAC 2006 es común en el tratamiento de los medios respecto a la participación femenina en todos los espacios públicos, difícilmente permite concebirlas como agentes sociales.

Por lo tanto, los medios de comunicación limitan la posibilidad de una representación del deporte femenino donde lo que se valore sea justamente la capacidad deportiva. Lo anterior resulta incongruente si se considera el aumento progresivo de mujeres que se ha registrado en la práctica, en las competencias y especialmente, en el trabajo periodístico dentro del ámbito deportivo. Como señala Lagarde (1999, p. 25) a pesar de que actualmente hay una gran cantidad de mujeres trabajando en los medios, muchas de ellas están identificadas con el orden dominante de género, pues estas instituciones lo han reproducido tanto en los mensajes como en su misma estructura organizativa: las mujeres *de* los medios padecen de la misma situación de discriminación que las mujeres *en* los medios.

El caso del deporte es de los más ilustrativos. Al igual que en las canchas, un buen número de mujeres han incursionado al ámbito del periodismo deportivo; no obstante, las condiciones tampoco han sido fáciles. Por un lado, han debido ejercer en un espacio desarrollado por los hombres, en deportes practicados por hombres, y en una fuente periodística que les ha pertenecido a los hombres. Durante muchos años, se les negó la oportunidad de ser reporteras porque no podían estar en los vestidores para entrevistar a los jugadores.

Asimismo, se les ha negado la profesión de comentarista deportivo, sumamente masculinizada, por considerarlas incapaces de entender, narrar y comentar con eficiencia una disciplina como el fútbol americano, el boxeo o el automovilismo. Para que a alguna se le permita salir a cuadro, tiene que ostentar los mismos rasgos estéticos y cumplir la misma función embellecedora que se exige a las deportistas para ser mostradas. Además, contrario a los varones que pueden pronunciar mal un nombre o dar un dato equivocado, las mujeres no pueden cometer semejante error porque las consecuencias de sus faltas son magnificadas: la ineficacia de una se convierte en el desprestigio colectivo del género (Lagarde, 1999, p.37).

A esto se añade la imposibilidad de acceder a los puestos de decisión. De acuerdo con Byerly y Ross, (citados en Vega, 2007), la participación de las mujeres en éstos alcanza un 25 %, aunque menos del 10% se encuentra en mandos directivos; es decir, el campo de influencia de las mujeres en los medios sigue siendo mínimo. El deporte mediático es así el mejor ejemplo de la

dominación masculina, formando un triángulo en que *los* atletas, editores y patrocinadores varones son los agentes centrales de poder (Ólafsson, 2006, p.15).

Por estas razones, resulta poco probable que se refleje la realidad de un sector que no participa en la creación de las imágenes. Ésta es la pregunta que Alonso (2004) se hace: ¿cómo puede un medio masculino ser un mensaje femenino? Y en el caso de este trabajo, la pregunta se amplía: ¿Cómo puede un medio masculino, con referencia a un espacio masculino, nombrar lo *femenino*? La respuesta a la que apelan varias autoras es introducir la *perspectiva de género* a través de aquéllas que en su labor de reporteras, conductoras, guionistas o productoras constituyen una punta de lanza para abrir el espacio que Lagarde (1999, p. 25) califica como el más difícil y caro de todos los espacios políticos. Sin embargo, esta misma autora reconoce que las profesionales de los medios han sido de los sectores más difíciles de incorporar a la perspectiva de género, lo cual obedece en gran parte a que la cultura profesional periodística se ha construido sobre un sólido *principio de neutralidad* en el cual las cuestiones relativas al género no tienen cabida (Gallego, 2002, pp. 365- 372).

Por eso, a pesar de que ser periodista no puede significar ser totalmente neutral (ni para hombres ni para mujeres) se forja un potente mecanismo que “expulsa de la escena informativa muchos aspectos de la realidad y modela los asuntos a tratar según las competencias vitales del grupo dominante” (p. 389). A este mecanismo se le conoce como *la deslegitimación de las cuestiones de género*. Por un lado, como ocurre con las gestoras deportivas, muchas profesionales de los medios han adoptado la voz de varones; en el otro, como no se sienten legitimadas ni autorizadas para comunicar desde su ser mujeres, solamente pueden hacerlo si se amparan a la supuesta neutralidad del discurso periodístico (que en realidad, reproduce el orden masculino dominante). Entonces, hablar de género, de diferencias, de discriminación es romper esa neutralidad y remarcar la subordinación.

El fondo de todo esto es que el orden dominante de género provoca que las diferencias y desigualdades resulten difíciles de asumir y aceptar. Así, aunque la realidad de las mujeres (y en ella, la visión que éstas poseen de su entorno) ha cambiado, aún no se proyecta en una renovación significativa de las imágenes femeninas en los medios de comunicación (Alonso, 2004, p.63). Y esto

contribuye a la continuidad de un imaginario de lo femenino sometido a un dominio masculino.

El panorama entonces (no sólo para el caso del deporte femenino, sino para la situación de las mujeres en general) sigue mostrando una subordinación que comúnmente se disfraza. La incursión de las mujeres en espacios demarcados, conformados y caracterizados por la masculinidad (como las canchas de fútbol, el *ring* de boxeo, el ejército, los recintos legislativos) se muestran como esferas de reivindicación pero acaban siendo extensiones del orden patriarcal; lo femenino existe bajo la mirada de lo masculino:

“Por supuesto que las mujeres sienten atracción por los espacios que nunca han ocupado, y en los que siempre han sido espectadoras, no han tenido la experiencia de estar en un equipo vistiendo una misma camiseta, reconociéndose a sí mismas y a otras como capaces. Sin embargo, esta experiencia sólo sirve a los hombres para corroborar el discurso moderno de la igualdad. Estas conquistas travestidas, validan la cultura de los varones, subsumiendo a las mujeres aún más en ella” (Pisano, 2006).

Es decir, existe un riesgo latente que radica en imitar la cultura masculina que es, ante todo, una cultura de dominio. Y es lo que sucede en muchas disciplinas deportivas: las mujeres adoptan el sistema de entrenamiento varonil, en el cual, la rudeza, la agresividad y la superioridad se convierten en el principal objetivo: para incursionar en los deportes de “hombres” hay que entrenar en el sistema creado por los hombres, un sistema abrumador, intolerante y aplastante. *Ganar significa poder para dominar.*

Pero en este panorama existe también la posibilidad de que en el tránsito por estos escenarios, las mujeres construyan para sí una estructura de oportunidades. En el caso del deporte, éste se puede constituir como un lugar donde las mujeres obtengan beneficios físicos, mentales y sociales. Está más que comprobado que la práctica de un deporte mejora la condición física, reduce el riesgo de enfermedades crónicas y permite un estado óptimo de salud.

Más allá de los beneficios para la salud, el deporte también permite reforzar la autoestima, el sentido de pertenencia y las capacidades individuales. Se ha demostrado que las deportistas gozan de una mayor autovaloración, presentan tasas más bajas de depresión y tienen una mejor imagen corporal; lo cual contribuye a acrecentar el sentimiento de pertenencia de su cuerpo y su sexualidad. Además, la práctica de un deporte brinda al género femenino el acceso a espacios donde pueden reunirse, asimilar el concepto del trabajo en equipo, aprender a concebirse como elementos de un grupo: a ser parte de algo más.

Y por último, por medio del deporte se adquieren habilidades de negociación, competencia y responsabilidad; se desarrolla una mayor tenacidad y resistencia; se facilita la incursión en diferentes actividades y se estimula la asunción de posiciones de liderazgo sin temor a competir. En resumen, la actividad deportiva se articula como un espacio fundamental para la adquisición femenina de poder; es decir, un espacio de *empoderamiento*. Su incursión en este ámbito masculino no cuestiona solamente la organización de la sociedad, sino que exige transformarla para expresar nuevos significados.

Si analizamos de manera concreta el desarrollo del deporte femenino encontraremos expuestos muchos de los planteamientos de este capítulo. En efecto, la historia del deporte refleja todas las condicionantes de género, pero también muestra la búsqueda de una transformación que si bien ha sido fructífera en algunos aspectos, en otros permanece renuente. Los datos revelan importantes cambios en rubros como la participación en eventos oficiales o el monto de estímulos económicos, pero hay información que no está cifrada y que habla de que para una buena parte de la sociedad, los deportes siguen siendo “cosa de hombres”.

# CAPÍTULO 3.

## UNA VIDA DE LA PATADA: FÚTBOL FEMENIL.

La intención de esta tercera parte es revisar el contexto del fútbol femenino como parte del ámbito deportivo que desde hace más de veinte años ha visto la incursión de *las mujeres a las canchas*. Por esta razón, el primer apartado explora *los terrenos* en los cuales se ha desarrollado el *deporte femenino* tanto a nivel internacional como nacional. Una vez detallado este panorama, se pretende visualizar cómo el fútbol varonil se ha convertido en *el rey de los deportes mediáticos* para después contrastarlo con la situación del fútbol femenino. Finalmente, se aterriza en el *caso mexicano* donde el balompié jugado por mujeres ha presentado una serie de complicaciones que amén de dificultar su avance, repercuten enormemente en sus representaciones mediáticas.

### **3.1.-. Los terrenos de juego femeninos.**

#### **3.1.1- Mujeres en el deporte: una historia de retos.**

Durante las últimas décadas, el deporte femenino ha evolucionado de manera considerable: desde el aumento de mujeres incorporadas a la práctica deportiva hasta la creación de ligas y competencias profesionales de la rama femenil, la conquista de espacios es innegable; aunque en ocasiones (en muchas ocasiones) poco evidente. Ciertamente es que importantes figuras del deporte femenino como Mildred Dridikson, Fanny Blankers Koehn o Elizabeth Robinson nunca hubieran pensado en tener la popularidad, el apoyo y la notoriedad que hoy gozan atletas como Serena Williams, Marion Jones o Maria Sharapova. Pero también es cierto que este reconocimiento, mermado aún por las construcciones de género, es resultado del esfuerzo de un buen número de mujeres que a lo largo de muchos años han librado arduas batallas en el terreno de los recursos, las políticas y las estrategias.

En este rubro, la cruzada por el deporte femenino comparte el origen de la mayoría de los movimientos feministas: la lucha por la consecución de los derechos de las mujeres a finales del siglo XVIII y principios del XIX. Aunque la revolución francesa y las demás revoluciones liberales burguesas planteaban la necesidad de la igualdad jurídica, la libertad y los derechos políticos, estas conquistas no incluían al género femenino. Ante esta contradicción, surgen los primeros intentos en la búsqueda de la igualdad, en especial en el derecho al voto, la eliminación de la discriminación, el acceso a la educación y al trabajo remunerado (Nash y Tavera, 1995, p. 58). Esto no debe entenderse en el sentido de que ésa fuese la única reivindicación buscada; en general, las sufragistas luchaban por la igualdad en todos los terrenos apelando a la auténtica universalización de los valores democráticos y liberales. Y uno de estos terrenos lo constituía, en efecto, el deporte.

Históricamente, se ha señalado que las culturas antiguas permitían la participación de la población en prácticas de carácter lúdico, pero ésta no estaba abierta a la población femenina. Más adelante, durante la edad media, la actividad de las mujeres no quedó registrada (Gallo Cadavid, 2006); lo cual puede obedecer a dos razones: la nulidad que se le otorgaba a la presencia femenina en la vida social, que no permitía su visibilidad en ningún registro de la época (Scott, 1990, p.39), y el poco desarrollo del deporte en forma estructurada. Para las fechas que el deporte organizado fue adquiriendo mayor notoriedad, la participación femenina seguía siendo limitada: de hecho, el deporte moderno surgió, se organizó, se desarrolló y se difundió como una práctica exclusivamente masculina. No obstante, esta situación empezó a modificarse desde finales del siglo XIX y durante todo el siglo XX, a partir del acceso de la población femenina a la mano de obra y al ámbito laboral (acceso originado por la Primera Guerra Mundial y propulsado por obra de los movimientos sufragistas). Estos cambios erosionaron las bases tradicionales de los privilegios de los varones, lo que permitió la entrada a campos antes vetados para el género femenino (Elías y Dunning, 1994, p. 259).

En particular, los primeros indicios de la incorporación de las mujeres a la práctica deportiva se dieron en ciertas modalidades consideradas femeninas (patinaje, tenis, esquí). Pese a esto, para la celebración de los primeros juegos olímpicos en el año de 1896, el sector femenino fue completamente ignorado. Sin embargo, ante su persistencia y a manera de mera concesión, se permitió su inclusión en las disciplinas de golf y tenis en los juegos de París en 1900, se añadió la prueba de tiro con arco en la olimpiada de 1904 y para la olimpiada de 1908, se incluyó la competencia de vela y de patinaje artístico.

Con todo, la lucha del acceso de las mujeres a las competiciones oficiales empezó a adquirir mayor fuerza, especialmente en Europa, debido en gran parte a los esfuerzos de la francesa Alice Melliat<sup>1</sup>. En 1917, Melliat fundó la Federación

---

<sup>1</sup> Atletas y remera, primera mujer en obtener el diploma de remeros de larga distancia.

de Sociedades Femeninas de Francia (FFSF) y más tarde, en 1921, dio origen a la Federación Internacional Deportiva Femenina (FIDF), ambos organismos a manera de réplica y protesta por la exclusión femenina de las pruebas de atletismo de la justa olímpica. La FIDF organizó en el año de su creación los primeros Juegos Mundiales Femeninos en París, con la participación de atletas de cinco países; para la segunda edición de estos juegos, efectuada en Gotemburgo en 1926, la asistencia se incrementó a 300 mujeres representantes de 7 países.

En respuesta a la creciente popularidad del evento, el Comité Olímpico decidió incluir cinco pruebas de atletismo femenino en la olimpiada de Ámsterdam en 1928, a la vez que firmó un acuerdo con la Federación Internacional de Atletismo para garantizar una mayor participación en la competencia olímpica. A partir de este momento, la incorporación de las mujeres al deporte se fue dando de manera lenta pero con paso firme, acelerándose a partir de las últimas décadas por dos razones: la mayor difusión a través de los medios y la consolidación del sector femenino en diferentes ámbitos.

Esto originó el surgimiento de las primeras figuras del deporte femenino, lo que sin duda abrió camino para que hoy en día el número de mujeres que participan en esta actividad sea mucho mayor; es decir, a partir de que se hizo más común ver a las deportistas en los medios, también lo fue verlas en los espacios cotidianos. Estos dos factores contribuyeron indudablemente a la organización de un movimiento político del deporte femenino, que con acciones concretas entró al “terreno de juego” para trabajar por la generación de equidad.

### **3.1.2. - Mujeres por el deporte: un trabajo con retos.**

Así como la batalla por el deporte femenino se ha llevado a cabo en las pistas, en las canchas y en las duelas de combate, también han existido instituciones dedicadas a la promoción e impulso de esta actividad deportiva. La I Conferencia Internacional de la Mujer<sup>2</sup>, al proclamar la igualdad de derechos, oportunidades y responsabilidades para hombres y mujeres, marcó la pauta para

---

<sup>2</sup> Celebrada en México, DF, en 1975.

nuevas acciones políticas en la búsqueda del desarrollo integral del género femenino.

Las luchas feministas de los años 70 y 80 lograron un importante avance en los intentos de otorgar igualdad de oportunidades: con la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés), aprobada por la ONU en 1979, y la Carta Internacional de la Educación Física y el Deporte, aprobada por la UNESCO en 1980, se consiguió la garantía jurídica del derecho de las mujeres al deporte.

No obstante, se puede decir que es con la celebración de la Primera Conferencia Internacional sobre la Mujer y el Deporte<sup>3</sup> que estos esfuerzos institucionales cobraron un fuerte impulso. En ésta, realizada conjuntamente por el *British Sports Council* y el Comité Olímpico Internacional, se congregaron un total de 280 representantes de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, responsables de las políticas y decisiones del mundo deportivo.

A partir de este momento, el tema de las mujeres en el deporte se colocó sobre las principales mesas de discusión. En el mismo año de 1994 se efectuó en París el Congreso Olímpico del Centenario, en el cual se trató el tema de la mujer en el movimiento olímpico; a raíz de esto, en octubre de 1996, el Comité Olímpico Internacional organizó en Lausana la primera Conferencia Mundial sobre Mujer y Deporte. Asimismo, la Asociación Internacional de Educación Física y Deportes para Niñas y Mujeres (IAPESGW) celebró conferencias en Finlandia (1997), Estados Unidos (1999) y Egipto (2001); la Facultad de Educación Física para Jóvenes de la Universidad de Alejandría organizó la Conferencia Bienal sobre la Mujer y el Deporte en 1997, 1999 y el 2001; además, se realizó la II Conferencia Mundial del COI sobre Mujer y Deporte, la II y III Conferencia Internacional sobre la Mujer y el Deporte; y recientemente, la IV edición<sup>4</sup> de este evento que contó con la asistencia de más de 700 dirigentes deportivos representantes de 100 países.

---

<sup>3</sup> Brighton, en Inglaterra, 1994

<sup>4</sup> Paris, Francia, 200; Windhoek, Namibia, 1998; Montreal, Canadá, 2002, Kumamoto, Japón, 2006, respectivamente.

Todo esto es muestra innegable de que la influencia y recursos de dichos foros están logrando su cometido de sensibilizar acerca de la problemática del deporte femenino. Sin embargo, las condiciones de desigualdad no se han superado. Como dice Lamas “declarar que el sexo no debe contar como elemento de discriminación no borra la realidad” (2006, p. 66). A pesar de todos estos documentos y movimientos, lo cierto es que las mujeres incorporadas al deporte aún se encuentran en desventaja.

Fue apenas hasta 1976 (76 años después de la primera intervención femenina en las olimpiadas) que la participación de las mujeres alcanzó un 20 % del total, un porcentaje que revela las limitaciones permanentes. No obstante, dichas limitaciones no se problematizaron hasta los juegos de Barcelona en 1992: justo cuando Sudáfrica acaparaba la atención mundial por regresar a la justa olímpica con una delegación de atletas negros y blancos, se reveló que 35 de las delegaciones participantes no incluían mujeres. El tema se agudizó cuando una de las naciones árabes se negó a que su pancarta fuese llevada por una joven durante la ceremonia de apertura. Por esta razón, el COI creó el Comité Atlanta (posteriormente denominado Atlanta-Sydney-Atenas) para luchar contra la discriminación.

El total de equipos sin representación femenina se redujo a 26 para las olimpiadas de Atlanta, nueve en Sydney 2000, y para los juegos de Atenas, en el 2004, sólo seis países (todos musulmanes) no incluyeron representantes mujeres<sup>5</sup>. Los últimos números hablan de un 40 % de participación femenina en Atenas; números que sin duda aumentarían con la reciente disposición realizada por el Comité Olímpico Internacional, que decreta que todo nuevo deporte tiene que incluir la rama femenil para tener la posibilidad de ser incorporado al programa olímpico.

---

<sup>5</sup> Aquí vale la pena comentar que no obstante las mujeres de estos países pudieron organizar los Juegos Deportivos de las Mujeres Musulmanas, celebrados por primera vez en Teherán, en 1993.

Mayores esfuerzos se han requerido para el rubro de la gestión deportiva. Fue hasta 1981 que la Comisión Ejecutiva del COI acordó que un mínimo de 20 % de los puestos con poder de decisión en los comités olímpicos nacionales y las federaciones internacionales debería ser ocupado por mujeres antes de finales del 2005. Y esto se ha cumplido, más a fin de acatar una disposición oficial que por la conciencia de crear una situación de equidad. En efecto, la presencia de la mujer en la dirección, organización y gestión del deporte es prácticamente nula (Ibáñez, 2003; Vázquez, 2001). La mayoría de los puestos de responsabilidad dentro de las federaciones están desempeñados por hombres; el papel de las mujeres se establece en función de cumplir el porcentaje obligatorio, más allá de concederles espacios para la toma de decisiones.

Esta situación se agrava en el caso de las entrenadoras, juezas, directoras técnicas y periodistas, para las cuales no existen disposiciones oficiales que garanticen su desarrollo y que por lo tanto, dependen de la buena voluntad de los organismos a los que pertenecen, así como de su propia perseverancia.

Por eso, se señalaba que la desigualdad no implica únicamente la cuestión cuantitativa: si bien el número de mujeres que participan en la actividad deportiva ha aumentado, la discriminación ha adquirido formas sutiles como la indiferencia, la poca representación y la estigmatización.

### **3.1.3. - Mexicanas en el deporte: un permanente reto.**

Los matices que a nivel mundial presenta la situación de las mujeres en el deporte no son muy diferentes a los de nuestro país. Las deportistas mexicanas han logrado consolidarse en espacios donde figuran no sólo por su presencia, sino por sus notables resultados. Figuras como Maribel Domínguez, Ana Gabriela Guevara, Belem Guerrero, Lorena Ochoa, Iridia Salazar o Doramitzi González, por mencionar algunas, son hoy por hoy iconos del deporte mexicano. Pero además, se han convertido en el motor del deporte femenino en el país, pues su ejemplo ha inspirado a un buen número de niñas y jóvenes que buscan destacar en este campo. Así, hoy nuestro país cuenta con torneos internacionales

de golf gracias a los logros de su principal representante, que es mujer. Hoy se puede hablar de las futbolistas mexicanas que juegan en España. Hoy se puede interrumpir la programación para televisar la carrera de la máxima exponente del atletismo nacional. Y todo esto resulta revelador si se considera el difícil ayer.

Los inicios del deporte institucionalizado en México están planteados, como en todos lados, para el sector masculino de la población. De forma regular, las actividades deportivas surgen en la segunda mitad del siglo XIX, pero fue hasta la segunda década del siglo XX que el estado se involucró en la organización y promoción del deporte: la primer campaña deportiva, realizada en el año de 1917, estuvo asociada con la educación militar (CONADE- INM, 2005, p. 18). A medida que fue cambiando la situación, algunas mujeres de los sectores económicos más favorecidos se iniciaron en la práctica de disciplinas como la equitación, la esgrima, el tenis y el frontón. Sin embargo, estas deportistas no participaban en competencias oficiales; su actividad deportiva era vista como un mero pasatiempo. Conforme se fue introduciendo el deporte en las escuelas (en especial, las disciplinas de atletismo y voleibol) un mayor número de mujeres pudo acceder al mismo, aunque su representación en torneos era nula.

Debido a esto, la institucionalización del deporte femenino en nuestro país fue lenta, retrasando el establecimiento de competencias nacionales y la intervención en eventos internacionales. Así, la primera participación de mexicanas en los Juegos Olímpicos se dio hasta los juegos de Los Ángeles 1932, con la lanzadora de jabalina María Uribe Jasso y la esgrimista Eugenia Escudero; dos mujeres en una delegación compuesta por 73 deportistas.

La representación femenina nacional se mantuvo en un bajo porcentaje hasta la Olimpiada de Moscú en 1980, donde alcanzó el 20%. Hasta ese entonces, un total de 103 mexicanas habían participado en los Juegos Olímpicos y sólo dos habían conseguido subir al medallero. Esto ocurrió justo en los

emblemáticos juegos de México 68, donde se consiguieron las primeras medallas a manos de la esgrimista Pilar Roldán, con plata en florete, y la nadadora María Teresa Ramírez, con bronce en la prueba de 800 metros libre; intervino el contingente femenino más numeroso de estos años (con un total de 42 deportistas que sin embargo únicamente significaban el 14 % del total de la delegación mexicana); y la atleta Enriqueta Basilio se convirtió en la primera mujer en encender el pebetero olímpico en la historia de la competencia, aunque los ecos de este hecho fueron nulos.

Para la última edición de los juegos, la participación femenina alcanzó el 45.6 %. En las dos últimas décadas, se duplicó el número de deportistas mexicanas en relación a los primeros 50 años de participación femenina en las olimpiadas: de los Ángeles 84 a Atenas 2004, un total de 179 mujeres conformaron el representativo mexicano. Aunque únicamente se pudieron conseguir 4 medallas, la relevancia de éstas es enorme: la primera, en los juegos de Sydney 2000, fue la única medalla de oro de la delegación nacional, conquistada por la halterista Soraya Jiménez (que a su vez se convirtió en la primera deportista mexicana en obtener este metal, y también la primera mujer en ocupar la primera plana de deportes a nivel nacional); las otras tres, de manos de Belem Guerrero (plata en ciclismo), Ana Guevara (plata en atletismo) e Iridia Salazar (bronce en taekwondo), constituyen tres de las cuatro preseas obtenidas en la olimpiada de Atenas.

Si bien las estadísticas en los juegos olímpicos son un claro referente para medir la situación de las deportistas en México, lo cierto es que hay otros ejemplos que son poco visibles, mas no por ello menos valiosos. Casi no se menciona a las 33 medallistas paralímpicas que desde 1976, han acumulado 138 preseas para nuestro país. Tampoco se habla mucho de otras figuras que no participan en el olimpismo como la alpinista Karla Wheelock, la novillera Marbella Romero o Rosario Valdés, la corredora de 94 años. Todas ellas, las que

se mencionan y las que no se ven, han configurado el insuficiente pero substancial avance del deporte femenino en nuestro país.

Mientras las deportistas han progresado a base de sus innegables (aunque poco reconocidos) logros, la evolución ha sido más lenta en el renglón de los puestos directivos. Según un estudio realizado por la Comisión Nacional del Deporte (CONADE- INM, 2005) en 39 de las 72 federaciones deportivas nacionales y en los 35 organismos correspondientes a los 32 estados, el porcentaje de empleadas oscila alrededor del 32 %. No obstante, la mayoría de éstas se encuentran en puestos operativos como secretarias o asistentes, y no en posiciones de liderazgo o toma de decisiones.

De acuerdo con este documento, existen cinco hombres en puestos de presidente, vicepresidente y tesorero por cada mujer con el mismo cargo en los consejos directivos de las federaciones nacionales; cinco jueces y árbitros por cada mujer con la misma profesión; 10 secretarios por cada secretaria en funciones. En el rubro del entrenamiento la situación no es muy diferente: dentro del programa de Certificación de Entrenadores Deportivos, apenas un poco más del 20 % son mujeres.

En las otras instituciones se repite el mismo patrón. El Consejo Directivo del Sistema Nacional de Cultura Física y Deporte (SINADE) tiene dos mujeres entre los 30 representantes de organismos estatales y miembros afines, lo cual constituye el 6.6 %. De los 157 organismos que dicha institución agrupa, 27 se encuentran presididos por mujeres; de los 36 Institutos, Consejos Estatales y Entidades Deportivas y de las 75 federaciones agrupadas en el sistema, sólo diez están encabezados por las mismas.

En el caso de la Confederación Deportiva Mexicana (CODEME), del total de 11 miembros que forman el Consejo Directivo, se encuentran dos representantes femeninas con el rango de vocales. Por su parte, el Comité Olímpico Mexicano ni siquiera se ha circunscrito a cumplir con la cuota mínima señalada por el Comité Olímpico Internacional, que estipula la participación de dos mujeres en el comité ejecutivo de cada país afiliado; en la asamblea de este

mismo organismo, conformada por 128 miembros, sólo hay doce mujeres. Y dentro de la Comisión de Apelación y Arbitraje del Deporte simplemente no hay ninguna en cargos directivos.

Aunque legalmente no hay ninguna barrera para que las mujeres accedan a estos puestos, lo cierto es que al examinar la disparidad numérica se constata una profunda desigualdad: las decisiones relevantes están en manos del género masculino. Esto repercute en otra cuestión: las negociaciones y operaciones son realizadas para y por los hombres. Es decir, no se ha podido construir un espacio propio, por lo que la atención de las deportistas sigue en manos de éstos. Sólo un 2.8 % de las federaciones deportivas cuenta con un área de atención a las mujeres, un 10.5 % ofrece capacitación sobre la perspectiva de género y un 13.2 % cuenta con mecanismos para la resolución de denuncias sobre acoso sexual. Esto último resulta incongruente ya que según una investigación de Bradley (2006), más de un 70 % de los atletas han sido víctimas o conoce a deportistas que han sido víctimas de conductas de este tipo.

Quizás el rubro donde los intentos de igualdad se reflejan más ha sido el de los apoyos económicos. Dentro de los diferentes programas que maneja la misma CONADE, la participación femenina ha aumentado de manera notable. En el Programa de Desarrollo del deporte, un 40 % de los participantes son mujeres; muy similar al 42 % que integra el programa de becas para deportistas de Alto Rendimiento y el 35 % del programa de Talentos Deportivos. No obstante, estos apoyos no significan la garantía de desarrollar una carrera profesional. Algunas se ven en la necesidad de emigrar a otros países debido a la ausencia de espacios profesionales (véase el caso de Maribel Domínguez en el fútbol o Erica Gómez, en el básquetbol). Al contrario de la población masculina, ser deportista en México representa para la mujer más retos que satisfacciones.

Y sin duda, el principal reto no ha sido vencer, sino convencer. Más allá de la falta de apoyos, la discriminación y los pocos espacios, las deportistas tienen

que enfrentarse a la invalidación de su práctica. Esto resulta todavía más notorio en un deporte que en nuestro país, al igual que en muchos lugares, es literalmente el baluarte de la masculinidad: el fútbol.

### **3.2. – Fútbol femenino: más que un juego, sólo un juego.**

#### **3.2.1. - Fútbol: el rey de los deportes modernos.**

Fútbol: deporte global con una increíble capacidad de convocatoria, rodeado de una magna comercialización y difundido de manera exagerada por los medios de comunicación; nueva modalidad de la lucha y combate donde un gol anotado con la mano reivindica a todo un país y donde un clásico resume la lucha de los “de arriba” y los “de abajo”; parafernalia que se manifiesta cada cuatro años como una fiesta de colores, piernas, lenguas, álbumes de estampas, tenis revolucionarios, uniformes aerodinámicos, billetes y millones de aficionados que “viven” su intensidad; pan de cada día de cientos de niños y jóvenes que sólo esperan terminar su tarea para salir a echarse “la cascarita”; juego, cultura, espectáculo, negocio, profesión, y en opinión de algunos, hasta arte.

Negar que el fútbol sea todo eso y más sería tan absurdo como intentar definirlo como un simple deporte, sin dar cuenta de todos los elementos que en él se contienen. Esta práctica se convirtió en el mejor ejemplo de la *mundialización* incluso antes de que se acuñara el término (García Matilla, 2001, p. 58): como juego, como ejercicio o como espectáculo, es la actividad deportiva con más partidarios alrededor del orbe. Como muchos de los deportes modernos, el fútbol nace propiamente en Inglaterra, donde desde el siglo XII ya se practicaba una especie de balompié entre grupos rivales de villas, ciudades, pueblos y parroquias. Una vez que estos juegos tradicionales se institucionalizaron, la propagación del fútbol se desarrolló con rapidez en Europa y otras partes del mundo a finales del siglo XVII, gracias al equipo de difusión británico conformado por soldados, marineros, y obreros, quienes

simplemente sacaban la pelota, comenzaban a jugar e invitaban a los lugareños a seguirles.

La creciente popularidad del fútbol trajo consigo la creación de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) en el año de 1904. El desarrollo de competencias nacionales en el marco de este organismo permitió el nacimiento de uno de los grandes acontecimientos de la actualidad: los mundiales de fútbol. La primera Copa del Mundo se celebró en Uruguay en 1930, con la participación de las selecciones nacionales (varoniles, por supuesto) de trece países; la última versión del torneo, celebrado en Alemania en el 2006, contó en su fase final con 32 equipos. En menos de cien años, el fútbol se consolidó como una práctica cultural dominante (Villena, 2000) que no se podría explicar sin su relación con los medios de comunicación masiva.

Basta con analizar el evento deportivo de mayor difusión en el planeta. La última copa mundial fue una clara muestra de la consagración del fútbol como deporte global: por primera vez estuvieron representadas las 6 confederaciones que engloban a las 146 asociaciones de todos los continentes. Éstas agrupan a cerca de trescientos mil clubes en los cuales se estima que participan más de 16 millones de jugadores. Pero únicamente 11 de ellos se alzan como los mejores; el fútbol se ha erigido como el deporte que más rinde culto a sus campeones.

Esto resulta evidente en el hecho de que sus profesionales son los más conocidos, aclamados, imitados y muy bien pagados. Solamente en este mundial, el valor total de los premios fue de 215 mil millones de euros, lo que representa un aumento del 38 % respecto a la edición de Corea/ Japón en el 2002<sup>6</sup>. El equipo italiano, campeón del torneo, se llevó un premio de más de 15 millones de euros; pero incluso para las selecciones que fueron eliminadas en las

---

<sup>6</sup> Datos de la FIFA

primeras rondas, la recompensa a su esfuerzo alcanzó un valor de casi cuatro millones. Nada mal por sólo participar.

Pero, ¿qué son quince millones de euros para todo un equipo cuando un solo jugador, aunque no sea campeón, obtiene esa misma cantidad por contratos publicitarios? Según la revista “*Business Week*” (Junio, 2006), existe un buen número de futbolistas que ganan más por ser estrellas que por jugar: el jugador con mayor valor comercial es Ronaldinho, con un fichaje de más de 11 millones de euros a los que se suman 17 millones extras por contratos publicitarios; le sigue David Beckham, con más 22 millones de euros al año, 8 millones de su ficha y cerca de 15 millones de publicidad; y luego Ronaldo, que se agencia casi 23 millones de euros al año entre su salario (8 millones) y sus ingresos publicitarios (14 millones). Estos datos confirman una cosa: que el fútbol es la mercancía deportiva más comercializada (Quiroga, 1999, 2003; Gil, 2001).

Tres años antes del evento, el mundial de Alemania contaba ya con 15 patrocinadores oficiales que aportaron cerca de 700 millones de euros para su realización (sin contar con los recursos de otras empresas denominadas “proveedores oficiales”). Dichas marcas, aun siendo líderes en su ramo (“*Adidas*”, “*Coca Cola*”, “*Yahoo*”, por mencionar algunas), encontraron en este evento una manera de reforzar su posicionamiento e incrementar sus ventas. Todo, aprovechando que el fútbol es, por un mes, el tema obligado en cualquier lado.

La Copa Mundial del 2006 fue también un gigantesco acontecimiento mediático; en esta edición, participaron más emisoras que en ninguna otra. De acuerdo con Ochoa y Pereira (2006, p. XII) 120 estudios de radio y televisión fueron instalados en cerca de 20 mil metros cuadrados en el *Internacional Broadcasting Center* (IBC). Esta sede de transmisiones tuvo una inversión de 15 millones de euros para su construcción; inversión necesaria si se considera que el 70 % de los ingresos del mundial se generan por el concepto de transmisión y

retransmisión de los partidos; el 30 por ciento restante se reparte entre la publicidad (que como se ha señalado, también representa un alto porcentaje) y una mínima parte por el concepto de entradas.

Gracias a este enorme complejo de transmisiones, se logró una audiencia de 30 millones de espectadores por partido, que se alegraron o sufrieron ante el televisor durante cada uno de los 64 encuentros del certamen; una audiencia superior a la de los mismos juegos olímpicos (“*Business Week*”, junio 2006). A estos se suman los más de 9 millones de personas que se dieron cita en las sedes de los partidos, aun cuando sólo se pusieron a la venta 3 millones de entradas<sup>7</sup>; es decir, había el doble de individuos afuera de los estadios que dentro de ellos.

Con estos números, se confirma que el mundial de fútbol es el referente más difundido del deporte moderno. Entonces, por todos lo que lo juegan y todo lo que se juega, el fútbol se ha consolidado como *el* espectáculo mediático, dominando gran parte del imaginario deportivo actual. Por esta razón, como lo han señalado un número considerable de trabajos, es un espacio consagrado para la constitución, representación y resignificación de las identidades. Pero además (y quizás más que ningún otro deporte), también se ha establecido como el área privilegiada para la constitución de la subjetividad masculina (Tájer, 1998). “El fútbol es la esposa del soltero y la amante del casado” reza un dicho anónimo que esconde en el trasfondo una idea: el fútbol es una pasión *exclusiva* de los hombres, inscribiéndose como un espacio de culto a la virilidad.

La historia del fútbol, profesional y mediático, se ha erigido con base en unos cuantos jugadores a quienes, primero en el imaginario popular y después en los medios, se les ha dotado de cualidades extraordinarias. La esencia del fútbol se ejemplifica con la *espectacularidad* de Edson Arantes Do Nascimento, la *genialidad* de Diego Armando Maradona, el *coraje* de Beckenbauer, la *sagacidad* de Johan Cruyf o la *explosividad* (por llamar de otra forma a la

---

<sup>7</sup> Según datos oficiales de la FIFA.

agresividad) de Eric Cantona. Muchos nombres, todos de hombres, con los cuales (y *sólo* a través de los cuales), se representa en los medios (y fuera de ellos) al fútbol. En resumen, la esencia del fútbol es una esencia masculina.

Por lo tanto, todas estas cualidades con las que se suele caracterizar a los jugadores (la rudeza, la sagacidad, la técnica) son altamente valoradas. Incluso en el caso de aquéllos que dentro o fuera de la cancha presenten conductas problemáticas (Maradona, Cantona, Zidane), éstas se transforman en atributos ligados a su “genialidad”. Los futbolistas son los más extraordinarios deportistas; son, con mayúsculas, “los hombres”. Pisano, a propósito de la ceremonia inaugural del mundial de Francia en 1998, criticaba:

“¿qué es lo que se nos transmitió? Siendo Francia la cuna de la revolución, la libertad y depositaria de la cultura centroeuropea, aparecen en la ceremonia inaugural cuatro gigantes varones que invaden París para converger en el centro de la ciudad como *representantes* de las razas y culturas de los cuatro continentes: el indio de América, el negro de África, el rubio sajón de Europa y el oriental de Asia. Estos cuatro gigantes simbolizan a las cuatro razas del mundo, como si las razas fueran cuatro y solamente de hombres, reduciendo los matices de cada continente y velando nuevamente los matices entre hombres y mujeres. La presencia de la mujer en este espectáculo fue simbólicamente evidente: aparecieron en una esquina, desde abajo, a tamaño natural y crecieron hasta las rodillas de los gigantes. Simbología que no es neutra, pues el mundo se lee corporalizado como un varón gigante y omnipotente al que no podemos llegarle sino hasta las rodillas. Una vez finalizado este breve *homenaje* que nos hicieron como género, las mujeres desaparecieron en un agujero en la tierra, para ocupar el sitio de la invisibilidad”. (Pisano, 2006).

Esta imagen expresa perfectamente la construcción simbólica de la participación femenina en un deporte que, además de ser el rey de los medios, es

el enclave de la masculinidad hegemónica (Frey y Eitzaen, 1991). Los “grandes hombres” del fútbol dejan poco espacio para las mujeres que buscan pisar el terreno de juego.

### **3.2.2. - Pisando cancha: el surgimiento del fútbol femenino.**

Desde los comienzos de su historia hasta avanzado el siglo XX, el fútbol, como muchas otras cosas, estaba reservado para los hombres. La razón de la ausencia femenina en las canchas se basaba en el dominio patriarcal que en casi todas las sociedades truncaba ese tímido entusiasmo que algunas mujeres osaban manifestar por este deporte cuando comenzaba a adquirir una fuerza social mayor.

Mucho mérito tienen las estudiantes de los colegios ingleses que se atrevieron a dejar a un lado la costura y el bordado para ir en pos de un balón. También mención especial para todas aquellas mujeres que repartían balones en los equipos de las fábricas militares británicas y francesas, mientras los hombres repartían balas en la Primera Guerra Mundial. A pesar de los esfuerzos de estas pioneras, los organismos internacionales de fútbol no las apoyaron, lo que desembocó en el aislamiento de cualquier competencia de carácter femenino.

Sin embargo, muchas mujeres no se alejaron del balón y siguieron luchando por difundir su práctica. Estos esfuerzos cobraron un nuevo impulso en la década de los setentas, cuando los equipos existentes en algunos países se organizaron en la Federación Internacional de Fútbol Femenil (FICF, por sus siglas en italiano). Bajo el mando de esta institución, en el año de 1970 se jugó en Italia la primera Copa Mundial. La respuesta a este evento fue tan boyante que incluso se realizaron dos versiones más del torneo; sin embargo, los problemas económicos y la negativa del reconocimiento de la Federación Internacional de Fútbol provocaron que el proyecto desapareciera por dos décadas. Mas no ocurrió lo mismo con el

entusiasmo de la población femenina, que seguía incorporándose en los pocos espacios remanentes.

Paulatinamente, algunas asociaciones nacionales aceptaron el fútbol femenino, con lo que resurgió la idea de organizar una copa mundial. Particularmente, en el congreso de la FIFA realizado en el marco del mundial de México en 1986, la delegación de Noruega pidió a las autoridades que prestaran mayor atención al enorme desarrollo que esta práctica tenía entre las mujeres, moción apoyada por otros países con un índice considerable de jugadoras como Estados Unidos, Italia, Alemania y China.

La FIFA reaccionó ante esta tendencia con la organización de un mundial a modo experimental, el cual se desarrolló en 1990 en este último país. Fue tal la aceptación, que previendo sobretodo el éxito económico, al año siguiente y en el mismo lugar se efectuó el primer Campeonato Mundial de Fútbol Femenil reconocido por la federación, con la participación de 12 países. A éste le siguió el Mundial de Suecia, en 1995, y un año más tarde, se hizo oficial el fútbol femenino como un deporte olímpico en los juegos de Atlanta.

La inclusión del *soccer* femenino en el evento olímpico supuso un gran avance, debido principalmente a la popularidad de esta modalidad entre la población norteamericana. Por este poder de convocatoria, la FIFA otorgó la sede del mundial de 1999 a Estados Unidos, cuyo partido final congregó a más de 90 mil espectadores, rompiendo la marca de asistencia a un evento deportivo exclusivamente femenino y demostrando que el balompié practicado por mujeres era redituable (la selección norteamericana contaba con 17 patrocinadores). Aunque el Mundial del 2003 debería celebrarse en China, los problemas internacionales y la crisis de SRAS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo) obligaron a retraslar la competición a Estados Unidos, donde de nueva cuenta se demostró la gran popularidad de este deporte: el número total de audiencia alcanzó la cifra de 526 millones de seguidores.

Sin duda, las dos versiones de la copa realizada en territorio estadounidense, por mucho superiores a los otros mundiales tanto en publicidad, cobertura y nivel, convencieron a cientos de mujeres a que saltaran a la cancha. Hoy en día, la misma FIFA reconoce que es inconcebible un escenario deportivo sin la presencia del fútbol femenino. Actualmente, existen más de cuarenta millones de futbolistas registradas en todo el mundo; en lugares como China, Japón, Estados Unidos y gran parte de Europa, esta disciplina tiene una fuerza que se refleja en la calidad de sus equipos nacionales. Alemania, actual campeona mundial, ha visto crecer vertiginosamente el número de adeptas, al grado de que el 16 % de los cerca de seis millones de futbolistas que conforman la Asociación Alemana de Fútbol son mujeres. En lugares como Estados Unidos y Japón, la notoriedad de las ligas profesionales femeniles es superior a la rama masculina; sin embargo, aunque las jugadoras japonesas reciben alrededor de 50 mil dólares al año y las futbolistas norteamericanas hacen jugosos negocios de publicidad para líneas de ropa deportiva, su paga se mantiene por debajo del promedio de la que reciben los jugadores.

En América Latina el impulso ha sido menor que en otras zonas, a pesar de que Brasil ha estado entre los mejores equipos desde los primeros mundiales. No obstante, la participación sigue incrementándose, y muestra de ello es que en el Torneo Sudamericano de Fútbol Femenino del 2006 intervinieron por primera vez los 10 países afiliados a esta confederación. La designación de la FIFA a Chile para la organización del Mundial Sub. 20 de Fútbol Femenino del 2008 es una prueba del creciente interés por la actividad.

A más de quince años de la celebración de la primera copa mundial, el fútbol femenino cuenta ya con los campeonatos oficiales para las categorías sub. 17 y sub. 20<sup>8</sup>. De hecho, para el Mundial sub. 17, a realizarse en el 2008 en Rusia, participarán jugadoras que nacieron en el año de la celebración del primer

---

<sup>8</sup> Hasta el 2005, sólo existía la categoría sub. 19.

torneo, en 1991; jugadoras que crecieron con el fútbol femenino como parte del panorama deportivo. A diferencia de las 45 naciones que lucharon por la calificación para ese primer mundial, la edición del 2007 fue testigo de la intervención de un centenar de equipos en fase eliminatoria.

De manera concreta, mucho ha tenido que ver la imposición de la FIFA de adoptar e impulsar el fútbol femenino en todas las federaciones. Pero la mayor parte de este avance proviene del esfuerzo de las propias mujeres. No se puede negar que la evolución es notoria en aspectos como la afición, los entrenadores, la organización, los medios o el patrocinio, pero no ha alcanzado la paridad de la rama varonil. Aunque el mismo Joseph Blatter, secretario general de la FIFA, prevé que para el año 2010 habrá tantas mujeres como hombres jugando al fútbol, las estadísticas no reflejarán una desigualdad que radica no en los números, sino en las condiciones como esta práctica se inserta en la sociedad.

Ciertamente, los nombres de Birgit Prinz, Homare Sawa o Marta son cada vez más familiares dentro del ambiente futbolístico profesional. Pero ni siquiera la mismísima Mia Hamm, considerada el ícono del fútbol femenino, ha tenido la misma popularidad que cualquier otro jugador. Asimismo, el fútbol ha arrastrado a sus filas a numerosas seguidoras del balompié. Tan sólo para el mundial varonil de Alemania 2006, se estimó que el 41% de la audiencia era femenina; pero sin duda, la afición para mundial femenino del 2007 fue mucho menor. Esto es, a pesar de que una gran cantidad de mujeres se ha incorporado a la expectación, lo ha hecho mayoritariamente en torno a la rama varonil; en tanto que el seguimiento de ambos géneros por el fútbol femenino sigue siendo comparativamente menor.

Si bien están presentes en las canchas y en las tribunas, la ausencia de mujeres es notable en rubros como el arbitraje y el entrenamiento. Aún cuando la incorporación de mujeres como árbitras (término que a muchos les parece una aberración del lenguaje) ha dejado de ser un terreno restringido, sigue existiendo una renuencia por parte de algunos sectores que se niegan a reconocer la capacidad femenina para impartir justicia deportiva. Existen casos excepcionales como el de la española Carolina Doménech, primera mujer que arbitró un

partido en el Santiago Bernabeu; la brasileña Silvia Regina Carvalho, primera árbitra designada para un partido de competición oficial internacional sudamericana en categoría masculina; Laura Geymonat, la única abanderada femenil que ha participado en una final de primera división en Paraguay.

En México, resalta el caso de las hermanas Isabel y Virginia Tovar, quienes al igual que todas las que deciden incursionar en el ámbito del arbitraje, han tenido que soportar la discriminación por su condición de mujer en un gremio de hombres. Por ejemplo, en la jornada tres del Torneo Clausura 2007, el jugador Franco Mendoza, del Atlante, insultó a Isabel Tovar por determinar que su equipo estaba en fuera de lugar y debido a su conducta antideportiva el argentino fue expulsado por el árbitro central Marco Antonio Rodríguez. La decisión de Rodríguez de sacar del juego a Franco fue criticada y en su momento se dijo que se debió a que su auxiliar era mujer. Este tipo de comentarios son comunes en todas las canchas donde una mujer forma parte del cuerpo arbitral: su labor y sus méritos son siempre cuestionados no como juezas, sino como mujeres.

En el caso del entrenamiento y la dirección técnica, los números tampoco son altos. De los 16 equipos participantes del Mundial Femenil de China en el 2007, únicamente 3 fueron dirigidos por mujeres: Alemania (Silvia Neid), Inglaterra, (Hope Powell) y las anfitrionas (Marika Domanski-Lyfors). Éste no es un puesto que haya sido promovido entre el género femenino; sin embargo, los resultados de las pocas mujeres que asumen la dirección de los equipo son notables; al grado que los campeonatos de las alemanas en el 2003 y el reciente 2007 se han dado bajo la batuta de dos mujeres (Tina Theune Meyer y Silvia Neid).

En igual (quizás peor) situación se encuentra el rubro de la gestión. El mismo Battler, en el cierre del reciente mundial femenil, reconoció que "el fútbol es muy machista a nivel organizativo, y

eso no está bien. Llevo muchos años diciendo que tendría que ser: todos para el fútbol y el fútbol para todos, y que necesitamos más mujeres en puestos de responsabilidad dentro del fútbol”. El comité ejecutivo de la FIFA es elegido por las confederaciones regionales, que en su totalidad se encuentran dirigidas por hombres. Las mujeres no se encuentran siquiera al mando de las divisiones femeniles, y estatutariamente, todavía no se contempla ninguna acción para contrarrestar esto. Aunque en el último congreso de este organismo se habló de implementar una medida obligatoria para que las mujeres ocuparan un quinto de los cargos de responsabilidad dentro de las federaciones, a lo único que se llegó es a “la posibilidad de intentar” que una mujer forme parte del comité ejecutivo como “miembro invitado”.

Así pues, son muchos los logros pero aún es grande la distancia. La FIFA ha reconocido que a pesar del incremento de popularidad en los últimos veinte años, el fútbol femenino sigue en pañales en comparación con otros deportes. Los entrenadores, padres, gerentes y administradores de los clubes, están convencidos de que el fútbol es una actividad recreativa más (y nada más) para las mujeres. Entonces, éstas no solamente tienen que luchar por el balón, sino que se siguen enfrentando al mismo prejuicio: en el juego del hombre, las mujeres están de paso.

### **3.2.3. - Mexicanas al grito de guerra: situación del fútbol femenino en el país.**

En el desarrollo del tema que nos ocupa, surge una pregunta: ¿por qué en un país donde los domingos comienzan con el clásico América Chivas y terminan con Javier Alarcón comentando los mejores goles de la jornada, la rama femenil ha tenido tan poco desarrollo? Resulta por demás interesante observar que en el vecino territorio de Estados Unidos la práctica del fútbol se encuentra más asociada al género femenino que al masculino, al grado que las norteamericanas poseen dos campeonatos mundiales y un campeonato olímpico. De hecho, para la población de este país, inclinada a disciplinas más “agresivas” como el fútbol americano y el *hockey* sobre hielo, el *soccer* resulta ser un deporte “de mujeres”.

En el caso de nuestro país, hasta hace apenas unos tres años que los reflectores iluminaron el escenario del fútbol femenino, cuando en la olimpiada de Atenas 2004, la selección de esta rama obtuvo mejores resultados que los idolatrados jugadores del equipo varonil. Ciertamente, en el último lustro, el fútbol femenino mexicano ha crecido considerablemente, lo que ha provocado una mayor atención por parte de autoridades, medios y afición. Pero este “boom” que pareciera reciente no refleja las más de tres décadas que llevan las mujeres pisando el césped.

Los primeros indicios que se tienen datan de alrededor de los años sesenta, con la existencia de algunas ligas de la ciudad de México que permitían la participación de equipos femeniles. De hecho, se tiene noticia de que en 1968 se disputó por primera vez en un estadio profesional (el Olímpico Universitario) un encuentro entre dos escuadras. Por ese entonces, el número de jugadoras, por lo menos en la ciudad, era lo suficientemente considerable como para que México enviara un equipo representativo al mundial del 70 organizado por la FICF. Entre estas jugadoras destacan los nombres de Guadalupe Tovar, Eugenia "La Peque" Rubio y Alicia "Pelé" Vargas, quienes junto al resto del equipo entrenaban con 20 balones prestados dado que no había recursos para ellas. A pesar de esta falta de apoyo, la selección mexicana fue catalogada como el "Caballo Negro" de la justa (además del ser el único representante latinoamericano), adjudicándose el tercer lugar y consiguiendo el campeonato de goleo a manos de Alicia Vargas.

Aprovechando el interés suscitado entre los diferentes sectores de nuestro país, la FICF otorgó a México la sede de la segunda Copa Mundial, desarrollada en el Distrito Federal y Guadalajara en 1971. Las jugadoras mexicanas superaron su actuación anterior llegando a la final, la cual perdieron ante Dinamarca ante un considerable número de espectadores congregados en el estadio Azteca.

El panorama que se tenía a principios de la década de los 70 era entonces el de un subcampeonato mundial, un número considerable de jugadoras de calidad y una buena respuesta de los aficionados. Entonces, ¿qué fue lo que provocó que durante casi treinta años el fútbol femenino se borrara del horizonte deportivo nacional? Intentar dar una respuesta concreta es difícil, pues en confluieron varios factores que hasta la fecha, siguen limitando el crecimiento y desarrollo de esta disciplina: falta de continuidad, conflicto de intereses, carencia de apoyos e infraestructura y, de especial interés para este trabajo, una nula atención mediática.

Se comenzará por señalar que a lo largo de estas tres décadas ha existido una total *falta de continuidad* en la atención al fútbol femenino. Con todo y que el subcampeonato de 1971 fue reconocido ampliamente por dirigentes y entrenadores, la desorganización provocó que se perdiera el avance logrado. En el momento en que esta modalidad podía alcanzar un gran auge, no hubo interés oficial de ocuparse de ella. Lo poco que pudo mantenerse se hizo gracias al trabajo de algunos cuantos como Raúl Sánchez Hidalgo, Araceli Márquez, Efraín Pérez, Eva Sánchez, Mercedes Rodríguez y Magdalena Bermejo, quienes con objetivos discretos y logros moderados no permitieron que el balompié femenino desapareciera.

Un año sí y otro no, el sector amateur mantuvo campeonatos en diferentes categorías y en eventos que aun con una buena respuesta tenían poca resonancia. Así, el fútbol femenino sobrevivió en pequeñas ligas, en algunos equipos escolares y en proyectos que no llegaron a realizarse por falta de patrocinio y apoyo de las instituciones deportivas. La razón de este desinterés era expresada por los directivos de la Federación Mexicana de Fútbol (FMF) con unas sencillas palabras: “ni es fútbol, ni es de mujeres”.

Por lo tanto, cuando en 1991 la FIFA celebra el primer mundial femenino, la FMF no tuvo más remedio que armar al vapor, dos meses antes del torneo clasificatorio, una selección formada por jugadoras amateurs bajo la dirección técnica de Efraín Vargas. La falta de atención para este grupo, los conflictos internos entre las integrantes y el estancamiento vivido por el fútbol femenino a nivel nacional dieron por resultado la descalificación para el mundial.

Para el campeonato de 1994 se buscó otra solución. Una gran cantidad de jóvenes en el país se encontraban pateando el balón gracias a la introducción de una modalidad mucho más cómoda y sencilla: el fútbol rápido. Esta disciplina, que tenía gran auge dentro de las instituciones educativas de nivel medio y superior, estaba mejor organizada y contaba con más participantes que el fútbol *soccer*; por lo tanto, los directivos de este deporte decidieron integrar la selección mexicana con jugadoras de fútbol rápido. Aunque el apoyo se intensificó, las tricolores volvieron a quedar fuera del mundial y de los juegos olímpicos de Atlanta en 1996. Justo en este momento, la FIFA gira la recomendación a todas sus asociaciones afiliadas de apoyar el desarrollo de la rama femenil. Fue hasta entonces, a fines de 1997, que la FMF se propuso realizar un plan de trabajo en forma para esta rama, con el objetivo de clasificar al Mundial de 1999 y a las Olimpiadas de Sydney 2000.

Aunque existía un equipo conformado por jugadoras mexicanas para participar en el mundial del 99, surgieron problemas al interior de la federación que provocaron la incorporación de futbolistas provenientes de colegios del sur de California y de Texas. Fue así como Mónica Gerardo, Lenny Quiñones, Laurie Hill, Susie Mora y otras más empezaron a defender los colores de la selección mexicana. Las críticas no se hicieron esperar: la mayor parte de los detractores de esta selección argumentaban en contra de la nacionalidad de las nuevas jugadoras; por lo cual, la FMF se vio en la necesidad de limitar a un máximo de 5 el número de futbolistas México-norteamericanas en la cancha.

Pero en los partidos previos a la eliminatoria, la combinación de jugadoras formadas en los colegios estadounidenses con aquéllas que habían trabajado en las ligas nacionales no resultó; razón por la que la misma federación autorizó que jugaran todas las México -norteamericanas que fueran necesarias. Con este hecho, quedaba de manifiesto la incapacidad de las autoridades de mantener al fútbol femenino con base en un proyecto bien diseñado.

La conformación de una estructura para el desarrollo del fútbol femenino se complicó durante muchos años por un segundo factor: *los conflictos de intereses* en el ámbito de la política deportiva. Cuando, en alguna ocasión, le preguntaron a un candidato a presidente de la FMF por qué ansiaba ese puesto, contestó: “porque después del Presidente de la nación, es la persona de mayor influencia pública”. En efecto, incorporarse a los puestos directivos y administrativos de esta federación constituye un trampolín en la adquisición de un poder que mueve una gran cantidad de recursos e influencias en un país donde el deporte más consumido es el fútbol. Por esta razón, muchos han buscado acomodarse en este sistema, y una de las áreas donde se ha dado este tránsito es justamente el fútbol femenino.

Una vez que, debido a la recomendación de la FIFA, existía el compromiso de trabajar en la rama femenil, la FMF colocó al frente de esta labor a Jorge Ramírez Córdova. Luego de una búsqueda en ciudades como Cancún, Monterrey y Guadalajara, se pudo conformar el equipo nacional que durante dos años fue dirigido por Armando Magaña (auxiliado por Mercedes Rodríguez). Durante este tiempo, se lograron realizar tres campeonatos nacionales, se fundaron 4 Centros de Capacitación para el Fútbol Femenil (los CECAPFF's de Monterrey, Cancún, Guadalajara y Distrito Federal), surgieron 75 ligas femeniles en todo el país, se efectuaron tres torneos internacionales, y se trabajó en el área del arbitraje femenino (A. Magaña, comunicación personal, 15 de febrero del 2006).

Todo pintaba para una mejor situación cuando en el último tramo de la preparación de la selección mexicana para el mundial del 99, se dieron fracturas al interior del grupo que repercutieron, primero, en la salida de Armando

Magaña de la dirección técnica del equipo (por problemas que afectaban a las escuelas de fútbol femenino que él manejaba de manera particular); y después, con la renuncia de Ramírez Córdova debido a sus discrepancias con otros directivos de la FMF (por problemas de organización y falta de recursos).

Se colocó entonces a Guillermo Montero al frente de la selección, bajo cuya dirección se dio el ya mencionado conflicto de las jugadoras mexicano-norteamericanas. Nuevamente surgieron inconformidades por parte de las jugadoras hacia Montero, por lo que una vez que fueron eliminadas del torneo premundialista de la CONCACAF, la FMF despidió al primero. Entonces se contrató a Leonardo Cuéllar como director técnico de la selección femenil, que consiguió su pase al mundial a través del repechaje.

Con todo y los resultados (tres derrotas, un gol a favor y 15 en contra), la participación de la selección femenina en el mundial de 1999 fue positiva en dos sentidos: provocó la incorporación de cientos de jóvenes a la práctica del balompié y puso en tela de juicio el trabajo de la federación. Ésta trató de generar una mejor organización para dicha rama; así que en el año 2000, la FMF encargó a Enrique de la Garza, presidente de la primera división, la puesta en marcha de una liga para los equipos femeniles. Este último creó la Liga Mexicana de Fútbol Femenil; a la par de este proyecto existían dos más: la Asociación Mexicana de Fútbol Femenil y la Liga Première.

El surgimiento de dichas organizaciones hablaba de un mayor número de futbolistas en el país, pero en vez de unir esfuerzos para darle impulso a esta disciplina, las discrepancias entre los líderes de éstas (que peleaban el reconocimiento como los “verdaderos” encargados del sector) dificultó la integración de un sistema consolidado del fútbol femenino en México. Las complicaciones administrativas surgidas al interior de la Liga Mexicana partir del abandono de los directivos, generó una ruptura que desembocó en la creación de la Liga Nacional de Clubes de Fútbol Femenil (LNCFF).

Más adelante, esta última presentó también incisiones que repercutieron en la migración de clubes a la Liga Premiere, acusada por otros organismos de sólo estar interesada en el aspecto económico y no en la verdadera estructuración de la rama. Estos conflictos de intereses constituían una clara muestra de una difícil realidad: muchos querían trabajar *en* el fútbol femenino, pero pocos querían hacerlo *por* el fútbol femenino.

Una de las repercusiones más fuertes de estos conflictos administrativos y políticos se ha reflejado en el ámbito de los apoyos económicos: sin organización y sin un verdadero interés, es difícil gestionar recursos. La mayor parte de las ligas funcionan de manera autónoma; es decir, pocas se encuentran afiliadas a la FMF. Lo anterior tiene consecuencias en dos vertientes: por un lado, no hay una integración del trabajo de dichas ligas en un proyecto institucional con miras a elevar el nivel de la selección nacional ni a profesionalizar el fútbol femenino en el país; y por el otro, dificulta el acceso a los apoyos. Las ligas son económicamente independientes de la FMF, más no por eso autosuficientes. Los recursos para sostenerse se generan a partir de los mismos equipos, por lo cual difícilmente trascienden de unos objetivos discretos: antes que crecer, es prioritario mantenerse.

Más ésta no es la única causa para la *poca disposición de recursos*. Lo cierto es que el fútbol femenino nunca ha sido prioridad al interior de la federación; por el contrario, constituye el último eslabón. En 1999, previo a la primera participación de la selección mexicana en un mundial femenino, Hugo Enrique Kiese (director en ese entonces de la comisión de selecciones) declaró que la FMF privilegiaba, en orden de importancia, a la selección “mayor”, a la sub. 23, a la sub. 20, a la sub. 17 (todas varoniles) y hasta después al equipo femenino: “la selección femenina interesa pero cuesta, no puedo darle preferencia, sino pueden entender eso están mal parados” (Santiesteban, 1999, p.34). La selección “mayor”, que con muchos más años participando en eventos internacionales no ha tenido mayores logros, interesa y cuesta lo doble, pero

también es la que mantiene a la federación. La idea es que como el fútbol femenino no genera recursos, hay que darles lo que se pueda, no lo que se necesite. Efectivamente, el balompié femenino está “mal parado”; la misma federación no ha brindado suelo firme para su establecimiento. Lo lamentable de esto, más que la falta de apoyos, es la segregación que ha generado.

Bajo el pretexto de que no hay recursos, se les ha sometido a situaciones que hablan de una enorme indiferencia por el fútbol femenino. Uno de los casos más sonados se dio en el 2002, cuando la prensa descubrió que cada integrante de la selección femenil recibía 2 mil pesos de beca *mensual* por parte de la CONADE, una cuota que apenas rebasaba los viáticos *diarios* para los jugadores del representativo varonil en torneos internacionales (150 dólares). Poco después se reveló que cuando viajaban, a diferencia de los seleccionados, hasta ocho jugadoras se hospedaban en una habitación destinada para dos personas. En otra ocasión, les fueron entregados uniformes que no eran de su talla, sino de la selección varonil. Por mucho tiempo, se han quejado de que en las instalaciones de entrenamiento no las dejan usar los vestidores porque son para los varones. El más reciente caso ocurrió en el 2006, cuando en pleno aeropuerto, la federación decidió recogerles las maletas, obligándolas a cambiar sus pertenencias. Situaciones que quedan en meras polémicas y que no permiten ver un mayor problema latente.

La Federación basa su sistema de financiamiento en los patrocinios de las empresas, la mayoría de los cuales se generan por la selección varonil y se destinan a la selección varonil. El apoyo a la femenil se maneja más bien como una especie de subsidio: por año, otorga cerca de cien millones de pesos para trabajar con las selecciones femeniles en todas sus categorías (adultas, sub. 16, sub. 18 y sub. 20). Una cantidad que resulta mínima cuando se sabe que en la última copa mundial, la FMF obtuvo ingresos totales (boletaje, publicidad y convenios) por alrededor de 1, 200 millones de pesos. El 40 %, poco más de 400 millones, fueron destinados a la selección “mayor” y el 25 % de ese monto cayó en los bolsillos de su técnico, Ricardo Antonio Lavolpe (“*El Universal*”, 23 de julio del 2007). Es decir, el fútbol femenino no alcanza siquiera la décima parte de

este presupuesto. La alta nómina del fútbol varonil deja pues pocos recursos para otros rubros.

Para las selecciones “menores”, la FMF busca becas otorgadas por las instituciones educativas o los organismos oficiales (como la CONADE). Sin embargo, esto supone una complicación: las becas (escolares u oficiales) únicamente constituyen una ayuda económica que no resuelve el mantenimiento de estas deportistas y en cambio representa el doble compromiso de ser seleccionadas y ser becarias. La CONADE apoya en tanto la práctica no deje de ser amateur y las instituciones educativas en tanto las jugadoras no dejen de estudiar. Entonces, la obligación es obtener buenos resultados, combinarlo con los estudios, pero sin recibir una paga como tal: la profesionalización no es opción. Lo que subyace es *la ausencia de espacios* que permitan el desarrollo del fútbol practicado por mujeres.

El mismo Leonardo Cuéllar comentó alguna vez en entrevista que el balompié femenino en México era como hierba silvestre: crecía por todos lados pero sin cuidado de nadie (CIMAC, 2 de agosto del 2006). Esto es, en nuestro país existe un considerable número de jugadoras, pero la gran mayoría, lejos de haber adquirido su nivel como parte de un programa oficial, aprendieron en la calle, raspándose en las banquetas, jugando con los varones. Y esto se debe a que la estructura del fútbol en México es de los hombres: estadios, lugares de entrenamiento, balones, entrenadores, etcétera. Todavía hasta hace algunos años ciertos torneos no contemplaban la participación de las mujeres. Por lo general, el fútbol femenino es un tema menor en las políticas de desarrollo deportivo. Simplemente, no hay lugar para el fútbol femenino.

Esta ausencia no se manifiesta exclusivamente en la estructura material sino también en la organizativa. A diferencia de Estados Unidos, que tiene registradas cerca de 8 millones de mujeres que se dedican a este deporte, México no cuenta con un censo oficial de jugadoras. Los datos de la FMF indican que hay alrededor de nueve mil jugadoras afiliadas a esa instancia deportiva, pero se estima que unas 250 mil participan en diferentes equipos que no pertenecen a la

federación, a las que se suman otras tantas que participan en equipos temporales. Por eso, hay cálculos de cerca de un millón de mujeres mexicanas que practican este deporte, la gran mayoría de manera “independiente”; es decir, no participan en ligas organizadas o equipos oficiales, sino donde “las invitan”, lo cual limita enormemente los recursos y la promoción que pueden recibir.

Como sea, ni las afiliadas ni las independientes pueden vislumbrar al *soccer* como una actividad profesional; aunque cada vez más mujeres viven el fútbol, casi ninguna vive *de* él. La mayor parte de las jugadoras (incluso las seleccionadas) están conscientes de que su carrera deportiva será corta y poco redituable; aun llegando al nivel de selección, las futbolistas deben combinar la exigencia deportiva con otra actividad que las ayude a mantenerse.

Todo lo contrario que para el caso de los hombres; a éstos, si desde pequeños se les ven cualidades, los clubes los toman como jugadores exclusivos para llevarlos por todo un proceso de formación (que la mayor de las veces incluye manutención y becas escolares) con el objetivo de que en un futuro, reditúen lo que en ellos se invirtió. Una vez que llegan al nivel profesional, el salario de los jugadores de la primera división oscila entre los 100 mil y los 500 mil pesos mensuales (y algunos, como Cuauhtémoc Blanco reciben esa misma paga pero en dólares); una suma lo suficientemente onerosa como para asegurar una dedicación total a la actividad deportiva.

En cambio, las jugadoras como Tánima Rubalcaba, seleccionada nacional que ha participado en torneos mundiales, panamericanos y universiadas internacionales, prefieren dedicarse a la escuela en vez del fútbol porque:

"este deporte no me dará de comer cuando las piernas ya no me sirvan igual. Intenté seguir en la selección a la par de la escuela, pero no pude. Yo iba al colegio en la mañana y por eso faltaba al primer entrenamiento; me cargaban mucho la mano en la sesión de la tarde, era muy fuerte para mí, por eso decidí dejar la selección y dedicarme a la escuela, que será mi futuro; podré practicar fútbol aunque ya no a nivel profesional" (“*El Universal*”, 18 de agosto de 2002).

Quizá el mejor ejemplo de esta falta de opciones se manifiesta en el caso Maribel Domínguez. Esta jugadora (que en alguna entrevista declaró que se disfrazaba de hombre para poder jugar) alcanzó su alto nivel deportivo en Estados Unidos, jugando con los equipos de las Místicas de Kansas City y Atlanta Beat. En 1999 se incorporó a la selección mexicana, con la que participó en los Juegos Olímpicos de Atenas 2004, donde fue considerada una de las mejores futbolistas de la justa. En diciembre de ese año, acaparó la atención mundial y puso de cabeza al fútbol nacional cuando anunció su incorporación al equipo varonil del Celaya, en la primera división profesional.

La polémica generó diversas opiniones y numerosas manifestaciones de apoyo, que incluso algunas senadoras del Congreso de la Unión llevaron su caso a discusión como una clara muestra de discriminación laboral. A pesar de todo, bajo el argumento de que no existe el fútbol mixto, la FIFA le negó el permiso de participar con este equipo, invitándola a integrarse a alguna liga profesional femenil (inexistente en el país); fue así que, en parte debido a la difusión mediática de su situación, Maribel Domínguez pudo registrarse con el club Barcelona para participar en la Liga Española de Fútbol Femenil. Las opciones, como se puede ver, no son amplias: o se emigra o se renuncia. Para las mujeres mexicanas, ser jugadora profesional en el país no es una alternativa.

Un primer paso para lograr la profesionalización sería formalizar todas las ligas infantiles y juveniles existentes, consideradas *semiprofesionales*, para luego dar el salto a una liga nacional. Pero esta idea se contempla todavía con muchas reservas y el panorama da pocas muestras de cambio. Recientemente, la Federación Mexicana de Fútbol anunció el inicio de la Liga Nacional Juvenil Femenil a partir de septiembre del 2007. En ésta participan tanto la FMF como el sector aficionado, y se reúnen unos 90 equipos en las categorías de 14 años a

17 años. Sin embargo, el presidente actual de la federación, Justino Compeán, explicó que de ninguna forma será el inicio a mediano plazo de una liga profesional femenil en el país (“*Esto*”, 7 de mayo del 2007). Las jugadoras, entonces, encontrarán en este espacio la oportunidad de jugar, pero nada más.

Aunque estos espacios resultan valiosos (sobre todo considerando la carencia de ellos), no son suficientes. En primera, no están pensados para una proyección posterior (la profesionalización); por lo tanto, el trabajo de las categorías más jóvenes sólo se reflejara en las pocas que resulten elegidas para trabajar en la selección nacional. Es decir, no habrá otro lugar para el alto rendimiento, por lo que el fútbol femenil seguirá en el sector “amateur”. En segundo lugar, el mantenimiento (costos de filiación, uniformes, arbitrajes, equipo) sigue recayendo casi por completo en las mismas jugadoras. Es decir, la oportunidad de jugar les cuesta dinero, tiempo y dedicación, sin darles ningún beneficio más que la actividad deportiva misma.

En el supuesto que pudiera surgir una liga nacional que integrara los diferentes esfuerzos dispersos, el segundo paso sería crear infraestructura (estadios, clubes, canchas, etc.) puesto que los recintos para el fútbol (profesional y amateur) pertenecen al dominio de las ligas varoniles. En alguna ocasión la FMF consiguió que algunos de los clubes profesionales “dejaran” utilizar sus canchas, sus uniformes y sus nombres, pero sin estar del todo vinculados a los equipos femeniles. Para una verdadera profesionalización se requiere implantar instalaciones propias o bien establecer nexos con los clubes y asociaciones deportivas a nivel profesional para que se hagan cargo de los equipos. Pero esto es poco probable ya que casi ninguna empresa, club o asociación quiere invertir en el fútbol femenil debido a que no les parece rentable, por una razón innegable: no tiene la misma popularidad que el fútbol varonil.

Esta percepción se debe, en gran parte, a la *poca difusión que los medios de comunicación masiva* le han dado a esta disciplina. Existen un buen número de periódicos (“*La Afición*”, “*Récord*”, “*Esto*”), estaciones de radio (“*Estadio W*”), canales de cable (“*Fox Sport*”, “*ESPN*”) y programas de televisión abierta (“*Acción*”, “*La jugada*”, “*Los protagonistas*”) que más que deportivos, realizan una cobertura netamente futbolística. Por mucho que se logren otros triunfos, que se destaque en otras disciplinas o que se trabaje en otras ramas, la prensa, la radio y sobre todo la televisión deportiva viven del fútbol; pero sólo del varonil. Este abarca más del 90 % de los espacios mediáticos dejando para otros deportes un escaso porcentaje (y para los deportes femeniles una nulidad). Considerando que el duopolio Televisa- TV Azteca es dueño de algunos equipos profesionales y de los derechos de transmisión de todos ellos, el calendario futbolístico se adecua a las condiciones de estas televisoras, asegurando una elevada audiencia que a su vez se traduce en cuantiosos ingresos por el concepto de publicidad.

Debido a esto, al igual que al interior de la federación, el fútbol varonil es prioridad para la televisión (y en general, para otros medios de comunicación). Así, la programación y cobertura deportivas a nivel nacional ponderan, todos los partidos de fútbol varonil (liga local, selección nacional, torneos internacionales) y sólo cuando es un evento oficial en una fase avanzada y se realiza en el país, se le da seguimiento al equipo femenino.

Por ejemplo, para el mes de junio del 2007 (cuando no hay actividad regular en la liga profesional) las televisoras anunciaron con bombo y platillo su programación deportiva en torno a los encuentros amistosos de la selección varonil. En marzo de este mismo año, el único evento televisado (y poco difundido) de la actuación femenil fue el partido de vuelta de la fase de repechaje para el Mundial Femenil frente al equipo de Japón, efectuado en Toluca. No obstante, no existió la menor intención de comprar los derechos del

encuentro en Tokio para su transmisión en México. Un partido que hubiera sido de los más importantes para las televisoras si en vez de Maribel Domínguez o Fátima Leyva hubieran jugado Cuauhtémoc Blanco o Rafael Márquez. Hay entonces un claro desinterés mediático hacia el fútbol femenino. Los medios mexicanos difícilmente están dispuestos a pagar por un deporte que ni es profesional, ni se encuentra integrado completamente a la federación, ni es redituable.

Por el lado que se analice, el más notorio obstáculo en el avance del fútbol femenino profesional es el financiamiento. La generación de recursos es un tema permanente en la administración de cualquier club (infantil, local, amateur o profesional). En el caso de los equipos profesionales, los gastos de utilería, jugadores, mantenimiento, canchas, personal, etc., son financiados por la venta de entradas, por las marcas patrocinadoras y por los derechos de transmisión. Las grandes empresas (como “Coca Cola”, “Cerveza Sol”, “Banamex”, entre otras) que se anuncian en los uniformes (que ya de por sí llevan el patrocinio de casas deportivas como “Nike” o “Adidas”) tienen asegurado que serán observadas, pues el partido de cualquier equipo que patrocinen será televisado.

El triángulo patrocinios –medios - fútbol funciona entonces de tal forma que todos salen beneficiados (y que finalmente, es el objetivo del patrocinio deportivo). Y en esta triada, la función de pivote la ejecutan los medios de comunicación. En tanto no existan medios que transmitan la actividad deportiva, los deportistas no son conocidos, el público no asiste y los patrocinadores no se interesan. Esto es justo lo que ha fallado: la desorganización y el desinterés han sido factores que han impedido que el fútbol femenino se venda, en términos mercadotécnicos. A esto se suma otro obstáculo igualmente constringente: durante muchos años, ha sido una empresa (Televisa) la dueña de los derechos de transmisión de la FMF. Para esta televisora, sólo ha existido una la selección: la conformada por el equipo varonil con jugadores profesionales; por lo tanto, no se considera la transmisión de otros partidos, y ante esto la federación poco

puede hacer, pues en cierta forma pierden autonomía frente al medio, a cambio del gran recurso que supone el pago por derechos de transmisión.

El argumento, tanto de la FMF como de las televisoras para esta falta de apoyo y difusión al fútbol femenino han sido los pocos resultados. El mismo Leonardo Cuéllar lo ha manifestado públicamente: “Por desgracia, en el fútbol femenino primero se tiene que ganar algo para que lleguen los patrocinadores, de lo contrario no aparecen, no hay apoyos. En cambio, en el fútbol varonil apenas para una selección y de inmediato recibes apoyo de los medios y llegan los patrocinadores”. (*“El Universal”*, 9 de marzo del 2007). Por ejemplo, para el periodo 2007- 2010 disminuyó el número de anunciantes de la selección nacional: de 27 pasó a trece, debido principalmente a que el furor por este deporte desapareció tras el mundial varonil.

Aunque el patrocinio no es exclusivo de la selección “mayor” sino que incluye las actuaciones de la Sub. 17, Sub. 20, Sub. 23 y la femenil, los mundiales en los cuales participen todas éstas simplemente no recibirán mucha atención a menos de que destaquen. La explicación de la falta de resultados, es pues, imparcial: a la selección varonil, que con muchos más años en torneos internacionales ha tenido pocos logros, jamás se les niega el apoyo. Además, no se toma en cuenta que el proceso de la selección femenil es muy distinto por el simple hecho de no contar con una liga profesional.

Lo cierto es que la cobertura mediática no ha sido paralela al desarrollo de esta rama. A partir de la entrada de Cuéllar a la dirección técnica, el fútbol femenino comenzó a tomar nuevos bríos. Las mexicanas participaron en los Juegos Panamericanos de 1999 en Winnipeg, y del 2003 en Santo Domingo, donde obtuvieron la medalla de plata y bronce; sin embargo, los ecos de estos triunfos fueron nulos. Para los juegos Olímpicos de Atenas en el 2004, los vaticinios para la selección femenil eran mínimos: pero contra todo pronóstico, la selección se colocó en la quinta posición de la justa, superando la actuación

del equipo varonil, que ni siquiera pasó a la segunda ronda. Fue hasta entonces que se comenzó a hablar de “la femenil”, de “las chicas de Cuéllar”, de las “muchachas”. No obstante, esta selección no recibió ni la tercera parte de las más de 280 horas que Televisa le dedicó a la cobertura del último mundial, donde la selección “mayor” quedó ubicada en el puesto número 15. Los extremos son sumamente contrastantes: la atención mediática para la selección varonil resulta excesiva (en función de los resultados) pero las actuaciones femeniles (por más que sean destacadas) pasan desapercibidas.

¿Qué es lo que subyace detrás de todos estos problemas? Un orden de género por demás desigual. En los medios, en la federación, en las ligas, en la afición, todavía no se ha aceptado del todo la idea de que las mujeres puedan jugar al fútbol y menos aún, que lo puedan jugar bien. Se puede ilustrar esto con el polémico caso de la incorporación de Maribel Domínguez al Celaya; en ese entonces, las opiniones de los “líderes” del fútbol mostraron los prejuicios que hasta hoy siguen vigentes.

Manuel Lapuente, director técnico del América, dijo que él no era “misógino ni mucho menos, pero desde pequeño me enseñaron que a la mujer no se le toca ni con el pensamiento... a mí si me toca en una jugada la voy a dejar pasar, porque soy un caballero”. Por otro lado, Cuauhtémoc Blanco le recomendó que estuviera lista porque “las patadas van a estar muy fuertes” (*“El Universal”*, 16 de diciembre del 2004). Y Joseph Battler, presidente de la FIFA, le indicó que jugara en ligas femeniles porque no estaban reglamentados los equipos mixtos, “y eso que a mí me encantan las mujeres” (*“El Universal”*, 20 de diciembre del 2004). Frágil (que protegen los hombres), masculina (que aguante como los hombres), bella (que encanta a los hombres); pero no *futbolista*.

Cierto es que se han dados algunos cambios en varios aspectos. Por ejemplo, hay cada vez más familias mexicanas que admiten que sus hijas

ingresen a las canchas, pero no les permiten creer que es “en serio”; que jueguen *pero* que no les quite tanto tiempo; que jueguen *pero* que no se vuelvan unas “rudas”; que jueguen *pero* que no se pongan en “riesgo” en los choques cuerpo con cuerpo. Que jueguen, pero que no pase de ser un juego. Existen familias que verdaderamente se involucran en la participación de las mujeres en este deporte, asistiendo a los encuentros con un auténtico interés. Pero éstas son las más pocas: una gran mayoría cree que apoya bastante simplemente con dejarlas jugar.

Existen otros rubros en donde no se ha podido incidir, como el caso de la dirección técnica o administrativa. El fútbol femenino del país está totalmente en las manos de los hombres: hay una buena cantidad de mujeres que trabajan en este deporte pero pocas se encuentran en los ámbitos de decisión. Araceli Márquez, Mercedes Rodríguez, Andrea Rodebaugh, Rosario Piña y otras más forman parte de este grupo de mujeres cuyos esfuerzos (desconocidos para muchos) han mantenido al *soccer* femenino, pero que no han podido llegar a los niveles máximos de gestión, y no por falta de capacidad. Ocurre lo mismo en el trabajo periodístico. En comparación con los reporteros y conductores hombres, hay pocas mujeres cubriendo deportes, y todavía menos saliendo a cuadro. Y a veces, no son las más capaces, sino las que retratan mejor; actrices como Edith González o Jacqueline Bracamontes, que aparecen en secciones relacionadas con moda, belleza o vida personal de los futbolistas, personifican a la presencia femenina en la cobertura deportiva.

En contraparte, aquéllas que llevan años trabajando en el área, que tienen amplio conocimiento del tema y que realizan una labor periodística netamente deportiva (como Georgina González, Gabriela Fernández de Lara, o Xóchitl Sen Santos) son escasamente tomadas en cuenta. Ni hablar de dirigir un programa deportivo o llevar la batuta en una transmisión: los “líderes” del periodismo deportivo son los varones. En consecuencia, sin presencia femenina en la construcción de los mensajes mediáticos, únicamente queda seguir observando,

leyendo y escuchando el mismo tipo de notas, comentarios y artículos donde las futbolistas se visten de largo, se maquillan y se peinan para mostrar que “sí son mujeres”.

El panorama trazado hasta ahora muestra que los diversos problemas del fútbol femenino forman una pesada cadena que se arrastra y se enreda al grado de que cada situación supone un conflicto para la resolución de otras: la falta de organización repercute en el ámbito de la profesionalización y el financiamiento; éstas inciden en la escasa difusión de los medios y en la baja popularidad entre la población; esto a su vez dificulta la organización y la obtención de apoyos, etc.; pero el principal obstáculo siguen siendo las brechas de género.

Así, aunque se reconoce todo el avance que ha tenido el fútbol (y el deporte femenino en general) en nuestro país, no se deja de señalar que, por un lado, estos cambios poco han modificado el orden de género; y por el otro, poco se han visto reflejados en las representaciones mediáticas. Como bien dice Celia Amorós, se suele decir que lo que nosotros hacemos es igualmente valioso, pero lo cierto es que no lo es porque no está socialmente reconocido. A pesar de la evolución de la condición femenina, la estructura social no ha sido modificada en profundidad: sigue perteneciendo a los hombres. Y de allí proviene la paradoja que Beauvoir (1975, 381-382) denunciaba: las mujeres pertenecen al mismo tiempo al mundo viril y a una esfera que se opone a este mundo.

“No jugamos ni debemos ni podemos ni queremos jugar como hombres, porque no somos hombres” dijo alguna vez la ex seleccionada y ahora entrenadora Andrea Rodebaugh. Lo que se quiere es tener las mismas oportunidades. Recibir un trato equitativo que no significa lo mismo que ser tratadas como hombres. Ésta es la contradicción de la participación de las mujeres de siglo XX, no sólo en el deporte, sino en todos los ámbitos del espacio público. Y en esta contradicción, las mujeres no han dejado de buscar una manera de nombrarse y ser nombradas. La tarea del siguiente capítulo es hacer

evidentes estas formas de nombrar, sobre todo de aquéllas que reproducen dicha desigualdad, que aun cuando se cree superada e inexistente, ha resultado sumamente difícil de erradicar, en las canchas y fuera de ellas.

# CAPÍTULO 4.

## MUJERES EN EL JUEGO DEL HOMBRE: LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DEL FUTBOL FEMENIL.

Este último apartado está conformado por el reporte del trabajo de análisis e interpretación. En él se detallan las *informaciones y actitudes* encontradas a través de la revisión de las estrategias discursivas de *nominalización y argumentación*, resaltando aquellas que reproducen *la desigualdad y jerarquización de la ideología de género*. El resultado fue la construcción de un modelo de representación, en el cual las nociones de *feminidad, inferioridad, emotividad*, etc. se confrontan con *el reconocimiento del avance* de esta disciplina y la intención de generar *apoyo*, forjando una representación *polémica* donde el fútbol femenino termina por adscribirse al orden de género.

La pretensión inicial de esta tesis era analizar la representación del fútbol femenino propuesta en el discurso televisivo a través de las transmisiones de partidos de la selección nacional femenil, destacando especialmente las características asociadas al orden de género. Después de realizar el ejercicio de registro, análisis e interpretación de los partidos, se pudieron detectar las informaciones recurrentes en estas transmisiones. Dichas informaciones se agruparon alrededor de ideas concretas, que en consideración del objetivo de esta investigación, permiten construir *un modelo de representación del fútbol femenino* en nuestro país.

#### **4.1.- Quiénes hablan y de qué**

Se empezará por detallar el corpus de análisis. La historia de la selección femenil en torneos oficiales no es muy larga: ha participado en cinco eliminatorias de la CONCACAF (91, 94, 98, 2003 y 2007), en tres partidos de repechaje para el mundial (98, 2003, 2007), en un Campeonato Mundial (1999), tres Copas de Oro CONCACAF (2000, 2002, 2006), en tres ediciones de los Juegos Panamericanos (1999, 2003, 2007) y una edición de juegos Olímpicos (2004). Aunque este equipo ha visto acción desde 1991, fue hasta 1999 (durante su primera y única intervención en la justa mundialista) cuando se le empezó a dar seguimiento en las transmisiones. No obstante, es a partir del 2003 cuando la atención hacia la selección empieza a ser más notoria (lo que facilita la ubicación de las emisiones), accediendo a la cobertura por parte de los canales de señal abierta de la empresa Televisa.

Con base en estas consideraciones, se eligieron para el análisis las siguientes emisiones:

<b>H O R A</b>	<b>EVENTO</b>	<b>LUG AR</b>
- C A N		

A		
L		
9	<b>Eliminatorias</b>	<b>México,</b>
X	<b>Copa Mundial</b>	<b>DF.</b>
E	<b>2003</b>	
Q	<b>Japón- México</b>	
T		
V		
1		
2		
:		
0		
0		
5	<b>Juegos Olímpicos</b>	<b>Creta,</b>
X	<b>de Atenas</b>	<b>Grecia</b>
H	<b>Brasil-México</b>	
T		
V		
1		
1		
:		
0		
0		
9	<b>Eliminatorias</b>	<b>Toluca,</b>
X	<b>Copa Mundial</b>	<b>Edo.</b>
E	<b>2007</b>	<b>De</b>
Q	<b>Japón- México</b>	<b>México</b>
T		<b>o</b>
V		
1		
2		
:		
0		
0		

El partido P1 es el primer juego de la fase de repechaje para la Copa Mundial de Fútbol Femenil del 2003. Este encuentro destaca por ser la primera ocasión (desde el inicio de los torneos reconocidos por la FIFA) que el fútbol femenino se jugaba en el estadio Azteca, donde se logró una asistencia aproximada de 100 mil espectadores. La selección mexicana logró empatar

ante las japonesas a dos goles, siendo descalificadas en el partido final en Tokio. El evento despertó el interés de la prensa deportiva, que aunque momentáneo, sentó un precedente para el seguimiento de años posteriores.

Por su parte, el partido P2 representa la primera ocasión en que el equipo mexicano femenino participa en el Torneo Olímpico, calificando a la segunda ronda. Este partido generó una gran curiosidad puesto que la selección varonil (en la cual estaba puesta toda la atención mediática) ya había sido eliminada del torneo sin avanzar a la siguiente fase. Aunque a diferencia de los otros dos encuentros (celebrados en México), la asistencia al evento era escasa, y aun cuando el marcador favoreció con 5 goles a cero a la selección brasileña (a la postre campeona del torneo), este juego colocó al fútbol femenino en la mira de los medios; a partir de esto, se empezó a dar mayor cobertura a las actividades del equipo, especialmente a algunas jugadoras como Maribel Domínguez (lo que posteriormente contribuiría a la celebridad de su caso cuando anunció su incorporación al fútbol varonil).

El último partido de la serie (P3) constituye el más reciente encuentro televisado de la selección femenil. En éste, el cuadro mexicano acabó venciendo 2 a 1 al equipo de Japón en el Estadio Nemesio Diez de Toluca; pero el marcador fue insuficiente para superar a las asiáticas en el global 3 a 2, después de su triunfo sobre México en el juego de ida realizado el 10 de marzo en Tokio. Para estas fechas, la presencia del fútbol femenino en los medios, sin dejar de ser escasa, contaba con fuertes referentes como la misma Maribel Domínguez, Patricia Pérez y Charlyn Corral. Sin embargo, la difusión del encuentro fue escasa debido a que la liga profesional varonil se encontraba frente a la realización del “clásico” América - Chivas.

Para presentar el modelo de representación, se irán señalando las informaciones en el orden del esquema de análisis; no obstante, algunas de éstas se revelaron tanto en las estrategias de nominalización como en las de argumentación, por lo cual este orden se verá alterado para retomar algunos otros fragmentos que refuercen la idea presentada, a fin de formar un esquema figurativo de la representación.

Asimismo, conviene señalar que aunque el esquema de análisis no posee un carácter cuantitativo, a lo largo de esta exposición se encontrará el número de referencias que cada información exhibió en el total del corpus, con la intención

de establecer la recurrencia de elementos significativos. Al inicio de cada fragmento, se encuentra la clave que indica, en primer lugar, el nombre del locutor que habla, el tiempo de la transmisión donde se encuentra, y el partido al que corresponde. Las claves para cada uno de los locutores son las siguientes:

<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>
<b>J. P.</b> = Jorge Pietrasanta (Locutor Principal)	<b>R. S.</b> = Raúl Sarmiento (Locutor Principal)	<b>R. P.</b> = Raúl Pérez (Locutor Principal)
<b>P. V.</b> = Paco Villa (Locutor Principal)	<b>G. F.</b> = Gabriela Fernández (Locutor Principal)	<b>E. L.</b> = Eduardo Luna (Locutor Principal)
<b>A.R.</b> = Andrea Rodebaugh (Invitada)	<b>M. L.</b> = Manolo Lapuente (Invitado)	<b>G. G.</b> = Georgina González (Comentarista)
<b>A. A.</b> = Anselmo Alonso (Comentarista)	<b>R. P.</b> = Ricardo Peláez (Comentarista)	<b>C. Q.</b> = Claudia Quijas (Comentarista)
<b>M. G.</b> = Miguel Gurwitz (Comentarista)	<b>M. G.</b> = Miguel Gurwitz (Reporte de canchas)	<b>L. A.</b> = Liliana Amorós (Comentarista)
<b>A. B.</b> = Arturo Brizio (Comentarista)	<b>J. A.</b> = Javier Alarcón (Comentarista)	<b>G. F.</b> = Gabriela Fernández (Reporte de canchas)
<b>D. R.</b> = Déborah Raisemweber (Comentarista)		
<b>B. V.</b> = Beatriz Vázquez (Reporte de canchas)		
<b>C. Q.</b> = Claudia Quijas (Reporte de canchas)		

Una de las razones por las cuales se escogió el formato televisivo de las transmisiones obedece a la intención de analizar las diferencias discursivas entre géneros. En el corpus de análisis, la transmisión de los partidos fue ejecutada por 11 hombres y 7 mujeres, algunos de los cuales repitieron su intervención en dos encuentros: Miguel Gurwitz (M. G.), Gabriela Fernández de Lara (G. F.) y Claudia Quijas (C. Q.). En el papel de *locutores principales* (aquéllos que se comisionan para llevar la crónica del partido y de dirigir las intervenciones de los otros participantes), se encontraron 5 hombres y una mujer. Por lo general, existen dos locutores principales por partido, cada cual se encarga de llevar el primer y segundo tiempo. Entonces, se tiene que solamente un tiempo de 45 minutos fue conducido por una mujer, con la atenuante de que ocurrió durante los juegos olímpicos, donde la mayoría de los locutores “estrella” (hombres, claro está) estaban enfocados en otros eventos. Por lo tanto, se puede afirmar que la voz de mando en este formato televisivo, la siguen llevando *ellos*.

En el rol de *comentaristas*, encargados de aportar acotaciones, notas o datos a la crónica del partido, se tuvo la intervención de 5 hombres y 4 mujeres.

De igual manera, como *invitados* a comentar, en el primer partido estuvo Andrea Rodebaugh (ex seleccionada nacional), mientras que para el segundo encuentro, el invitado fue un director técnico, Manuel Lapuente. Aunque aquí la participación se encuentra más equilibrada, es conveniente resaltar que fue hasta el 2007 (P3), que el número de comentaristas mujeres rebasó al de comentaristas varones; sin embargo, en este mismo partido, los locutores principales siguieron siendo hombres.

Con el *reporte a nivel de cancha*, la colaboración de las mujeres fue superior: 3 de ellas estuvieron a cargo de esto en tanto que un sólo hombre realizó la misma labor. Pero esta tarea supone una menor tenencia de la palabra, pues mientras los comentaristas tienen la libertad de aportar sus opiniones espontáneamente, los que reportan desde la cancha se limitan a ofrecer datos concretos acerca de cambios, de entrenadores, de tiempo de juego, etc., que sólo pueden exponer cuando locutores o comentaristas les dan turno.

Aunque originalmente se pensaba que se encontrarían diferencias marcadas entre los comentarios realizados por hombres y mujeres, la realidad es que el orden de género permea con tal eficacia las concepciones de mundo que ambos funcionan alrededor de un paradigma. Tanto hombres como mujeres buscan resaltar los aspectos positivos del fútbol femenino pero caen en las concesiones, contrastes, negativas y explicaciones que refuerzan las representaciones estereotipadas.

No obstante, hay algunos aspectos en los que cada género hace más hincapié. Son los hombres quienes resaltan más la *buena asistencia, el avance, la limpieza o la feminidad* del fútbol femenino. Asimismo, los locutores y comentaristas son los que establecen la mayoría de las comparaciones con el fútbol varonil, además de que les corresponde la valoración del arbitraje. En contraparte, las comentaristas y reporteras son quienes señalan más las *carencias* y las *necesidades, la técnica y habilidad* de las jugadoras, así como su *emotividad*. Sin asumirse por completo como “voz de las mujeres” y aunque muestran una tendencia a adoptar la supuesta “neutralidad” del estilo periodístico, también son ellas las que demuestran mayor optimismo hacia el

avance del fútbol femenino. Sin embargo, ninguna de las informaciones encontradas es

exclusivamente enunciada por hombres o mujeres, lo que ratifica la tesis de que en cualquier producción discursiva, el orden de género impone por igual constricciones. Es decir, locutores y locutoras comparten un mismo sistema de representaciones que, aun cuando existan diferencias individuales, les brindan los recursos para activar su voz como comunicadores.

La búsqueda de este trabajo partía de la premisa de que la representación social del fútbol femenino presentada por el discurso televisivo reproducía los estigmas, estereotipos y roles tradicionales que se han asociado a las mujeres. Los hallazgos corroboran esta idea aunque bajo una atenuante que forma parte ineludible del orden discursivo de género: las concepciones de *ser hombre* y *ser mujer* resultan difíciles de eludir. Entonces, el problema no radica en que las transmisiones sean *sexistas* porque las y los comentaristas tienen la intención explícita de discriminar; sino en que a través de comentarios que se consideran neutros, se refuerza un sistema de conceptualizaciones jerarquizadas y diferenciadas que incide en el mantenimiento de la desigualdad entre los géneros.

De esta forma, la representación del fútbol femenino se configura como una *representación polémica* en la que los recursos simbólicos utilizados para naturalizarla provienen del mismo orden dominante de género con el cual están en oposición. El fútbol femenino, como lo representa el discurso de la televisión, es una actividad a la que se le reconoce su avance y su legitimidad en tanto permita que las mujeres conserven su *esencia*. Esto resulta más evidente al analizar las estrategias de nominalización y argumentación que en seguida se presentan.

#### **4. 2.- ¿Cómo nombrarlas? análisis de las estrategias de nominalización.**

La primera parte del análisis consiste en revisar las formas en que se nombra al fútbol femenino y a sus participantes, para poder establecer qué comportamientos y valoraciones específicos se les atribuye. Aquí se parte de la idea de que al nombrar algo, también se *convoca a ser* como se ha nombrado, y esto parece reiterarse a lo largo de las transmisiones: las futbolistas son constantemente convocadas a ser *mujeres*.

#### 4.2.1. - La selección somos todos...hasta *las damas*: las nominaciones.

El punto de partida lo constituyen las *nominaciones*, definidas como las formas bajo las cuales se nombran a los sujetos y a las acciones, asignándoles ciertas características. En el caso de este estudio, la mayoría de las nominaciones encontradas se consideraron neutras, aunque destacan algunas que reiteran la noción de *feminidad*.

En general se encontró que las nominaciones más comunes, por tratarse de un partido entre selecciones nacionales, son aquellas que hace evidente la *nacionalidad*. Así, las futbolistas se nombran a partir de su equipo de pertenencia: *México* (242 referencias), *el equipo – mexicano, femenino, de Leo, tricolor-* (92 referencias), *la selección-* ya sea *mexicana, femenino, de México, nacional-* (46 referencias), *las mexicanas* (19 referencias), *la escuadra mexicana* (5 referencias), *las jugadoras o futbolistas mexicanas* (16 referencias), *el cuadro mexicano* (2 referencias), *el seleccionado mexicano* (1 referencia), o *las olímpicas mexicanas* (1 referencia).

Siguiendo con este criterio de señalar la nacionalidad, para el equipo contrario se utilizaron los términos de *Japón* (105 referencias), *las japonesas* (86 referencias, incluyendo las jugadoras, delanteras, porteras, guardametas), *la selección – nacional de Japón-* (9 referencias), *el equipo - japonés, nipón o de Japón-* (17 referencias), *las niponas* (5 referencias), *la escuadra japonesa* (3 referencias), *el cuadro japonés* (3 referencias) y *el conjunto de Japón* (1 referencia). Con este equipo, la selección mexicana sostuvo dos enfrentamientos, por lo cual las referencias son más numerosas que las del equipo de *Brasil* (70 referencias), *las – jugadoras- brasileñas* (31 referencias), *el equipo brasileño* (22 referencias), *la selección brasileña o de brasil* (7 referencias), o *las verde amarelo* (5 referencias).

Se considera que todas estas voces son neutras porque constituyen un recurso común dentro de este formato televisivo, tratándose de partidos femeniles o varoniles. El elemento que resalta este tipo de nominaciones es justamente el enfrentamiento entre naciones. Aparte de esta gama de términos, existen otros que sin hacer referencia a la nacionalidad, también son utilizados para nombrar a las participantes: *la femenino* (3 referencias), *las muchachas* (11 referencias), *las chicas* (4 referencias), *las atletas* (2 referencias), *las niñas* (3 referencias) y *las*

*nuestras o nuestras jugadoras* (15 referencias). En primera instancia, algunos de estos términos conllevan implicaciones que parecerían discriminatorias, pero que en realidad constituyen un recurso retórico. Tal es el caso de *las nuestras*, que pudiera ser problemático al indicar una posesión (*ellas* como pertenecientes a *otros*), sobre todo considerando que esta referencia es realizada generalmente por lo hombres encargados de la narración (sólo en una ocasión una locutora dijo *nuestras jugadoras*). Sin embargo, resulta ser una nominación común en las transmisiones deportivas de partidos de selecciones nacionales.

Incluso, es posible suponer que esta expresión involucra una identificación del público y los medios con la selección, la cual (ya sea femenil o varonil) *nos* representa (por ende, es parte de un *nosotros*). Esta idea se refuerza al observar que se hace poco hincapié en la referencia *femenil* (que aparece 3 veces en solitario y 2 acompañando al término selección), porque esto supone que el equipo es valorado por ser una *selección nacional*, independientemente de ser un equipo conformado por mujeres; *femenil*, en un inicio, hace una distinción genérica que no lleva implícita ninguna valoración:

M. G. Bueno pues hoy *la femenil*, mañana, por supuesto tendremos la actividad aquí en  
50:13 Televisa Deportes de la selección varonil, la selección de Ricardo Antonio Lavolpe,  
(P1) bueno, han transcurrido ya los primeros 45 minutos de este partido en la cancha de estadio Azteca...

A diferencia de estos términos, las otras nominaciones resultan más confusas por las diferentes alusiones que conllevan, como el caso de *las muchachas*, que también constituye un recurso que, en la misma medida que *las nuestras* o *los nuestros*, indica cierta familiaridad. *Las chicas*, en cambio, presenta un mayor problema de interpretación, puesto que este término no es tan usado dentro de las narraciones para los partidos varoniles; de hecho, *los chicos* alude directamente a las divisiones menores de la selección (las *sub*). Referido a la selección femenil indicaría que, independientemente de la categoría de edad, la selección femenil es concebida como una división menor:

G.G. ...El hecho de que este estadio este al 75 por ciento y que la transmisión esté seguida y  
53:43 puedo apostar, por el ochenta por ciento de gente que está en línea directa con alguna  
(P3) mujer que practica el fútbol de manera organizada lo comprueba. Yo espero que estas *chicas* logren cualquiera de las dos cosas

*Las chicas* se convierte, al igual que *las niñas*, en una nominación que disminuye a las futbolistas:

R.S. ...sí hay diferencias muy importantes y que, espero que en esta situación de 1:01:48 mencionarlles que unas juegan en el Rayo Vallecano y otras en Suecia, pues *las niñas* (P2) *mexicanas* no es así, varias juegan en Estados Unidos que es una liga muy competitiva...

Si se está hablando de *las nuestras* y de *la selección* para referirse al valor del equipo como *representantes nacionales* ¿por qué disminuirlo? La razón parece encontrarse no tanto en el valor del equipo en cuanto a *representativo nacional*, sino en cuanto a *equipo femenino*, como se infiere en la siguiente nominación:

A.B. Sí, bueno, su majestad, la condición física, en cualquier deporte ya la preparación 51:31 físico atlética es parte fundamental y *estas atletas, porque ya son verdaderas atletas*, (P1) la verdad lo hacen bastante bien...

Una primera intención de esta referencia es resaltar la categoría de *atletas* como una forma de referirse a las futbolistas, pero en realidad conlleva una concesión aparente: el énfasis recae en la sentencia *ya son verdaderas*. Esto sugiere la idea de que en un tiempo anterior, las mujeres que jugaban al fútbol *no eran atletas* (y ahora *ya lo son*). A los jugadores no se les aplica el *ya son verdaderos*, porque ellos *siempre*, desde el momento en que empiezan a jugar, lo son. La concesión es que hasta ahora que ellas han *alcanzado la condición*, se pueden considerar *verdaderas atletas*.

Otro elemento que indica desvalorización es el uso ocasional de diminutivos. En general, las jugadoras se nombran en relación a su posición dentro del campo (*la defensa, la delantera, la medio campista*). No obstante, cuando esta posición se nombra en diminutivo (1 referencia), se vuelve negativa:

A.B. A mí me parece que tiene fallas estructurales en la parte baja el equipo mexicano, 2:02:53 salen bien jugando, pero en la marca son, me parece, inocentes todavía, lo mejor que tiene el equipo mexicano es su cuadro de adelante y *la porterita* que está, está bastante solvente.

M.G. Sí, sí, *Tajonar, la portera, Pamela Tajonar*, que tuvo una, una intervención inclusive, 2:03:00 Japón, vamos a decirlo así, tuvo oportunidad clara, después de aquella anotación tuvo (P1) un oportunidad clara donde *Pamela Tajonar aguantó muy bien*...

Aquí la nominación resulta contradictoria: aunque se trata de resaltar la *solvencia*, se usa el diminutivo *la porterita*, en vez de *la portera* o del nombre de la jugadora. Esta disminución, si bien puede aludir a la edad (es joven) o la estatura (es baja), resulta negativa al no aclarar a que se refiere, presumiendo una depreciación de la labor de la portera; más aún, la expresión *está bastante solvente* parece describir cualidades físico-estéticas más que capacidades deportivas: *ser* solvente, buena, o dotada no es igual a *estar* solvente, buena o dotada. Dicha desvalorización no pasó desapercibida por otro de los locutores que inmediatamente trató de atenuarla dando el nombre de *la portera*.

Otro recurso común dentro de las narraciones de partidos varoniles es referirse a los jugadores por apodos; recurso que en el fútbol femenino casi no aplica. Esto pudiera obedecer al desconocimiento tanto del público como de los narradores sobre los apodos de las participantes. Este desconocimiento se hace más evidente cuando se utilizan los apodos sin precisar a quién se está nombrando:

G. F 1:04:13 (P3) Así es, alternándose también, entre otras, pues ha pasado por aquí Charlyn Corral, que ahora ya está sentada, está ahora, “*la Muppet*”, *la número 13*, está también Lety Villalpando, ahí va nuevamente Charlyn ante la algarabía del público, pues ella es mexicana, así que ya sabrán.

El problema con *la Muppet*, es que no se dice quién es, a diferencia de otras compañeras de quienes sí se especifica el nombre. La número 13, María de Lourdes Gordillo, de quien no se aclara el nombre en todo el partido, queda oculta tras una comparación con una marioneta, lo cual menoscaba su presencia en la cancha.

Tanto el uso de diminutivos, las nominaciones y las concesiones aparentes señaladas hasta el momento implican una desvalorización que inicialmente no remite a una falta de capacidad deportiva; por el contrario, se encuentran dentro de comentarios que buscan resaltar las actuaciones (por eso resultan

contradictorios). La desvalorización se relaciona, como se había esbozado anteriormente, con el hecho de que *son mujeres* y más allá del ámbito deportivo, *ser mujer* conlleva, dentro del orden de género, una valoración social *diferente* por no decir *menor*.

Por eso, resulta difícil nombrar a las participantes desde formas que no reiteren ese *ser mujeres*. Una nominación que ejemplifica lo anterior es aquella que indica el *status* de *señora* (2 referencias) y *señorita* (10 referencias). En una primera acepción, los términos *señora* y *señorita* diferencian el estado civil: la primera es casada, la segunda es soltera (y en otros términos a los que también aluden estos conceptos: una ya comporta una sexualidad activa y la otra no). Pero en las transmisiones este tipo de distinción resulta innecesario: el estado civil de las participantes (así como su actividad sexual) es irrelevante para la descripción del partido.

Es decir, no se sabe si tal jugadora es *señora* o *señorita* por estar casada o no, pero en el peor de los casos, no se tiene porqué saber: en la cancha, solteras o casadas, son *futbolistas*. Existe también la posibilidad de que estos términos tengan la intención de señalar jerarquías (por rol o por edad), ya que la *señora* se relaciona con *la árbitro*, mientras que *la señorita* se aplica por lo general a las jugadoras:

E.L. El balón caía pero ya lo había medido bien *la señorita* Fukumoto. ¡Vámonos al tiro de  
11:50 esquina! ¡cuatro mexicanas en busca del remate, aquí viene el servicio, Mónica contacta  
(P3) con plena rodilla!...Maribel Domínguez no pudo contactar de manera contundente y el  
balón con *la señorita* Fukumoto...

*La señora*, en este caso, tendría sobre *las señoritas* mayor jerarquía, más años, más experiencia o más poder:

E.L. ... ya se señaló, están metiendo fuerte la pierna las japonesas, parecía que había dado la  
33:28 infracción, *la señora* Nicole Petignat, pero simple...al final de cuentas dijo que no.  
(P3)

Pero este tipo de distinción también resulta innecesario considerando que, aplicado a los partidos varoniles, no existe diferenciación: *señor* puede ser el árbitro, el entrenador, o los jugadores; es decir, *señores* son todos. Así, mientras para los hombres no importan ni la jerarquía ni el estado civil, para las mujeres existe una diferencia entre ser *señora* y *señorita*. Esta distinción sugiere en ambos casos la idea de feminidad. *Señora* comporta cierta *elegancia*, *jerarquía*, e incluso cierto *poderío*; *señorita* alude a la *gracia*, *la juventud*, *la candidez* y *la honorabilidad* (relacionada directamente con la actividad sexual). Las dos nominaciones indican un rol, un *status* y unas cualidades que el orden de género prescribe para las mujeres. Futbolistas o no, las mujeres no dejan de ser *señoras* o *señoritas*.

Esta idea de *feminidad* se manifiesta en otra representación específica de las mujeres:

J. P. ... donde nuestras jugadoras tendrán que aprovecharlo, están abajo uno por cero pero  
1:17:20 casi se ha llenado el estadio Azteca para poder presenciar este partido desde 1971 de  
(P1) aquel mundial femenil, no volvía a haber *fútbol de damas* en la cancha del estadio  
Azteca...

Al igual que el caso anterior, el término *dama* implica *distinción*, *delicadeza*, *fragilidad*, *elegancia* y otros atributos de la representación de la *feminidad*. El problema radica en que al usarlo en un ámbito como el deporte, resulta la idea de que las jugadoras, antes que cualidades de futbolista, poseen cualidades de *damas*.

Por un lado, esta referencia resalta la división entre el desempeño de hombres y mujeres: el fútbol varonil, es simplemente eso, fútbol de hombres (no *fútbol de caballeros*); el fútbol femenil, en cambio, es fútbol de damas, es un fútbol *delicado*, *frágil*, *elegante*. En contraparte, pudiera pensarse que esta nominación se usa para contravenir la idea de que el fútbol *masculiniza* a las mujeres, resaltando el hecho de que *a pesar* de que jueguen fútbol, siguen conservando su esencia *de damas*. Sin embargo, esto también resulta discriminatorio, porque el énfasis recae en la *feminidad*, la cual impone ciertos rasgos que todas las mujeres, *aunque* jueguen fútbol, deben observar.

Entonces, a las jugadoras se les refiere bajo un conjunto de concepciones sobre su género, que además las diferencia radicalmente de los hombres. Esto resulta más claro en el siguiente comentario:

A. B. Comentábamos en el partido, Déborah, que *así como decimos “¡qué pantalones!”* 2:01:15 *del equipo mexicano a veces, hoy “¡qué faldas!”* ¿no?, porque muy bien...  
(P1)

La actuación resulta buena porque se realiza *como* los hombres; *así como decimos “¡qué pantalones!”* establece una comparación con el equipo varonil. Más aún, se refuerza una clara diferenciación genérica: los hombres usan *pantalones* y las mujeres *faldas*. Esta diferenciación no sólo implica el uso de ciertas prendas, sino además una división de labores y cualidades para cada género. *Los pantalones*, amén de ser la prenda masculina por excelencia, envuelven la noción de poder para dominar: “*llevar los pantalones*”, “*tener muchos pantalones*”, “*bien de escudos y blasones pero mal de pantalones*”, son sólo algunas muestras del habla que reflejan la idea de que quien lleva *los pantalones* manda.

En cambio, *las faldas* las usan las mujeres (aunque en la mayoría de los casos esto ya no corresponde, la idea se sigue sosteniendo) y por lo tanto se asocian con todo aquello que compete al mundo femenino. Pero, a diferencia de los pantalones, las faldas no aluden a ninguna cualidad positiva: “*andar en líos de faldas*”, “*no despegarse de las faldas de la madre*”, “*faldas largas algo ocultan*” implican el concepto de *mujer* como un *ser problemático*.

En este caso, el uso de *faldas* y *pantalones*, además de reforzar estos estereotipos, supone la creencia de que después del partido, donde todos usan “*shorts*” para jugar, los jugadores vuelven a sus *pantalones* y las jugadoras, a *sus faldas*, es decir, vuelven a ser *auténticas mujeres*. El imperativo es entonces que las mujeres deben conservar su *esencia*:

J.P. Me parece que después de ver esto hoy, más niñas pueden estar interesadas en jugar 1.51:00 fútbol, además déjenme decirles que *¡se ven muy bonitas jugando al fútbol!* Iris  
(P1) Mora, Iris, el toque hacia atrás ...

Por un lado, implica una invitación a las *niñas* a jugar fútbol, señalando como una posible causa el hecho de que la transmisión contribuye a la difusión del deporte (lo que habla de una conciencia del papel de los medios como catalizadores de la actividad deportiva). Sin embargo, se refuerza el precepto de la mujer como *bonita*. Aquí se vuelve a manifestar la idea de que el fútbol *masculiniza* a las mujeres; por eso, para evadir el *peligro de la masculinización*, se resalta la *belleza*, como una cualidad femenina que, en las canchas o fuera de ellas, define a la mujer.

Lo que se puede ver es que por ser una *representación polémica*, el fútbol femenino se nombra en una alusión permanente a la *feminidad*: las *señoritas*, *chicas*, *damas*, *bonitas* que juegan al fútbol hacen más asequible aceptar este hecho. En la búsqueda de contextos “adecuados” para la nominación de las futbolistas, se cae en el desliz de recurrir a los estereotipos de género. Empero, hay que reconocer que resulta difícil nombrarlas fuera de estas concepciones porque, como se ha detallado en el primer capítulo, ninguna representación se realiza en el vacío, sino que remite a un orden discursivo determinado que es este caso es el orden de género. Por mucho que se acepte su presencia en las canchas, el fútbol femenino sigue constituyendo una alteración de dicho orden, y una manera de amortiguar la extrañeza es recurriendo a los elementos arraigados para caracterizarlas en las formas culturalmente aceptadas de *ser mujer*.

Como se ha venido comentando, la referencia a la *feminidad* pudiera obedecer a la intención de atenuar la idea de que el fútbol *masculiniza*. Lo negativo de esta cuestión es que se sigue atribuyendo una *feminidad* para las mujeres y una *masculinidad* para los hombres, con características, prescripciones y espacios diferenciados, lo que limita el reconocimiento de sus capacidades. Para los hombres, en tanto futbolistas, lo importante es que *ganen*; para las futbolistas, en tanto mujeres, lo importante es ser una *dama*, una *señorita*.

Bajo estas consideraciones, la aparición del término de *once guerreras* (1 referencia) trae dos tipos de ideas opuestas. Por un lado, indicaría una leve disposición a nombrarlas fuera de los marcos de la *feminidad*: como mujeres fuertes, agresivas, belicosas, en completa oposición a las *damas*. Esta nominación aparece hasta el 2007, justo en el partido donde los términos *señora* y *señorita* fueron más comunes, lo que objeta este supuesto.

Queda entonces otra explicación: la masculinización que incongruentemente se busca atenuar. Así como los jugadores son *guerreros* (con todas las implicaciones de este término) las mujeres que participan en el fútbol son *guerreras*; pero más que por poseer estas características de agresividad, fortaleza o belicosidad, son *guerreras* porque imitan a los hombres. La aparición de este término se puede relacionar directamente con el título de la intensa campaña publicitaria en torno a la actividad deportiva de la selección varonil a transmitirse durante el verano de ese mismo año, titulada “en busca de los once guerreros”. No sería pues, improbable, que el origen de dicha nominación para las futbolistas tuviera que ver con la mencionada campaña, lo cual remite a otro elemento constante en la representación del fútbol femenino: su referencia comparativa a *los hombres*.

#### **4.2.2.- El hombre es la medida de todas las cosas: las comparaciones**

En el capítulo tercero de esta tesis se analizaba como la tardía incorporación del fútbol femenino al deporte institucionalizado las ha colocado en una desventaja frente a la rama varonil. Pero esta desventaja, que encierra condiciones desiguales de desarrollo, ha generado el supuesto de que lo que se busca es *jugar* como los hombres, cuando en realidad se pretende *jugar* con las mismas oportunidades. Bajo este supuesto, el fútbol varonil ha constituido la medida para las actuaciones de las mujeres.

Lo anterior resulta más evidente en el análisis de las comparaciones, entendidas como las relaciones de semejanza entre dos partes. A través de los nexos *como*, *tal*, *cual*, *parece*, etc., es posible identificar cualidades que se les atribuyen a las participantes de acuerdo a aquello con lo que se comparan. Inicialmente, se pensaba que al igual que en el fútbol varonil, las transmisiones

establecerían semejanzas de las jugadoras con animales (animalizaciones), cosas (cosificaciones) o ideas (símiles); esto es, así como se nombra a los jugadores como *el gatillero* Palencia, *el gato* Marín, o *el tanque* Denis para aludir a sus cualidades, se nombrarían también a las jugadoras. Sin embargo, el análisis reveló una ausencia de este tipo de comparaciones, mostrando en cambio que las jugadoras sólo se contrastan con *los hombres*.

A lo largo de las transmisiones analizadas, se localizaron pocas comparaciones, la mayor parte de las cuales se establece en relación con el deporte varonil. La primera subraya la habilidad de una jugadora en asimilación con la habilidad de jugadores de otros deportes:

J. P. ...disparo ¡ah! ¡Pamela Tajonar nos puso a sudar a todos, pero a todos! ¡Se quedó con  
1:30:15 ese balón, *como un auténtico receptor de fútbol americano, un esquinero* más bien,  
(P1) interceptando, por un milímetro, caray, y se va, Anselmo!

Esta comparación, que aparentemente busca destacar las cualidades de la portera, resulta negativa al establecerse en relación a un deportista varonil; es decir, su actuación fue buena porque lo hizo *como un auténtico receptor de fútbol americano*. Sin duda, no tendría el mismo impacto si se dijera que lo hizo *como una auténtica receptora de fútbol americano*; primero, porque el fútbol americano es otro de los deportes (quizás el más reacio) que se opone a la participación de las mujeres, y por lo tanto, no existen referencias en el mundo profesional (ni en los medios) de jugadoras. Y segundo, porque el mérito radica en haberlo hecho tan bien *como un hombre*; aun si existieran referencias femeniles del fútbol americano, se consideraría que *los jugadores* serían mejores que éstas.

Una idea semejante encierra la siguiente comparación, que resalta *el atrevimiento y la osadía* de la jugadora a través de una figura, que aunque muy propia de la cultura japonesa, es masculina:

A. A. Sí, peligrosísimo el servicio, se lanzó como *un auténtico kamikaze* la delantera  
1:11:07 japonesa, y estuvo a punto de meter el gol ...  
(P1)

*Los guerreros kamikase* representan a hombres decididos a sacrificar su vida por una causa (originalmente, el imperio japonés), cuyo código de conducta insiste en la valentía y el honor como virtudes. Al comparar a la jugadora con un *kamikaze* la intención es preponderar su valentía, pero al mismo tiempo se refuerza la idea de que este atributo es exclusivo del género masculino; no se usan, por ser poco comunes, figuras femeninas que posean esta cualidad. Además de aludir a un atributo varonil, esta comparación supone que la acción que ella realiza constituye un comportamiento masculino: *lo hace como un auténtico hombre*.

Aunque se entiende la vinculación con el deporte varonil por ser el más difundido, no se puede dejar de criticar que se defina a las jugadoras en función de su *semejanza* con los hombres:

E. L. ...el control ya es defensivo por parte del Japón, viene la salida con Sawa, dejando en 28:44 el espacio largo a ésta, la número nueve, Arakawa, Eriko, que ya no llegó. ***Eriko Arakawa, no sé porqué, pero me acuerdo de los años mozos..***

G. G. ***¿De los Jackson Five?***

29:07

E. L. No, ***del buen Leonardo Cuellar***, director técnico de la selección nacional

29:09

G. F. Oye, lo mismo le dijimos en Japón y nos dijo, ***“no, a mí me recuerda a Muñante”***. Ya 29:11 están calentando dos, no sé decirte quienes, sería muy aventurado decirte quién...

**(P3)**

Este comentario presenta varias atenuantes. De inicio, aparece como una acotación “amena” que subraya cierto aspecto de la apariencia de la jugadora, un recurso que suele aplicarse en las narraciones deportivas para romper la formalidad. El problema aquí se deriva de que en relación a este aspecto (*la melena*), se establece una comparación con tres sujetos, todos *hombres*: *los Jackson Five* (un grupo de cantantes afro - americanos), *Leo Cuellar* (ex - futbolista, actual director técnico de la selección femenil) y Juan José *Muñante* (ex -futbolista).

Entonces, la asimilación de la jugadora con estos hombres se realiza con base en la apariencia física: *parece hombre*. Es decir, no se le compara con estos jugadores o con estos cantantes por su capacidad o talento, sino simplemente, por su *melena*. Tampoco se establece una comparación con mujeres que también han usado ese estilo de cabello (el estilo afro) sino con *los hombres*. Pudiera pensarse no se hizo porque la mayor parte de las referencias femeninas con este tipo de *melena* son artistas, cantantes o actrices, y lo que se buscaba era un ejemplo dentro del mundo deportivo. Pero esto se anula cuando se introduce una comparación con artistas varones y cuando se considera que también existen mujeres deportistas con ese estilo de peinado. En el último de los casos, el peinado, como cualidad de la jugadora, resulta irrelevante; pero se torna negativo al calificarla por su apariencia *similar* a la de ciertos hombres.

Si bien estas comparaciones pretenden de entrada resaltar cualidades y acciones de las jugadoras, terminan instaurando una premisa indiscutible: en el deporte femenino, el referente son los *hombres*. Dicha premisa se refuerza en otros comentarios (9 referencias) que a lo largo de las transmisiones buscan detallar la calidad del fútbol femenino en comparación con el varonil:

D. R. ... y fíjate que hay algo que a mí me llama mucho la atención, al ver a las 50:43 seleccionadas, *creo que ya no veo tanta diferencia entre el fútbol varonil y el fútbol (P1) femenino, hubieron de repente unos despejes muy largos, con una fuerza impresionante, y yo creo que ya nos estamos codeando, ¿eh?...*

Aquí se presenta un énfasis de contraste entre fútbol femenino y varonil que resulta negativo porque este último termina siendo la medida que certifica el buen desempeño. *Los despejes largos, la fuerza impresionante* se presentan como elementos ajenos que las jugadoras apenas han alcanzado y que en oposición, en el fútbol varonil siempre han estado presentes: hay diferencia pero *ya no tanta*. Así, el mérito del fútbol femenino es *estarse codeando* con los hombres. De esta forma, la actuación de las jugadoras, en vez calificarse por parámetros de rendimiento deportivo, se hace en función de los varones:

A. B. Ni una roja, y ve, *impresionante el juego, el tiempo efectivo de juego, treinta y dos 1:04:48 minutos, que es muchísimo más alto que la media de los partidos de varones, que (P1) son más o menos veinticinco minutos.*

Lo *impresionante* no resulta ser el tiempo efectivo de juego, sino que ese tiempo efectivo sea mayor al de *los varones*. Que lo hagan bien es notable, pero que lo hagan *mejor que los hombres* es simplemente *impresionante*. La estimación se establece de acuerdo a si se hace *tan bien* o *mejor* que los varones:

A. B. ...la verdad, me parece que ha sido bien jugado, con una marca interesante de Japón,  
51:31 con México ya con mucha más posesión de pelota y un *muy buen arbitraje de esta*  
(P1) *señorita Liliana Toro, que dirige mucho mejor que muchos colegas masculinos.*

El calificativo *buen arbitraje*, de entrada positivo, tiene una concesión aparente, que es la de *dirigir mucho mejor que los colegas masculinos*. Es decir, el *buen arbitraje* no está referido al partido en sí, sino a su comparación con los *hombres* que realizan la misma labor. Es superando a éstos que la actuación de las mujeres adquiere notoriedad:

M. G. ...Ha salido ya Leonardo Cuéllar a dar las primeras indicaciones *en esta oportunidad*  
12:21 *histórica para el fútbol mexicano, ya no digamos femenil, sino también, bueno en*  
(P2) *ambas ramas, me parece que lo ha hecho mucho mejor esta selección femenil, así*  
*que con la gran oportunidad histórica para nuestro fútbol.*

*Hacerlo mucho mejor* no significa lo mismo que *hacerlo bien*, porque la primera sentencia establece una valoración en relación a algo más, y este algo más es la selección varonil. Así pues, la lógica de esta constante comparación, que se fundamenta en que el fútbol varonil es más popular, provoca que todo termine refiriéndose a *ellos*. Por ejemplo, un recurso común dentro de las narraciones deportivas es el dar a conocer el lugar de origen de cualquier deportista, a manera de comentario informativo. En estas transmisiones, aunque solamente se encontraron cuatro menciones respecto a esto, vale la pena resaltar la asociación que se realiza en una de ellas:

J. P. ¿Quién entra?

1:16:00

G. F. Janeth Palmira Siorda, de Tepic, Nayarit

1:16:02

J. P. Muy bien, pues ya tenemos en la cancha a *Janet Palmira Siorda, directamente desde Tepic,*  
1:16:05 *Nayarit, que ha dado algunos jugadores importantes para nuestro fútbol varonil...* Aquí está  
(P1) *teniendo el balón Emi Yamamoto, afuera ese esférico...*

Aquí se da una explicación que resulta relevante porque indica la importancia del lugar en función de *los hombres* que ahí han nacido. Esto es, el lugar deja de ser referencia de la jugadora para convertirse en referencia de *algunos jugadores importantes para nuestro fútbol varonil* (no se dice quiénes, como si la gente supiera cuáles son). La jugadora *Janet Palmira*, que también nació en este lugar, no es referente en primera, porque no es *importante para el fútbol*, y en segunda, porque no es *hombre*.

Bajo esta lógica, el fútbol varonil termina siendo el paradigma de lo que se *debe* lograr:

E. L. ... A media semana hubo magia en esta cancha del Nemesio, en Copa Libertadores, en 5:40 donde el Toluca venció 2-0 a Boca Juniors, *esperamos que haya quedado muuucho de (P3) esta magia para la selección mexicana de fútbol*, en este partido que se va perdiendo en la serie con un marcador de dos por cero...

*La magia* la ejerció un equipo varonil que venció a otro, es decir, que supo cómo obtener el triunfo. Solamente por medio de *muuucho de esa magia* podrían las futbolistas igualar el resultado; el buen fútbol, el fútbol de hombres, se transmite a las mujeres *por contagio*:

E. L. Llegaron desde el inicio de semana, aquí a la capital del estado de México, la femenil 42:03 también, de hecho vinieron a ver el partido de Toluca frente a Boca Juniors, les (P3) reservaron su lugar ahí en primera fila y fueron muy aplaudidas el miércoles pasado. *Todo parece indicar que sí hubo cierto contagio del buen fútbol a media semana pero falta más, falta, falta, falta más ...*

*Magia y contagio* insinúan la idea de que el buen fútbol sólo puede presentarse de manera extraordinaria en el fútbol femenil. Y lo extraordinario radica poder jugarlo al parejo que los hombres *aun* siendo mujeres. Aquí resulta evidente que se sigue hablando de las mujeres como parte subordinada de la masculinidad; el fútbol se piensa como *fútbol varonil*, y las mujeres que lo juegan no conforman un espacio referente de sí mismo, sino una imitación de aquel. Aunque su presencia en las canchas, *evidente* en la transmisión de los partidos, constituye una prueba de la “conquista” de espacios, los parámetros marcados por lo masculino son los que definen la calidad. De esta manera, se

sigue privilegiando un género sobre otro, estableciendo una jerarquía que resulta discriminatoria: las mujeres que no *juegan como los hombres*, no juegan bien.

El contraste de las comparaciones en relación a las nominaciones es que la representación del fútbol femenino impone dos condiciones: que en tanto *femenil* reproduzca las características de la *feminidad*, pero en tanto *fútbol*, se juegue como lo hacen *los varones*. Como se ha dicho, esta contradicción se debe a que el mundo del deporte se rige por los estatutos de lo masculino, al grado de que existen ámbitos donde la presencia de las mujeres no se puede concebir, y por lo tanto, se oculta, como se verá a continuación.

#### **4.2.3. - Ni son todos los que están, ni están todas las que son: la sobrerrepresentación.**

Dentro de los estudios de género, diversos trabajos han mostrado cómo a través de la lengua se mantiene la división y jerarquización de los sexos. En todos éstos, se ha resaltado la necesidad de nombrar a hombres y mujeres como tales dentro de sus realidades, ya que éstas no son siempre coincidentes; y este aspecto, que alude a construcciones culturales, va más allá de un comúnmente malentendido (y muchas veces ridiculizado) problema de género gramatical.

En la gramática española, al género gramatical se le ha atribuido un significado concreto: marcar el sexo de aquello a lo que se refiere la palabra. Los estudios de género, empero, han destacado el hecho de que el genérico masculino tenga dos acepciones (nombrar a los machos y a la totalidad) mientras que el genérico femenino posea una sola (nombrar a las hembras). Así, el género gramatical, cuya función de origen es designar el sexo (como realidad natural) se usa para establecer una realidad cultural: la subordinación de las mujeres a los hombres en lo que se conoce como *sobrerrepresentación*.

El inconveniente de la sobrerrepresentación ha surgido especialmente en el ámbito laboral: la incorporación de las mujeres a espacios considerados masculinos ha generado la dificultad de nombrarlas dentro de los mismos. En el caso particular del deporte, se ha señalado que éste surgió como parte fundamental de la masculinidad hegemónica; por ende, la mayoría de los términos designan participantes varones. Ahora que la mujer se ha incorporado a

esta actividad en competiciones y deportes mayoritarios, el problema de nombrarlas es frecuente. La solución ha sido seguir la tendencia académica de generalizar el femenino a los nombres de cargos, títulos y profesiones cuando son desempeñados por mujeres (*catedrático- catedrática, médico-médica, ministro-ministra, juez- jueza, etc.*). Pero esto ha derivado en un buen número de confusiones y desacuerdos.

En las transmisiones de los partidos de fútbol femenino, la figura más problemática resulta ser *la árbitro*. Si la incursión de las mujeres al fútbol es reciente, su dedicación al arbitraje lo es más, y por lo tanto, resulta menos común. No obstante, la Real Academia de la Lengua ya registra la palabra con dos entradas; así, hablamos de *árbitro* si es hombre y *árbitra*, si es mujer. Sin embargo, esta distinción no es usada dentro del periodismo deportivo: para referirse a la figura encargada del orden se usa siempre el término *árbitro* (38 referencias) sin importar su género.

Una primera razón de esta inclusión al genérico obedece a la complicación que se genera al conjuntar el término *árbitra* con los artículos determinados. Las reglas lingüísticas estipulan que cuando un sustantivo comienza por la letra “a” tónica debe usar artículos masculinos (aun cuando el sustantivo sea femenino) para evitar la cacofonía; así, lo correcto es *el árbitra* en vez de *la árbitra, un árbitra* en vez de *una árbitra*, etc. Pero en plural, los artículos sí van acorde al género gramatical: *las árbitras, unas arbitras*. La complicación es que este uso, aunque se encuentre regulado y establecido, no está difundido, ni se usa porque parece incoherente. La opción que queda es usar el genérico con el artículo femenino, con todo y la cacofonía: el término *la árbitro* (27 referencias) designa a las mujeres que se dedican al arbitraje.

Tampoco éste resulta libre de dificultades; de hecho, en algunos casos, se presenta una clara confusión respecto a la manera correcta de nombrar:

G. F. Sí, muy atenta *el árbitro central o la árbitro central*, Marta Liliana Toro Prado...

19:18

(P1)

La confusión no radica en decir *árbitro* o *árbitra*, sino en el artículo a emplear, lo que ocasiona que *la árbitro* se convierta en *él* (12 referencias):

J. P.      Acomoda la distancia Liliana Toro, *la árbitro* colombiana, es una jugada de peligro,  
1:23:58      quién le va a pegar, ¡el disparo que se estrella en la barrera! Maribel, ahora Fátima,  
(P1)      otro tiro más, ¡se pide mano, no hay nada! dice *el árbitro*, y después tres van para acá  
a discutir...

A esto se suma la inercia de las narraciones que ante la falta de costumbre de ver a una mujer encargada del arbitraje, siguen refiriéndose a *ella* como si fuera un hombre. Así, más que el problema del artículo gramatical, la cuestión cultural es la que determina el uso de un término por otro; el arbitraje sigue siendo una profesión referida al género masculino. De esta forma, a pesar de que en estos partidos las encargadas de esta labor son *todas* mujeres, se les nombra como *los árbitros* (3 referencias):

M. G.      ..y la verdad es que, lo comentábamos aquí durante el partido, *ninguna* de las que  
2:01:38      están en el terreno de juego, contando *a los árbitros*, contando lógicamente a las  
(P1)      jugadoras, jamás habían vivido un partido así...

Aquí resalta el hecho de que aunque se utiliza *ninguna de las que están en el terreno de juego* como una clara especificación de la presencia de mujeres, el arbitraje se adjudica a *los árbitros*, inexistentes en estos encuentros. Se infiere que más que la palabra, es la figura del arbitraje la que resulta difícil de concebir como una profesión realizada por mujeres, incluso cuando se usen otros vocablos, tales como *juez* en vez de *jueza*, o *cuarto oficial* en vez de *cuarta oficial*:

E. L.      ...observa la jugada aquí en el corredor del área, están señalando saque de meta, *la juez*  
15:18      *central* Nicole Petignat ¿Cómo están las cosas en la banca Gaby?  
(P3)

G. F.      Así es, allí tienen ya la tarjeta, Leonardo Cuellar dialoga ahora con *la cuarto oficial*  
1:22:43      porque está cambiando de última hora la modificación...  
(P3)

Nuevamente las reglas gramaticales influyen en la confusión: el vocablo *cuarto*, como numeral ordinal, presenta variaciones de acuerdo al género de la palabra que acompaña. Pero *oficial*, referido a rangos, solamente admite una entrada (la palabra *oficiala* existe en relación con ciertos oficios manuales). Así,

dado que *oficial* se percibe con género gramatical masculino en vez de común, se utiliza *cuarto* y no *cuarta*.

La inconstancia del uso de estos términos indica sobre todo una falta de costumbre: puede que sí se conozcan algunas de las expresiones correctas pero la inercia arrastra hacia el error de la sobrerrepresentación. Esto se manifiesta claramente en las designaciones de la posición de las jugadoras. En general, se usan sin problema *la defensa*, *la medio campista*, pero se suele confundir *la portera* con *la portero* (2 referencias), *la centro delantera* con *la centrodelantero* (2 referencias) y *la arquera* con *la arquero* (3 referencias). Al igual que en los casos anteriores, *ellas* terminan por ser nombradas como *el portero* (1 referencia), *el arquero* (7 referencias), o *el jugador* (4 referencias):

G. G. ...llevaba la marca de dos defensas, *el arquero ligeramente adelantado*, y con esa  
1:10:25 visión y esa técnica que tiene Maribel...

(P3)

R. S. ... entonces, pues allá va otra vez el equipo mexicano que tiene *un jugador menos*,  
1:38:55 pelota bien servida, allá va Evelyn, Evelyn trata de filtrar el servicio, pero ¡qué buen  
(P2) trabajo de Juliana! ...

La confusión de *ellas* por *ellos* no lleva una intención explícita de ocultamiento, puesto que cuando los locutores se dan cuenta de su error buscan corregir la nominación que hacen:

R. P. ...¡aquí viene Mónica Ocampo, está entrando al área, levantó la vista, metió centro,  
1:18:39 no hay remateeee! ¡ la pelota pedía a gritos *un rematador, una rematadora* pero no  
(P3) llegaron!...

R. S. Sí, la potencia fue demasiada para el movimiento de *nuestro port...nuestra portera*  
1:16:24 que no pudo llegar a ese balón, así que un cinco por cero durísimo, hasta el  
(P2) momento...

R. P. ...vamos a esperar, para darles con más precisión, el parado del equipo mexicano y  
9:54 desde luego *de los...las jugadoras* de Brasil...

(P2)

No obstante, en la mayoría de los casos, esta inclusión pasa desapercibida. Así, más que un problema gramatical, se nota una inercia cultural: la de nombrar a *las mujeres* como parte de *todos*:

E. L. ...Ojo, se está poniendo en riesgo el balón en zona muy importante, y *los japoneses* no  
39:41 esperan y no perdonan...

(P3)

R. S. Desesperada Maribel Guardia, gritando, incluso diciéndole cosas a *el árbitro* pero,  
1:05:15 pues no, no camina el equipo mexicano, es mucha la seguridad de *los brasileños*,  
(P2) Marta tocando el esférico hacia delante, otra pelota filtrada, sale bien Tajonar...

En ambos casos, la inclusión al genérico resulta inadecuada, porque resulta que *los japoneses* y *los brasileños* que se encuentran jugando son *mujeres*.

Lo que se puede ver es una falta de coherencia respecto al uso de masculinos y femeninos de ciertas palabras, que aunque estén reglamentadas lingüísticamente, no terminan por afianzarse en el uso. Para algunos sectores académicos (tanto lingüísticos como feministas), la feminización de estos vocablos refuerza la idea de esferas separadas, de mundos de *hombres* y *mujeres* sin relación; así, la propuesta es disociar el sexo y el género gramatical, concibiendo a las palabras con un género común, que sirva para designar a todos los sujetos que pertenezcan a esa categoría (*el gerente, el animal, la bestia, la jirafa*, pueden ser hembras o machos). La dificultad es que algunas palabras comportan todo un *status* cultural que no se resuelve con un genérico común: *la jirafa* puede ser hembra o macho, pero *el abogado, el panadero, el árbitro*, siempre será *hombre*.

La cuestión es pues más vasta y compleja del problema del género gramatical. Como convención social, la lengua responde en parte a un cierto estado de cosas; y si la lengua estableció nombres masculinos para ciertas profesiones es porque en su momento, éstas eran realizadas sólo por hombres. Si la realidad cambia, la lengua, en tanto convención, también lo debe hacer, pues su propósito es nombrar y comunicar esa realidad. Mientras se sigan nombrando (o más bien dejando de nombrar) de la misma manera a las mujeres que

participan en el deporte, que ejercen el arbitraje, que se dedican a la medicina, o que conducen un auto, se limitan las posibilidades de que otras se incorporen a estos rubros.

La duplicación de los términos sólo se arraigará y dejará de parecer “extraña” o “ridícula” en la medida en que se use, y su uso en los medios puede ser un catalizador de este arraigo. Sólo esto convertirá a *el árbitra, la cuarta oficial, la jueza*, y otras expresiones en maneras legítimas de nombrar, que más allá de las modificaciones gramaticales, manifiesten una verdadera aceptación de la participación de las mujeres.

#### **4.2.4.- Este equipo tricolor tiene mucho corazón: las calificaciones.**

Hasta ahora se han revisado sólo las formas de nombrar, bajo el supuesto de que algunas de estas nominalizaciones llevan valoraciones implícitas. Pero en las narraciones también se hacen descripciones basadas en valoraciones adjetivas de los actores y los acontecimientos, que constituyen una *calificación* directa, es decir, se resaltan cualidades específicas a través de las cuales se representa al fútbol femenino.

Toda transmisión deportiva lleva contenida, además de la crónica, una valoración de lo hechos, por lo cual es frecuente el uso de ciertos calificativos como *bien, bueno, mal, malo*. En el caso de este análisis no se están tomando en cuenta dichos calificativos cuando aluden a la jugada narrada, sino sólo cuando se presentan como una información extra, referidos a cualidades de las jugadoras:

A. R. Híjole, en la media cancha hay dos jugadoras Fátima, Fátima Leyva y Mónica Vergara  
15:44 que... *tienen muy buena técnica individual, también saben salir jugando muy bien*, y  
(P1) creo que si ellas pueden... este, agarrar el balón y empezar a tocar, podemos...

Empero, en este último sentido *buena o bien* no son calificativos recurrentes dentro de las narraciones. El término de *buena* indicando cualidad de una jugadora apareció 4 veces; por su parte, el calificativo *bien* se presentó 11 veces acompañado de las siguientes sentencias: *sale jugando, se acompaña, tira, toca, se para, lo hace, funciona y sabe definir*.

Estas calificaciones también se aplican a la actuación de *la árbitro* (4 referencias), que aunque es señalada como *buena* tiene atenuantes significativas:

A. B. ...la verdad, me parece que ha sido *bien* jugado, con una marca interesante de Japón, 51:31 con México ya con mucha más posesión de pelota y un *muy buen arbitraje de esta* (P1) *señorita Liliana Toro, que dirige mucho mejor que muchos colegas masculinos* .

Como se señalaba párrafos arriba, la atenuante del *buen arbitraje* es que no está referido al partido en sí, sino a su comparación con el arbitraje realizado por *sus colegas masculinos*. Pero incluso cuando el arbitraje se califica de *bueno* en referencia al partido en sí, se hace a través de una concesión que lo deprecia:

P. V. Ha sido un *buen arbitraje, no ha habido, por supuesto jugadas tan apretadas,* 46:08 *polémicas, pero en esos detallitos se ha manejado bien* Marta Liliana Toro, quizás por (P1) ahí una infracción en media cancha que se le haya escapado ...

La concesión es que el arbitraje ha sido *bueno* porque *por supuesto* (dado que es fútbol femenino) no ha habido jugadas *apretadas o polémicas*, sino sólo *detallitos*; es decir, la labor de *la árbitro* en este partido es *bueno* porque no ha requerido del juicio, la precisión o la decisión que otros partidos (por ejemplo, los del fútbol varonil) pudieran requerir.

Asimismo *bien o bueno* se aplican al partido, que además se califica como *entretenido, bien jugado, de buen nivel, emotivo, terso, partidazo* (todos con una referencia dentro de la narración), términos que suponen una valoración positiva del mismo. Pero fuera del contexto de las jugadas, *bien* y *bueno* no son los calificativos más utilizados para hablar de las participantes.

Para hablar de ellas, primeramente se destacan cualidades físicas como la *rapidez* (26 referencias), la *estatura* (19 referencias) o la *fuerza* (10 referencias), calificativos se consideran neutros por que suponen una ventaja, pero que no indican valoración respecto a la capacidad deportiva de las participantes. El término *rápidas* apareció en 10 ocasiones, al igual que las menciones relativas a la *velocidad* y las referencias de un *equipo rápido, dinámico, estilo de toque rápido, juega rápido y toca rápido*.

Alusivo a la estatura, los términos *alta, buena o mayor estatura* aparecen 15 veces. Sin embargo, en ocasiones se usan expresiones populares para referirse a este aspecto, tales como *las grandotas* (1 referencia) o *las chaparritas* (3 referencias)

R.S. ...Vamos a ir con Manolo Lapuente, vamos al tiro de esquina, a ver si alguna de las

1:25:55 *grandotas*, Rubí Sandoval o Mónica González, o la *chaparrita* Maribel Domínguez  
(P2) alcanza ahí alguna jugada, ¡va a buscarla Maribel, el trabajo es de Formiga, va a despejar! ...

Aunque estos vocablos se utilizan como elemento retórico, resultan de interés primero, porque es difícil encontrarlos en partidos varoniles (por lo general, no se dice que un jugador es *chaparrito* o *grandote*, sino se emplean sinónimos); y segundo, porque en el habla concreta, *chaparrita* y *grandota* constituyen formas idiosincrásicas para “piropear” a las mujeres. “*Grandotas* aunque me peguen” o “*chaparrita* cuerpo de uva” son algunos ejemplos de el uso general de estos términos, que aplicados al ámbito deportivo resultan en una calificación de los atributos no físicos sino estéticos de las jugadoras.

En relación a *la fortaleza, la potencia o la presencia física* (10 referencias) las menciones encontradas se tornan significativas por considerarse una capacidad *masculina*, que aplicada a las mujeres presenta atenuantes:

R. P. Sí, hay una falta cometida por Liz Gómez, sobre *esta fuerte* jugadora Eriko Arakawa,  
1:09:22 *cuya principal virtud es meter el cuerpo*, viene el cambio de México, Gaby.  
(P3)

*Fuerte*, en clara referencia a la fortaleza física, se complementa con la idea de *meter el cuerpo* como virtud. *Meter el cuerpo*, en términos del fútbol implica una *calidad* y una *técnica*: tener *fuerza corporal* y *saber* aplicarla para derrotar al contrario. En el caso del fútbol varonil, este factor resulta fundamental: los hombres, poseedores de esta *fuerza corporal por naturaleza*, *tienen que saber meter el cuerpo*. En el caso del fútbol femenino, más que un fundamento, deviene en una *virtud*: el *tener fortaleza corporal* resulta extraño, pero el *saber aplicarla* resulta aún más:

E. L. ...y ésta podría ser una oportunidad más, de larga distancia y a balón parado porque las  
45:48 japonesas *¡vaya qué saben sacar disparos con potencia y bien colocados!* Sofi  
(P3) solamente pide a tres en la barrera...

El elemento a resaltar es la sorpresa: *¡vaya que saben sacar...!* ¿Por qué? Porque la creencia es que las mujeres *no son fuertes*. Aunque se busca resaltar precisamente *la fortaleza*, se caracteriza como un elemento extraño al fútbol femenino. Para poder hablar de *mujeres fuertes* (inadecuadas al orden de género), se tiene que dulcificar lo dicho:

E. L. ...Le terminaron cometiendo falta ahí, a Is.. a Arakawa, en un forcejeo entre *dos*

52:40 *señoritas de buena corpulencia*, el primer tiempo se está terminando...

(P3)

En este caso, la noción de *buena corpulencia* resulta ambigua: se puede pensar en dos jugadoras con un cuerpo fuerte, pero con la atenuante de *señoritas* se pierde el efecto de destacar la fortaleza; esta última se piensa en función de *la corpulencia* que puedan tener *dos señoritas*, (que en el imaginario común, no es mucha) o en función de sus cualidades estéticas (*buena corpulencia* como sinónimo de *buen cuerpo*).

Una cualidad que apareció hasta el 2007 fue *la juventud* (5 referencias), lo que obedece a un hecho concreto: el ingreso a la selección de un mayor número de jugadoras de menor edad como parte del relevo generacional y de los programas de captación de talentos. No obstante, aunque la *juventud* en el fútbol constituye una *virtud*, en ocasiones se describe como un factor de minimización:

G. F. ...Leonardo Cuellar, de lo más tranquilo se quedó sentado para observar cómo  
26:43 ejecutaba Fátima Leyva. Por supuesto la explosión del resto de *las jovencitas* del  
(P3) seleccionado mexicano, *nerviosas, algunas mordiéndose las uñas*, en fin, empujando  
con todo. ...

Decir *jovencitas* posee una connotación diferente a decir *jóvenes*: el diminutivo, además de una relación de menor edad o complexión, se relaciona con un *nerviosismo* ante la cual, se *muerden las uñas*. El comentario busca resaltar una *emoción* que es común en cualquier tipo de partidos, pero al hacerlo por contraste con la figura masculina, que *de lo más tranquilo se quedó sentado*, afirma la idea de la mujer como un ente emocional. Las *jovencitas*, pequeñas, inexpertas, nerviosas, se oponen a la figura imperturbable del entrenador. Esta idea de la mujer como *emocional* se retoma en otro tipo de nociones, del modo que se verá más adelante.

Fortaleza, rapidez, altura, juventud, son alusiones a *ventajas físicas* más que a *capacidades*. En este último rubro, las valoraciones de las futbolistas resultan imprecisas, aun cuando suponen una apreciación positiva. En relación a

*la habilidad* sólo se encontraron 10 referencias directas; de igual forma, se localizaron 14 menciones de la *técnica*, 2 de *la capacidad* y *la calidad*, respectivamente, y 4 relativas a *la precisión*, que aparece referida como *la finura*:

G. G. ...Fátima Leyva, vale la pena mencionarlo, *es una de las jugadoras más técnicas que tiene la selección nacional, maneja los dos perfiles extraordinario...* y aquí lo vemos ¿no? Como le pega tanto de derecha como...como de zurda, y las ganas que tenía ya Fátima, no sé si me equivoque... pero *es una jugadora que aporta pero...* pero que no ha metido muchos goles con la selección

G. F. Efectivamente, *una de las más finas*, como apuntas, le recordamos que en el Estadio Azteca, aquella *elusividad del arco iris*, no sé si ustedes se acordaran, pero tiene *jugaditas así muy espectaculares* y es una de las más veteranas de este equipo...

Este comentario resalta las cualidades arriba mencionadas, pero aunque éstas resultan *extraordinarias* y *espectaculares*, se ejecutan en *jugaditas*, que aunado a la alegoría del *arco iris* (un espectro que aparece ocasionalmente) hacen pensar en una inconstancia. En general, esta es la tónica de los comentarios: la *técnica*, *precisión* o *calidad*, son elementos raramente encontrados en el fútbol femenino.

Pese a lo anterior, se encuentran algunas expresiones que indican un buen desempeño de las jugadoras, tales como *es una sensación*, *son jugadas interesantes*, *es gran jugadora*, *¡qué linda jugada!*, *¡una jugadoraza!*, *¡qué jugadora!*, *jugadora de área*, (todas con una referencia); sin embargo no se aclaran las razones por las cuales se califica de tal manera. Por tanto, la imprecisión termina por matizar este tipo de calificaciones, generando ambigüedades que aunque no son intencionadas, resultan equívocas:

R. P. Exactamente pero en la resolución de Maribel es...*jugadora de área, cómo se para y cómo la toca está...está candente*, Lalo.

E. L. Sin duda alguna, dos por ce...dos por uno el marcador, en el global, está esta situación tres por dos para las japonesas. Aquí está la repetición de la falta, aquí sí hay un contacto, una agresión directa sobre el rival ...

Al no señalar específicamente las características de *una jugadora de área*, se califica la manera de *parar* y *tocar* el balón como *candente*. Este vocablo

implica las nociones de *caliente, encendido, abrasador, irritante*, ninguna de las cuales aclaran el concepto de *jugadora de área* ni definen maneras de *parar o tocar*. Incluso cuando en el ámbito deportivo *candente* envuelve las ideas de *interesante* o *emocionante*, se aplica a situaciones más que a personas o a sus acciones: se habla de que un partido *está candente*, pero no se dice que una jugadora *está candente* o que *la toca candente*

A la par de estos calificativos, a las jugadoras también se les atañen ciertas cualidades de tipo moral, que aparentemente están relacionadas con dos aspectos comunes en el mundo del deporte: el *juego limpio* (10 referencias) y *la entrega* (25 referencias). Pero al revisarlos detalladamente, presentan atenuantes que es necesario comentar.

*El juego limpio* dentro de cualquier deporte remite a la capacidad técnica de ejecutar cualquier tipo de acción sin cometer faltas al reglamento. En este tenor, *leales y limpias* califican a las jugadoras pero con un viso diferente: más que referirse a esta capacidad, aluden a una cuestión moral relacionada con la *honestidad*, valorada de manera comparativa con los hombres:

D. R. ...y sabes que hay una diferencia que me llama la atención entre hombres y mujeres,  
1:00:58 que *las jugadoras se me hacen más leales, más limpias, no se tiran, por ejemplo, para hacer dramas, no se empujan demasiado, creo que la mujer juega más el juego limpio, sin interrupciones que paran a cada rato*

M. G. Sí, sí, son...*tienen mucho menos mañas, tienen menos malicia a la hora de jugar la*  
1:01:15 *pelota, no porque los jugadores sean malintencionados*, pero bueno, vamos a una  
(P1) pausa y regresamos con los números...

Esta idea, reforzada a lo largo de las transmisiones con otros comentarios, constituye uno de los argumentos más arraigados dentro del fútbol femenino: las mujeres juegan *limpio* simplemente porque son mujeres, es decir, porque son *buenas*. Por lo tanto, tienen menos *mañas* y *menos malicia*; si se llegan a encontrar estos elementos en ellas, se consideran negativos, aunque sugieran una cualidad que sin ser formalmente aceptada, es parte del fútbol varonil: *la maña*. *La maña* sugiere *astucia, destreza* o *pericia*, atributos que vistos de esta forma no

resultan negativos. Pero en el caso del fútbol femenino, *la maña* resulta extraña a la *limpieza* (que por su parte está ligada a la *inocencia, candidez e ingenuidad*) con la que éste se suele caracterizar:

A. R. ...entonces el juego, cuando yo jugaba allá, es muy raro que...o sea, entran todo legal,  
20:45 pero *que entren con malicia*, jamás, de hecho, me acuerdo que si hacían algo, cometían una falta hasta pedían perdón, y *eso, es muy raro* ¿no?, entonces, yo creo que si México las puede presionar un poco en ese sentido y no caer en *el juego sucio*, pues eso puede desfavorecer a México, le pueden marcar en contra, también las puede sacar de su juego, porque *ellas no están acostumbradas a estas agresiones*

P. V. Eso sí, *meten el brazo como pocas ¿eh?* En cada una de las jugadas...ahora otra vez  
21:30 sobre Iris Mora, llegan a robarle ese balón ...

(P1)

La expresión *meten el brazo como pocas* refuerza esta idea: *pocas* jugadoras poseen malicia y por lo tanto, *pocas* jugadoras meten el brazo, juegan sucio, empujan, cometen faltas (por eso *no están acostumbradas*). *Pocas* hace referencia a aquellas que, en contra de la *limpieza y lealtad* propias del fútbol femenino, usan *la maña, la rudeza o la malicia* que sin embargo constituyen elementos del *verdadero* fútbol, como se muestra en este comentario:

P. V. ... ¡*Qué dura entrada!* Sí, sí, por parte de Paty Pérez, Marta Liliana Toro simplemente  
28:43 señala la infracción, ¡Vamos a verla!, ahí está, como alcanza a proyectar la pierna  
(P1) izquierda sobre la rodilla, aquí lo vamos a ver con mayor claridad, sí, iba a la pelota, *¡así se debe de jugar el fútbol!*.. va ir largo, México pasó a tres jugadoras ...

En esta acción, la jugadora ejecuta una *dura entrada*, es penada con una infracción que constituye una falta al *juego limpio*, y sin embargo, el comentarista hace resaltar que *así se debe jugar el fútbol*; es decir, con *rudeza*, o más bien, con la *rudeza* con que se juega el fútbol varonil. Porque la *rudeza* en el fútbol femenino no es nunca, intencional:

R. P. *El partido ha sido durísimo*

1:24:20

G. G. *Y fíjate que ninguno de los golpes ha sido...como se dice, de mala leche ¿no? todo*  
1:24:23 *ha sido producto de ir a buscar la pelota...*

R. P. Y del entusiasmo y del deseo de ganar el partido, balonazo para Charlyn, controlado

1:24:31 por Yano, luego vino el despeje, aquí aparece Liz Gómez, Mónica Ocampo buscando  
(P3) a Fátima Leyva...

En el fútbol femenino no hay *mala leche*, sino ocasionales golpes derivados de la inercia de las jugadas, del *entusiasmo*, del *deseo de ganar*; solo por esto se puede explicar esa *rudeza*. ¿En qué radica lo negativo de esta atribución? En primera, en que dicho *juego limpio* no establece un mérito deportivo, sino un mérito de la *feminidad*; y en segunda, que este mérito se contrasta con el fútbol varonil, en donde sí se *juega duro*:

E. L. *El que sean mujeres no quiere decir que el temperamento no explote y en cuanto*  
21:52 *viene el contacto físico fuera de la jugada y con cierta intención hay que responder...*  
(P1) Maribel Domínguez de espalda, tiene a tres en plena marcación...

La condicionante es *el que sean mujeres*, es decir, el que sean *buenas, limpias, sin malicia*. Esto conlleva una contradicción: la mujer debe ser *limpia* por naturaleza, pero *puede* actuar con *rudeza* porque el *auténtico fútbol* así lo demanda.

Existe otra cualidad que también posee carácter moral aunque es muy propia del ámbito deportivo: *la garra, la mentalidad, la actitud, el carácter, la lucha, el corazón, el espíritu, las ganas, el coraje, el pundonor* y otros términos que agrupan la idea de *la entrega en la cancha*. Este tipo de informaciones aparece en 27 ocasiones, siendo entonces la cualidad más referida durante los partidos:

R.P. Sí, de eso no tenemos ninguna duda...*esas jugadoras mexicanas tiene un espíritu*  
1:23:25 *indomable* y lo están demostrando hoy, *pero* faltan un par de goles, y que ya no  
(P3) reciban para que estén en el mundial...

A. B. ...una cosa también que me ha gustado del equipo mexicano es *la actitud*, la  
1:00:33 mencionó Déborah hace un ratito, *un equipo que no se achica, que no se agacha y*  
(P1) *que no le está pesando el estadio azteca.*

En términos deportivos, la cualidad de la *entrega* resulta positiva porque implica un compromiso del equipo con su labor. Por lo tanto, se infiere que estos comentarios quieren resaltar la convicción del equipo (*que no se achica, no se agacha y no le pesa nada*); pero por lo general, la presentan como una concesión:

J. P. ...Mayra mete servicio rebotado ¡tiro de esquina! ***¡Pero le están metiendo la garra,***  
1:41:33 ***todas las ganas, todo el deseo, todo el corazón porque es la camiseta verde,*** claro que  
(P1) sí, es México! ...(P1)

El argumento es entonces que las jugadoras están haciendo *todo* lo posible, no por mérito de sus capacidades deportivas, sino por su *entrega*. La concesión radica en que, al enfatizar *la garra, las ganas, el deseo, el corazón*, se ocultan otras capacidades deportivas; no importa que no jueguen bien, *pero* que le *echen garra*. Esto se resalta como compensación de los errores, de las carencias, de los resultados:

R.P. ... y es balón para México, todavía va a intentar, porque ***el equipo mexicano ha***  
1:40:47 ***peleado, ha luchado, ha intentado dentro... de las cualidades que tienen, ganar el***  
(P3) ***lugar para el mundial, simplemente, no lo consiguió,*** llega Yanagita...

Dentro de *las cualidades que tiene* el equipo, que por la tónica del comentario parecen no ser muchas, la que lo salva es *la entrega*. Esto conlleva el argumento de que las deportistas son *deseosas, pero no capaces*:

G. G. .... Es muy importante anímicamente y mentalmente que México pueda hacerse de eso.  
56:13 Yo creo que este equipo ya ***demonstró tener las ganas y el corazón, ¿qué le hace falta?***  
***tener una calma y tener decisiones técnicas y tácticas***

R. P. ***Este equipo tricolor tiene mucho corazón,*** aquí el disparo de Evelyn López, y aquí el  
56:40 disparo que sale a las manos de Fujumoto, que larga el despeje siempre buscando a  
(P3) Arakawa, por alto, Liz Gómez la está ganando ...

El eje de esto es que al contrastarlo con otras capacidades, *la entrega* resulta ser el mayor mérito del fútbol femenino; así, dentro de estas referencias, las jugadoras no poseen mucha habilidad, ni técnica, ni fortaleza, ni visión táctica o estratégica, pero sí les sobra mucho, pero *mucho corazón*:

G. F ...y ayer nos decía “pues sí, hay que controlar los nervios, que saquen toda esa tensión  
20:52 y que ***después puedan demostrar dentro de la cancha de lo que son capaces***”, la

(P2) *principal cualidad del equipo mexicano, ese amor para hacer las cosas, no le tiene miedo a nada*, pero evidentemente no te puedes liberar de los nervios, Ricardo.

Esta cualidad conlleva una *satisfacción*:

G. G. Porque mira, *más allá del resultado, casos como el de Evelyn, se va...se debe de ir*  
1:23:19 *satisfecha, porque ha dejado todo en la cancha y eso es lo que hemos visto de este*  
(P3) *equipo mexicano.*

Aparentemente, impera el argumento de que *lo importante es competir* (y competir con *entrega*), *no ganar*. Pero las mujeres que están en el fútbol femenino están *compitiendo* no sólo en lo deportivo, sino por los patrocinios, la atención mediática, la asistencia y el apoyo de la federación. *La satisfacción* esconde una concesión: como no se *gana nada* de lo que está en juego, el reconocimiento de *la entrega* se convierte en el premio:

R. P. No se pudo, pero *hay que reconocer el esfuerzo, hay que reconocer el espíritu que*  
1:42:47 *tienen estas jugadoras mexicanas, con todo en contra, lograron llegar a estas*  
(P3) *instancias de pelear por un boleto para el mundial*, ganaron el partido de hoy pero no pudieron remontar el marcador, y *lo menos que podemos hacer es brindarles a todas estas jugadoras un fuerte aplauso.*

*Lo menos* y lo único: *aplaudir*. *No importa ganar*, porque en general, el fútbol femenino *no importa*. No se juzga el reconocimiento de *la entrega* de las jugadoras, sino el hecho de que ésta aparezca como su mayor cualidad (por encima de sus capacidades deportivas) y de que se convierta en compensación (no de la derrota, sino de las razones por las cuales el fútbol femenino se encuentra en una situación de desventaja). Cuando públicamente no se reconocen otras capacidades de las deportistas, se ratifica la creencia de que las mujeres no tienen cualidades para destacar en el deporte: son *aguerridas*, pero no *guerreras*; tienen *espíritu indomable* (por no decir *indomesticable*), pero no *serenidad* para decidir jugadas; tienen *deseos* pero no *técnica*; son *puro corazón*. La cualidad se convierte en incapacidad: la *naturaleza emotiva* de las mujeres es la que les impide tener *resultados*.

Además, al calificar a las jugadoras como *entregadas*, se refuerza la idea de la *abnegación femenina*. La mujer *entregada* (en la cancha, en el trabajo, en el hogar) *deja todo, se sacrifica y no espera nada a cambio*. Y no lo espera porque *no lo va a conseguir*. *Dar todo sin pedir nada* forma parte de la mística de la feminidad que en el ámbito deportivo sugiere un conformismo: lo más que se puede obtener es *el reconocimiento* de la *entrega*, un reconocimiento que poco modifica las condiciones concretas de desigualdad. *La entrega* de las futbolistas las coloca en la misma situación que la *entrega* de las madres, de las esposas, de las santas; las sublima. Pero las sublima no por sus méritos deportivos sino por la *virtud femenina de entregarse por completo*. Una virtud que no genera apoyos, ni abre espacios, ni incrementa los recursos, pero sí conserva a las futbolistas encumbradas en la *feminidad*.

En otras palabras, el énfasis en la *entrega* conduce irremediablemente a pensar al fútbol femenino en términos de *emotividad* y no en función del desempeño deportivo que (no) se ha podido alcanzar como consecuencia de una planeación estructurada. Estas dos ideas forman parte de los argumentos que en torno al fútbol femenino se han construido, y que a continuación se detallarán.

#### **4.3.- ¿Cómo explicarlo? Análisis de las estrategias de argumentación**

A lo largo de esta exposición se han presentado algunas ideas acerca del fútbol femenino: la necesidad de conservar la *esencia femenina*, la *comparación con los hombres*, la *sobrerrepresentación* en los vocablos genéricos, la configuración de la *entrega* como su principal cualidad. Todos estos argumentos proceden de la revisión de las estrategias de nominalización, pero en las transmisiones analizadas también se encontraron otras estrategias argumentativas que ayudan a definir y explicar la situación del fútbol femenino.

##### **4.3.1. – Las lágrimas del fútbol emotivo**

A lo largo de las transmisiones se nota una tendencia a hablar del fútbol femenino en términos de *emotividad* (9 comentarios), lo cual está relacionado con algunas ideas anteriormente esbozadas como la *lealtad*, *feminidad* y *entrega* características de las jugadoras:

G. G. Muy bien, con un privilegio, de veras de poder participar de esta instancia para el fútbol nacional y para el deporte femenino, el ver a las muchachas y a Leo Cuellar en esta

(P3) especie de “time back” con las últimas palabras y además destacar que.. pues sí, *el deporte femenino tiene eso, es muy emotivo*, y decía Leonardo Cuellar que por ahí puede pasar un poco el desarrollo de lo que es esta hazaña deportiva que buscan estas muchachas.

*La emotividad* del fútbol femenino tiene muchas vertientes, que en general, conllevan a la caracterización de las jugadoras como *seres emocionales*. Al definirse de esta forma, las futbolistas se suelen presentar dominadas por este factor: *mordiéndose las uñas, nerviosas, temblorosas, con lágrimas*; es decir, sometidas a su *esencia*:

A. B. Ahí está Iris Mora, *cómo le tiembla la mano de los nervios, evidentemente es una*  
2:01:26 *emoción tremenda jugar en el estadio Azteca con la camiseta verde*, representando a  
(P1) un país, *pero simplemente se sobrepuso y mira nomás qué jugada hace y qué clase de gol mete...*

Aunque como el mismo locutor lo reconoce, la emoción de jugar un partido de selección es *evidentemente tremenda* (y por lo tanto, afecta por igual a cualquier jugador o jugadora) se resalta primero una *fragilidad (la mano temblorosa)* que después se contrasta con *el valor de sobreponerse*: aunque *nerviosa, valerosa*. La imagen de la *valentía femenina* reside en enfrentarse a las adversidades *con todo* y sus emociones:

D. R. Claro que sí, yo creo que es un partido interesante, muy entretenido, y creo que en él,  
1:58:20 las mexicanas, *su temple de acero y su gran carácter*, ya que al principio, mientras  
(P1) cantaban el himno nacional, *apreciábamos los nervios de todas las participantes, sus manos temblaban y se repusieron*, luego, viene el gol de la mexicana Iris Mora, que es un golazo, *no sólo lloró ella sino todos los que estábamos aquí*.

De inicio, se procura resaltar *la fortaleza* (que no es física sino *emocional*) de las jugadoras que se *reponen de sus nervios y manos temblorosa*. Es decir, las futbolistas son *valerosas* al dominar *las emociones* que por *ser mujeres*, le son inherentes:

R. S ¡Uy, van a echar a Maribel! ¡ *ya no pudo más Maribel con la desesperación!* ¡Pateó  
1:37:54 la pelota porque le marcaron una falta y se va expulsada Maribel Domínguez! ¡jaló el  
(P2) balón, jaló al rival, *no dudo que esté conteniendo las lagrimas, va con mucho coraje hacia el vestidor* y se va la mejor jugadora mexicana, vean ustedes ese rostro, esa tristeza que hay en Maribel Domínguez, que ya se despide de los juegos olímpicos

Por un lado, se resalta el que *contenga las lágrimas* como clara muestra de dominio sobre su *naturaleza*; pero también se contrasta con el hecho de que *no pudo más con la desesperación*, como evidencia de este *descontrol* emocional con que se representa la actuación de las mujeres ante situaciones extremas.

Por eso, aunque se valora que *se sobrepongan*, el hecho que manifiesten su descontrol con *lágrimas* es comprensible; *el llanto de la mujer* constituye una de sus principales “armas”, capaz de *hacer vibrar y partirle el corazón* a cualquiera:

G. F. Efectivamente, y si miramos hacia la banca, *parte el corazón ver los rostros de* 1:43:49 *Maribel Domínguez, de Evelyn, con lagrimas, con el pesado golpe que significa esta derrota para el fútbol femenino*, sin embargo ya afortunadamente, ya se los hizo saber el señor Justino Compeán, aquí no se acaba el apoyo, al contrario, empieza, Leonardo Cuellar, en la banca, se refresca un poco la garganta, las demás jugadoras, *evidentemente decepcionadas en el terreno de juego han agradecido al público, y bueno pues son momentos muy difíciles, muy duros, muy pesados para poder sobrellevar*

R. P. Pues sí, *la tristeza ha invadido la banca mexicana*, pero yo, yo insisto en eso Lalo 1:44:24 Luna, *ha sido un esfuerzo gigantesco y han hecho vibrar a esta gente que vino hoy,* (P3) *y nos han hecho vibrar a nosotros también.*

En el mismo sentido que el énfasis en *la entrega* demerita otras capacidades de las jugadoras, *la emotividad* con la que se caracteriza al fútbol femenino tiende hacia lo dramático. Ciertamente es que las jugadoras *lloran, les tiembla la mano, contienen las lagrimas, las invade la tristeza*, al igual que a los jugadores, a los aficionados y a cualquier otro deportista. La emotividad es parte ineludible del deporte, no una exclusividad de los deportistas. Reconocer las emociones que genera el deporte no es negativo; convertirlas en patrimonio de las mujeres, sí. Y lo es porque entonces sólo por esa dimensión se comprende al fútbol femenino: como un *drama* donde las mujeres muestran su inevitable naturaleza emotiva.

La otra vertiente de la *emotividad* apunta hacia un argumento totalmente opuesto: la valoración del fútbol femenino como un *buen espectáculo*. Un *partido*

*emotivo* bien puede constituir una invitación a presenciar los encuentros de fútbol femenino porque son capaces de hacer *vibrar, llorar y emocionar a la gente*. Esta estrategia de argumentación también presentó atenuantes muy parecidas a las hasta ahora mencionadas, que se derivan del señalamiento de la asistencia como indicador de la calidad del espectáculo deportivo.

#### **4.3.2. – Lo impresionante: la asistencia y el espectáculo.**

Una de las referencias más constantes dentro de las narraciones del fútbol femenino (34 comentarios relativos al tema) tiene que ver con la cantidad de personas que acuden al evento. En general, los comentarios sobre la entrada son comunes en toda transmisión deportiva. Pero en el caso del fútbol femenino, *la entrada* se resalta como un hecho excepcional; por eso, la *impresión* ante el número de asistentes resulta reiterativa:

J. P.    Muy bien, *estamos muy impresionados de ver una gran entrada y el apoyo*, ya desde  
2:00    hace una buena cantidad de minutos aquí en el estadio Azteca, Andrea Rodebaugh nos  
(P1)    va a ilustrar mucho del fútbol femenino como tú dices ...

E. L.    ..Hace un momento cuando de la cancha subíamos al palco de transmisiones,  
9: 34    *observábamos que la fila para ingresar a este estadio le da la vuelta al Nemesio Diez,*  
(P3)    *o sea que, en unos cinco o diez minutos vamos a tener ya la mejor de las entradas. No*  
          *va ser el lleno pero la verdad es que se va a dar una muy buena asistencia por parte*  
          *del público, principalmente de la capital del estado, de la gente local. ...*

*La mejor de las entradas posibles no va a ser un lleno*: un estadio repleto no forma parte del escenario del fútbol femenino. El énfasis de contraste en el *casi lleno* resulta de interés porque lo que se intenta es abatir la idea de que *no se llenan los estadios*: hay *mucha gente* para ser un partido de fútbol femenino, pero *no la suficiente* para llenar el estadio. La entrada es *aceptable*; se acepta porque es lo mejor que se puede lograr:

R. P.    Gracias, gracias allá en la ciudad de México a Claudia Quijas y Liliana Amorós en este  
2:40    ambiente extraordinario de copa del mundo. *El estadio no está lleno pero hay una*  
(P3)    *entrada aceptable y la gente está entusiasta, está emocionada apoyando al equipo*  
          *femenil, ahí tiene usted el ambiente que se vive en este estadio Nemesio Diez...*

Al subrayar la *asistencia* y el *ambiente*, se apunta a la premisa de que *vale la pena* ir al partido. Esto, de entrada, comporta una invitación para que la gente asista a brindar su *apoyo*. En este tenor, el apoyo aparece como una concesión porque aun cuando no existe el mismo interés que suelen despertar otros partidos, los aficionados *acuden*; y en parte acuden porque el evento es *gratis*:

P. V. ...cuando vemos justamente la entrada en el coloso de Santa Úrsula, *sí, la entrada*  
5:50 *gratis, pero si no hay interés, la gente aunque regalen el boleto, la gente no viene...*  
(P3) (P1)

El comentario procura recalcar el *interés* al mismo tiempo que señala la *entrada gratuita* (como una información que motive a la gente para asistir al estadio), pero se termina por establecer que la razón de *la buena asistencia*, por encima del interés, radica en el nulo costo del boleto:

E. L. ¡Qué gran recuerdo de ese partido Geo, *me acuerdo que fue entrada gratuita en la*  
8:56 *cancha del estadio Azteca y ¡oh sorpresa! a nada del lleno se quedó!*...Otra vez el  
(P3) balón al espacio, buscan ahí a Moni Ocampo, ya la defensa japonesa revienta ...

En esta relación de ideas, *a nada del lleno se quedó* porque la entrada fue *gratuita*. Y aun así, causó *sorpresa*. ¿Por qué? Porque prevalece la noción que se busca combatir: el *deporte femenino no llena*:

P. V. ... se roba ese balón pero ya señalaron la falta, cómo se jalonea a Kyoto Yano. *Oigan,*  
29:39 *la entrada realmente ha mejorado, qué serán Gaby, ¿unos tres cuartos?*  
G. F. Sí, ya acercándose, mira, *lo interesante es que la gente sigue llegando, si tú ves hacia*  
30:20 *las entradas de la parte superior, sigue entrando la gente, ya hubo la ola, por allá*  
(P1) *anda el Pique Gol animando al público, playeras de todos los equipos, y la gente*  
*metida en el juego*

Lo *interesante* no es que se llene, sino que los que asistan disfruten el partido. El énfasis del *buen ambiente* se contrasta con el *casi lleno*; los que van *hacen la ola, animan, exclaman, gritan* igual que en *otros* partidos. Esto resulta positivo en función de presentar al fútbol femenino como un buen espectáculo, pero se hace a manera de *excepción*:

G. G. ¡Qué...qué ganas de veras, quienes nos siguen en la transmisión pudieran estar aquí!  
1:19:02 ser... ojala lo estemos transmitiendo como se vive, *pero cada jugada, cada acción*  
(P3) *del equipo mexicano es acompañada por alguna exclamación del público, está*  
*enteramente metido, y vemos a la gente incluso de pie cada vez que México se*

*acerca en una jugada ofensiva.*

En un partido de fútbol donde lo común son las exclamaciones, gritos y saltos del público en jugadas emocionantes, éstos se presentan como un *incluso* (como un elemento extra) que conllevan una concesión: la gente está tan emocionada que *aunque* sea fútbol femenino, *se pone de pie*.

Los elementos anteriores permiten esbozar dos argumentos: uno, *la buena entrada* es ajena al fútbol femenino y dos, el fútbol femenino *puede* ser un espectáculo que *incluso* ponga de pie a los asistentes. En el primer caso, se ha visto como los ejemplos destacan la asistencia numerosa como algo *inusual*:

M. G. y la verdad es que, lo comentábamos aquí durante el partido, ninguna de las que están  
2:01:38 en el terreno de juego, contando a los árbitros, contando lógicamente a las jugadoras,  
(P1) *jamás habían vivido un partido así, o sea, con esa entrada en la tribuna, con ese ambiente, con el interés de los medios de comunicación, en fin, me parece que va a ser una experiencia inolvidable, pero que habrá que sacarle provecho para más adelante*, así que vamos ir con Iris Mora, vamos a ir con Iris Mora a los contrastes

El tener atención de la afición y de los medios resulta pues, una *experiencia inolvidable* porque por lo general no ocurre así. Esto se corrobora en el análisis del partido P2, que a diferencia de los otros dos, no se efectuó en el país (sino en Creta) y no fue gratuito:

G. F. ....Pues sí decíamos, Raúl Sarmiento un estadio bellísimo, un escenario nuevo, de  
13:40 construcción precisamente para los juegos olímpicos, *con una capacidad para 24, 831 espectadores, muchas butacas vacías, que se están perdiendo muchos aficionados de esta llegada de Brasil*, sin embargo, el balón se va totalmente a un lado de la portería, decíamos pues, *muy pocos aficionados se han dado cita en este estadio* cuyo primer evento fue un partido amistoso entre las selecciones de Grecia y Suiza, *pues una pena*, ¿no Raúl?

R. S. *Sin duda, sin duda una pena que la gente no venga a ver estos partidos...* bueno, pero  
15:02 me encontré, nos encontramos con Ricardo Peláez a un buen amigo que es Kalusha  
(P2) Balía,, ustedes lo recuerdan, jugando para el América...

Aquí hay que considerar la asistencia en función del lugar, antes que nada. En un país europeo donde el fútbol femenino no está tan arraigado, la atención de un encuentro entre dos selecciones americanas no puede ser mucha; además, en consideración de que la oferta de eventos deportivos es mayor en unos Juegos

Olímpicos, la asistencia se reparte entre las diversas disciplinas. Pero no hay que perder de vista que la *poca asistencia* se señala como una *pena*. Y la *pena* radica en que el fútbol femenino *puede* ser un buen espectáculo, por lo que se lamenta que la afición no acuda a presenciarlo.

El énfasis de la asistencia, entonces, tiene origen en la intención de establecer al fútbol femenino como *un buen espectáculo* (10 comentarios). La cuestión es que este *buen espectáculo* también resulta *sorprendente* por *inusual*, al igual que la *buena entrada*:

M. G. ..hay muchas cosas a comentar, sin lugar a dudas, *a usted mismo le ha de haber*  
50:13 *sorprendido tanto el nivel de juego, la actitud de las..de las eeh... jugadoras, el nivel*  
*y la gran entrada, que la verdad, lo digo Déborah, a mí me ha dejado con los ojos*  
*realmente cuadrados* y la respuesta de la gente, la respuesta de la gente al fútbol de la selección femenil

D. R. Así es, bueno, yo creo que los mexicanos, el público mexicano siempre que lo  
50:43 requerimos está ahí para apoyar, pero además yo creo que también *la gente se dio*  
(P1) *cuenta que el fútbol femenino puede ser una gran espectáculo*, creo que presenciamos un partido muy, *muy entretenido, muy, muy movido*, sobre todo después de los veintisiete minutos de juego ...

El comentario, que tiene la pretensión de resaltar el avance de esta disciplina pone énfasis en la *sorpresa*: que las mujeres jueguen *bien* al fútbol es para dejar con *los ojos cuadrados*:

M. G. Decíamos que a lo largo del resumen y a lo largo de los primeros cuarenta y cinco  
55:03 minutos, *podía usted ver en esta selección femenil cosas que le sorprenden*, bueno,  
(P1) *nunca falta allí el villa melón que se aparece en las tribunas del estadio Azteca, pero*  
*hay muchas cosas que le pudieran sorprender, una, lógicamente, es el nivel, quizá si*  
*usted no estaba enterado de lo que jugaba la selección femenil*, se puede dar una corta idea en estos primeros 45 minutos ...

La *sorpresa* resulta *lógica* porque, por un lado, el fútbol femenino no es difundido (y por lo tanto la gente no tiene manera de *estar enterada* de lo *jugaba la selección femenil*); y también porque la gente *no espera* ese *nivel de juego* en las mujeres:

G. G. Sí, oye, el “split” que termina haciendo allí Marlene Sandoval, que este... *bueno ella*

41:28 *trató de llegar, y esto acaba una vez más con el, con los mitos del fútbol femenino,*  
(P3) *¿no?, esta jugadora, la para perfectamente bien, haciendo como cóncavo la región del pecho, y ahí logra bajar bien la pelota.*

Aunque no se aclara específicamente cuales son los *mitos del fútbol femenino*, se infiere de que se trata: *las mujeres no juegan bien al fútbol*. Por eso, resulta ejemplar que *paren perfectamente bien, que bajen bien, que hagan cóncavo el pecho, etc.* porque la creencia es que *por lo general* no lo hacen bien. El comentario critica *el mito* a la vez que

lo sostiene: si se hace esta mención de la jugadora como *ejemplo*, también se tiende a la *excepción*. Es decir, este tipo de señalamientos no tendrían porque aplicarse sólo en ciertas jugadas, sino en todas: hombres y mujeres *juegan bien o juegan mal*, pero sí cada vez que una mujer lo hace *bien* se enfatiza el ejemplo, termina por entenderse que este *ejemplo* no es común.

En todos estos comentarios no hay ninguna mentira: efectivamente, el estadio no está lleno, la entrada es gratis, las jugadoras no juegan usualmente ante esta cantidad de gente, los aficionados no conocen el nivel que tiene el fútbol femenino. Entonces ¿por qué considerarlos dentro del análisis? La razón es que, si bien señalan elementos que son ciertos, tienden a definir al fútbol femenino como parte de un *fenómeno extraño* más que como una realidad emergente, como una *excepción* más que como una situación que se debe promover.

Al demarcar *la buena asistencia y el buen nivel* como elementos ajenos al fútbol femenino se produce una objeción a la intención de promoverlo como *buen espectáculo*. La concesión que encierra este argumento es que *vale la pena* asistir *aunque* sea fútbol femenino. Con toda la información hasta ahora revisada, se puede comprender porqué el *aunque*: si el fútbol femenino es de *damas*, que deben *igualar a los hombres* pero que no tienen *las cualidades para lograrlo*, que son *entregadas y emotivas*, esta disciplina se torna atrayente como espectáculo desavenido y no como espectáculo deportivo.

En esta caracterización, se omiten las razones por las cuales el fútbol femenino se encuentra en desventaja, atribuyéndose a las diferencias genéricas inherentes (es decir, *la naturaleza de la mujer* como causa de estas condiciones) y no a la situación de marginación que desde sus inicios ha padecido. No

obstante, estas razones se dibujan, tímidamente, en otro tipo de comentarios que al mismo tiempo intentan subrayar el *crecimiento* del fútbol en el panorama deportivo nacional, que se manifiesta en diferentes aspectos como el *reconocimiento, el nivel, la asistencia, los logros*. Pero aunque se reconoce todo esto, se contrasta con las múltiples carencias que padece el fútbol femenino.

#### **4.3.3.- Del “ya merito” al “sí se puede”: la situación del fútbol femenino en el país**

Una de las funciones de las representaciones sociales es aportar los elementos por los cuales se puede comprender y explicar determinado aspecto de la realidad. En el caso del tema que nos ocupa, se tiene que el fútbol femenino se define en una situación de *notable crecimiento* que sin embargo no ha alcanzado para conseguir muchas cosas. Es decir, el fútbol femenino vive en un permanente y muy idiosincrásico “ya merito”.

Uno de los rubros donde se manifiesta el *avance* es el reconocimiento público, connotado en la nominación de las jugadoras como *afamadas*; nominación que no se presentó sino hasta el 2007, cuando se empezó a hablar de las jugadoras en términos de *popularidad* (5 referencias):

E. L. ...en la banca mexicana se encuentra un joven talento, que es el caso de Charlyn  
38:41 Corral, que espera su gran oportunidad en la selección. Por mucho, es de *las*  
(P3) *más...afamadas*, Gaby Fernández de Lara, de *las más solicitadas*, de *las más*  
*entrevistadas*, pero no deja de ser todavía de las menores del grupo...

Esto resulta positivo considerando que hasta hace algunos años, las jugadoras ni siquiera figuraban en el espacio mediático; ahora ya son *entrevistadas* y *afamadas*, lo que indicaría una mayor cobertura de los medios, aunque esto no deja de imponer ciertas características:

G. F. Escuchen primero esta ovación...que *tiene carisma*, es Charlyn Corral, ya está en el  
1:09:36 terreno de juego, le cedió el lugar Mónica Vergara, quien estaba amonestada, deja el  
terreno entonces con su número seis

E. L. Quien *tiene carisma, tiene eso que mucha gente no, y se llama ángel...*  
1:09:51

R. P. Sí, *que no se compra en la farmacia*, Miyama metió un centro, hubo un jalón por ahí,  
1:09:55 que es peligroso...

(P3)

El *carisma* se convierte en una cualidad reconocida en las deportistas, que en contraste, es irrelevante en los hombres: a éstos, sólo se les pide que *jueguen bien*. En cambio, en las jugadoras constituye un *plus*, un *extra* que las hace ser valoradas de manera diferenciada: una jugadora con *ángel* tiene mayores probabilidades de aparecer en los medios, independientemente de su capacidad deportiva.

A pesar de las atenuantes, el hecho de que se hable de ellas en términos de *fama*, indica una *mayor presencia* del fútbol femenino, aspecto que se subraya en un buen número de comentarios (31 referencias):

A. R. Aquí en este partido va estar más difícil pero creo que si hay posibilidades...creo que  
00:37 *va a estar un poco más difícil que hace 4 años frente a Argentina, simplemente*  
(P1) *porque Japón tiene más historia en el fútbol femenino, pero también la selección*  
*femenil está más fuerte* que hace cuatro años (P1)

Aquí se da un énfasis de contraste que se presta a modo de justificación: *el otro equipo tiene más historia*, lo que implica una mejor organización, mayores apoyos económicos, la existencia de una infraestructura y otras cuestiones que más que obedecer a la antigüedad se relacionan con condiciones de desarrollo diferentes: no es que tenga *más historia*, sino simplemente *otra historia*. De esta *poca historia* del fútbol nacional se deriva la concesión de que el resultado, cualquiera que sea, es *bueno* porque es lo mejor que se puede lograr; sobretodo al considerar que *los otros tienen* lo que aquí no existe:

A. A. Hay *que destacar el espíritu de lucha, de venir de atrás y de mantener en vilo este*  
1:43:50 *partido ¿no?, es muy difícil porque hay que recordar que las japonesas tienen liga*  
*profesional y que está muy acomodado el fútbol de allá, por eso hay que darle el*  
*nivel, la realidad de este resultado que es bueno para México, aunque se esté*  
*jugando como local y no vayas ganando*

J. P. Por supuesto que sí, Andrea, tú jugaste por allá tres temporadas, y sabes  
1:44:10 perfectamente que el *fútbol japonés tiene mucha calidad y tiene mucho tiempo*

A. R. Sí, así es, *tienen ventaja en cuanto a organización e historia...*

1:44:20

(P2)

Esta concesión supone una relación simple que no atiende a causas directas, pues la razón del resultado recae en las *ventajas* del adversario más que en las propias *carencias*, aun cuando estas se señalen:

R. S. ...este equipo brasileño, por ejemplo, la portera juega en España, la número cuatro,  
1:01:48 Tania, juega en el Rayo Vallecano y tiene tres jugadoras en Suecia, para que vean  
(P2) la diferencia que hay y por ejemplo aquí, viendo la lista del equipo mexicano, por ejemplo, tenemos a la niña...Maria de Jesús Castillo, la número cinco, registrada en el equipo Palomas de México, pues les mandamos un saludo a todas sus compañeras, pero realmente desconocemos en qué liga, y cómo puede desarrollarse esa chiquilla para llegar a la selección nacional y estar en los juegos olímpicos, hay que felicitarle una barbaridad, pero sí, sí hay diferencias muy importantes y que, espero que en esta situación de mencionarles que unas juegan en el Rayo Vallecano y otras en Suecia, pues las niñas mexicanas no es así, varias juegan en Estados Unidos que es una liga muy competitiva, ataca el equipo brasileño que busca el tercero, jugada en el área, Marta filtra, posibilidad, ¡disparo, va desviado, estoy contigo Miguel Gurwitz!...

Entonces, se tiene conciencia de una desventaja que se atribuye a las *condiciones del adversario*, y en función de esta desventaja, se califican los resultados: Como se mencionaba, los resultados son *buenos*, porque considerando las *carencias*, la derrota es comprensible. Al hablar de *carencias* y *desventajas*, se habla de una *falta de apoyo* que en la mayor parte de los comentarios no resulta tan evidente:

G. G. Yo creo que habría que destacar que este equipo mexicano *es producto de una*  
1:29:23 *generación espontánea, ¿no? Al...el...el que tiene Japón, Japón es un país que*  
(P3) *tiene una liga muy profesional, perfectamente bien organizada, actuando desde hace muchos años, está en una zona de un gran alto...de un alto nivel, está con China, está con Corea, que fue campeón de la sub 20, está con Australia que también se integró a esta zona, y peleándole muy parejo a todos estos equipos que te menciono, México está en una zona muy difícil pero no tiene una liga, estas jugadoras han sido llevadas por Leo, poco a poco, pian pianito, y sin...ella tienen que usar los partidos clasificatorios, también como partidos de fogueo.*

Este comentario señala tres aspectos. Primero, que el equipo mexicano pertenezca a una *generación espontánea* alude al hecho de que no hay ningún sistema estructurado para el fútbol femenino: las jugadoras surgen de todos lados,

producto de sí mismas; en segundo lugar, vuelve a hacer hincapié en la ausencia de una liga profesional, lo que repercute en que el número de partidos sea considerablemente menor al que pudiera tener el otro equipo; y finalmente, atribuye el mérito del avance del fútbol al *entrenador*:

A. A. 1:49:54 Sí, un partido de reencuentro del fútbol femenino con México ¿no?, *la gente vino a apoyarlas, el fútbol está creciendo a nivel femenino, y que bueno, será muy importante poder acceder al mundial porque esto tiene que seguir creciendo, la llegada de Leo Cuellar a la selección fue importante, la participación hace cuatro años y este encuentro, el colofón de algo que surgió hace muchos años, que se había olvidado y que se está recuperando*

P. V. 1:50:22 Sí, *el trabajo de Leo Cuellar ha sido en grande, de observación, de reclutamiento de jugadoras, de convencimiento, primero al poco apoyo de parte de Federación, en fin, pero todo esto ha ido creciendo paso a paso, ...*

A. R. 1:50:30 *Bueno, yo creo que bueno, en los últimos cuatro años, sin precedente aquí en México, a pesar que en el 71 se jugó no contaban con tanto apoyo, y yo creo con tantas jugadoras como ahora, ahora se cuentan, entonces yo creo que el trabajo y aprovechando el trabajo que ha hecho Leo Cuellar y aprovechando la cantidad de niñas interesadas en jugar, se ha hecho un muy buen trabajo, muy, muy positivo para el fútbol femenino.*

El crédito de *Leo Cuéllar* como precursor de este *notable avance* disimula la ausencia de aquellos que han debido apoyar y sin embargo, no lo han hecho del todo:

G. F. 1:17:34 Donde hay mucho nerviosismo por parte de Leonardo Cuéllar quien va y viene constantemente, su colega, el señor Koyi Okashi, todo el tiempo de pie. *Hay que señalar la presencia de directivos de la Federación Mexicana en este partido, se encuentra el señor Deccio de María, así como Guillermo Cantú, en la semana también don Justino Compeán visitó este equipo, un avance y apoyo importantísimo para decirles “muchachas, estamos con ustedes”.*

E. L. 1:17:59 Claro que sí, *cuando por años, por años, fueron realmente ignoradas*

R. P. 1:18:04 Así es, *hoy es momento de cambiar, y aquí está viendo este partido*, para buscar el pase de México al Mundial, toque con Liz Gómez para Mónica González, se equivocó en su servicio, Sakai la juega con Yanagita, ...

*Cuando por años fueron realmente ignoradas* supone un reclamo, que se recubre con la evidencia de que la situación ha cambiado y ahora *sí hay apoyo*; pero este cambio se ejemplifica solamente con la *presencia* de los directivos

M. G. Raúl, *hablabas de los apoyos y de lo que hay que brindarle a esta selección femenil*, 1:13:55 *por lo pronto aquí está Alberto de la Torre, presidente de la Federación Mexicana de Fútbol, situación que bueno, antes, pues no sucedía, ¿no?* (P2)

La trampa de este apoyo es que en realidad consiste en una concesión; el *ser observadas* por aquellos que rigen el destino del fútbol nacional supone una conquista:

C. Q. ... Japón supo hacer su juego, supo mantener su ventaja, ventaja temprana que 1:50:44 supieron mantener, supieron mantener muy bien y lograron el resultado de estar ya en (P1) la copa del mundo 2007. *Leonardo Cuellar lleva ya 9 años al frente de las selecciones femeniles*, y bueno, *esperemos que no disminuya el apoyo, estaba Decio de María en el estadio del Nemesio Diez, bueno, esperemos que siga el apoyo a la femenil para que podamos ir a la siguiente* (P3)

Si bien la presencia implica *interés*, no conlleva necesariamente un *apoyo*. De hecho, el colofón de *esperar que el apoyo siga* supone el riesgo de que éste pudiera, como antaño, retirarse. En efecto, el riesgo es latente, porque se reconoce que *las carencias* dificultan enormemente el desarrollo del fútbol femenil y por lo tanto, la obtención de resultados que tanto interesan a la federación.

Entonces, ¿cuál es el avance? Por un lado, se afirma que la Federación está apoyando, pero por el otro se enumeran suficientes lagunas como para comprender la situación de desventaja del fútbol femenil. Y la responsabilidad de estas lagunas no recae en nadie: la federación sólo apoya, aunque este supuesto *apoyo* siga sin evidenciarse:

R. P. Lo que te iba a comentar, hablabas de los avances, bueno, jugadoras de Brasil que

1:12:08 juegan en otras ligas, lo que debemos de *pensar son los notables avances en poco tiempo que ha tenido la selección mexicana, el que en las escuelas ya hay fútbol femenino, las niñas desde muy pequeñas juegan en las escuelas y pensar en formar una liga profesional, me parece que sería un gran avance para seguir desarrollando este fútbol tan..tan emocionante ¿no?*

R. S. Ojala se siga apoyando el proceso que está viviendo la Federación Mexicana de Fútbol, con Silvia Terán y con Leonardo Cuéllar, que tienen intención de crear diferentes formas de desarrollo de fútbol femenino en cuanto a ligas nacionales, y luego una liga fuerte en el Distrito Federal, para posteriormente poder ir a los trabajos ya en los equipos, porque si de entrada tú buscas cobrar...que buena parada de Pamela Tajonar...*por ver fútbol femenino va a ser muy difícil, primero tienes que sembrar, que ya lo hicieron, después poner las bases con ligas regionales, ligas municipales, ligas estatales, e ir buscando la manera del crecimiento, por lo pronto ya se ha dado*, tenemos el ángulo Televisa, ¡qué bien Pamela Tajonar, haciendo lo suyo...

En resumen, *hay avance, pero todavía falta*: faltan espacios, ligas, organización. Se juega en un permanente “ya merito”. Pero la esperanza del “sí se puede” está latente: en los comentarios se observa una tendencia a remarcar la necesidad de un cambio que permita concebir de otra manera al fútbol femenino:

G. G. ...Porque si hablamos de partidos oficiales de la selección, clasificatorias, México está invicto, empató aquel dos a dos con Japón, y luego le está ganando dos a uno, entonces, pues, *con un poco más de apoyo y de.. y de aceptación, también, cultural, porque hablábamos de que ese es el reto, la hazaña es posible que no se de, pero el reto es que el fútbol femenino no acabe aquí, que se puedan sumar los esfuerzos mediáticos, económicos, y culturales, para que este deporte esté en el lugar que merece estar*

Este rayo esperanzador, mínimo, sutilmente esbozado, radica en la consideración de los medios como elemento nodal de este cambio. El reto al que llama la locutora no es sólo para la federación, las jugadoras, la afición, sino que incluye a la misma prensa deportiva. Esto habla de una toma de conciencia sobre la importancia de la cobertura mediática para el desarrollo de este deporte. Pero

en realidad, el reto no es sólo poder hablar de fútbol femenino: el reto es hablar de fútbol femenino de *otra* manera, que no reproduzca la subordinación ni la desigualdad. Y de este otro reto, aún no se tiene conciencia.

Esta falta de conciencia se evidencia en el modelo de representación que aquí se ha construido, confirmando al orden de género como un orden discursivo, de dominio y asimétrico. *Discursivo* porque como se ha expuesto, los atributos que se le atañen reproducen las determinaciones de las representaciones hegemónicas de género, aun cuando se infiera una intención de reconocer y promover el fútbol femenino. Entonces, si bien estas representaciones sociales no comportan un propósito discriminatorio inherente, sí conlleva una valoración desigual y diferenciada, con múltiples constricciones. Estas constricciones se derivan principalmente de una organización genérica *dominante*, en la cual la jerarquía de poder coloca a lo *masculino* sobre lo *femenino* (y por eso, el canon a igualar siempre es el del deporte varonil). Y en este sentido, establece una *asimetría* en la cual la valoración del fútbol femenino no es equitativa.

Esta valoración asimétrica se manifiesta primero en la *estigmatización*. Mientras se insista en el *temor a la masculinización*, el fútbol se seguirá concibiendo como un campo en el que las mujeres no pueden simplemente *ser*; tienen que *ser mujeres* que reproduzcan las nociones de *feminidad*: *señoritas, chicas, damas, bonitas. Jugar bien, desarrollar habilidades, ser reconocidas* no se verá como prioritario como sí lo es conservar su esencia *limpia, emotiva, entregada*. Bajo estos parámetros, se promueve a la vez una *discriminación*: los *diminutivos*, los *apodos* y las *concesiones* aparentes suponen una (des) valoración donde ellas no son *protagonistas*: *los fuertes, los que juegan bien, los técnicos, los hábiles, los asados, los valientes, los kamikazes, los magos, los importantes* son otros. Es decir, la *comparación con el fútbol varonil* no supone el mismo trato mediático y en cambio sí deprecia la calidad del balompié practicado por mujeres, al igual que su ocultamiento en la *sobrerrepresentación* borra su real presencia. No hay *porteras*, ni *árbitras*, ni *jugadoras*; y sin ser nombradas como tales, difícilmente se pueden concebir para pelear por recursos, por oportunidades, por derechos. Mientras tanto, se mantiene una situación de

*desigualdad* donde ya las vienen a ver los directivos, donde casi llenan los estadios, donde la gente incluso se pone de pie, donde aun falta mucho pero donde se deben ir satisfechas.

Lo que revela este análisis, más allá de la confirmación de la hipótesis, es una necesidad de incidir en los mensajes a través de los cuales se materializan las representaciones sociales para generar nuevas formas de nombrar y concebir al fútbol femenino. Formas en las que el mérito sea deportivo, en donde los estereotipos sean eliminados, donde simplemente sean futbolistas y no *damas*, *señoritas* o *chicas*. Formas en las que sean mujeres que juegan al fútbol y no excepciones de la *feminidad*. Formas donde su trasgresión no se entienda como amenaza o quebrantamiento y sí como posibilidad.

## REFLEXIONES FINALES

Desde el inicio, esta investigación pretendía ir más allá de la simple constatación de que las mujeres están excluidas del deporte. Hablar de exclusión, discriminación y marginación contra las mujeres es hablar de un tema complejo y multidimensional, pues como se ha argumentado, se manifiesta a lo largo de todo un proceso de construcción social. Abordar este tema trasciende el hecho de “dejar jugar a las mujeres”, pues la presencia de éstas en las canchas es hoy innegable; no obstante, eso no significa que no sean excluidas, marginadas o discriminadas: el problema no es tanto de participación, sino de la consideración social, la valoración y las oportunidades que este espacio les otorga.

El deporte, como se ha tratado de demostrar en el presente trabajo, es otro más de los sistemas sociales que subestiman al género femenino; por lo tanto, la discriminación al interior de éste sistema es quizás uno de los retos más persistentes y menos visibles debido a los mecanismos de reproducción del orden de género. Y precisamente, un primer paso para afrontar este reto es hacer evidentes los esquemas de discriminación presentes en muchos deportes, como es el caso del fútbol. Así, más allá del fin puramente académico, este trabajo se inscribió dentro de los estudios con perspectiva de género por el sentido político que implican: la responsabilidad de hacer una crítica social que a su vez se convierta en un factor de cambio. Un cambio que permita encontrar nuevas formas de nombrar y nuevos caminos para la participación femenina en el deporte.

¿Qué fue lo que esta pretendida crítica mostró? Primero, que tal como se establecía en el planteamiento inicial del problema de investigación, el discurso de la televisión presenta una representación social del fútbol femenino que reproduce estereotipos del orden de género. El fútbol femenino, a la manera como lo representan las transmisiones de la televisión, es un fútbol que efectivamente está creciendo, que tiene un buen nivel, que *puede* ser un buen espectáculo pero que sobre todo resulta sorprendente porque lo juegan *mujeres* (que se tratan de

caracterizar con atributos ligados a la *feminidad*) que *casi* igualan a los *hombres* (el canon, la medida, el paradigma).

Sin embargo, hay que señalar que en un principio se pensó que esta representación evidenciaría una clara situación de discriminación, más no es así. Sin duda, la discriminación se manifiesta desde que se conoce el número de partidos de fútbol femenino que han sido televisados, pero en las transmisiones, este trato diferenciado aparece desdibujado entre comentarios, anécdotas y calificativos que parecen neutros, casuales, coloquiales, amenos. Esto no significa que la discriminación resulte menos fuerte por no ser evidente; al contrario, resulta más difícil de detectar (y por ende, de erradicar), puesto que la representación naturaliza los atributos, características y sentidos atañidos al fútbol femenino. Efectivamente, éste se convierte en un espacio donde las mujeres pueden participar, en tanto no dejen de ser todo lo que los estigmas, estereotipos y roles tradicionales dicen que debe ser “una mujer”.

Había una limitante, conocida desde el inicio del trabajo de investigación, que era la de corroborar los alcances de esta representación analizando el discurso televisivo. Se sabía que al estudiar la representación social en una variedad discursiva concreta (el discurso televisivo) no se estaría apuntando hacia el significado que los agentes sociales le otorgan a esta representación, sino a la sola *propuesta*; es decir, a los ejes a través de los cuales se intenta dar coherencia y significado al fútbol femenino. Estos ejes, expuestos en el cuarto capítulo, conforman el modelo de representación del fútbol femenino propuesto en el discurso televisivo, que confirma los supuestos iniciales.

No obstante, el trabajo de análisis reveló otra limitante: la imposibilidad de definir a un *grupo específico* como enunciador de la representación. La teoría de las representaciones sociales dice que éstas siempre se encuentran referidas a grupos sociales concretos, en quienes se puede rastrear tanto las informaciones como las actitudes. Si bien el análisis de esta producción discursiva permitió lo anterior (indagar sobre los componentes de la representación), el problema se

hace ostensible cuando se considera que los enunciadores (los locutores, comentaristas y reporteros) no forman parte de un grupo sino de un ente productor complejo que es el propio *medio televisivo*.

Sin la intención de entrar a detalle (más con la promesa de retomarlo en otro momento), la clave estaría en el concepto de *representación mediática*, un concepto con las mismas propiedades que la representación social (concebido incluso como una subcategoría de ésta) pero que tendría que considerar las características de los mensajes *massmediáticos*; entre ellas, *el medio* como enunciador.

La anterior es la primera de las líneas de reflexión que este trabajo abrió, la mayor parte de las cuales están relacionadas con el tema más que con la metodología. Es muy claro que no basta plantear problemas puntuales para que se apliquen los principios de la perspectiva de género. Sin embargo, sigue siendo prioritario comprender los ejes y la estructura de las relaciones sociales jerarquizadas entre géneros, así como las formas que toman en lo concreto y lo cotidiano. Lo anterior resulta primordial para poder visualizar las posibilidades reales, las estrategias y las medidas específicas destinadas a desmontar las inequidades, las desigualdades y las injusticias.

Pero estos ejes conducen a mucho puntos que siguen sin ser analizados ni considerados en los espacios de discusión; y sin esto, no habrá política, ni estrategia ni conquista que modifique la situación, lo que lleva irremediablemente a la necesidad de seguir investigando. En una cultura como la nuestra, tan renuente a modificar el orden de género, lo primero es visualizar, delatar, cuestionar, proponer. En este tenor, la crítica de los medios resulta crucial para evidenciar las desigualdades o la discriminación que se ejerce sobre las atletas.

Empero, el análisis de la representación del deporte femenino en los medios no agota los vacíos que el tema sugiere. Casi no hay datos precisos de las

condiciones de participación de mujeres y hombres en las actividades deportivas y físicas, ni de sus roles en la conducción del entrenamiento y la gestión deportiva, ni de sus tasas de abandono o incorporación a la práctica deportiva. Tampoco abundan estudios académicos relacionados con el papel de los medios de comunicación nacionales y locales en la promoción del deporte, en la formación de ídolos, o en la educación deportiva. De igual manera, existen otras vértices en este triángulo medios-deporte-género: la discriminación hacia los deportes minoritarios, las desigualdades en las condiciones del periodismo deportivo ejercido por hombres y mujeres, el tratamiento estereotipado de las deportistas en los diferentes programas, los desequilibrios en la cobertura de los deportes televisados respecto a aquellos que sólo se reportan en prensa, la relación de la violencia deportiva y la violencia genérica. Y en particular, destaca otra vertiente que en esta investigación sólo se alcanza a bosquejar: el consumo y recepción, tanto de hombres como de mujeres, del deporte femenino. Un tema que resulta por demás atrayente, pues permitiría indagar con mayor certeza las derivaciones de las representaciones sociales propuestas en los medios de comunicación.

El campo de investigación se presenta así amplio y complicado, con diversos modelos, maneras y caminos para abordarse; en cualquier caso, el tema requiere un espacio al ser parte importante para la construcción de las relaciones de género. Si como dice Lagarde, (2000, p. 52) la conciencia duele, la tarea de los trabajos que se adscriban a la perspectiva de género es descubrir todas las llagas que causan este dolor. Esto es, hacer evidente lo que se disimula para que siga doliendo, y en la conciencia de este dolor, iniciar un cambio.

Desde las primeras autoras feministas hasta nuestros días, el reto sigue siendo el mismo: lograr que se hable de las mujeres no como una parte subordinada de la masculinidad, sino como un referente de sí mismas. Sin embargo, diversos análisis han mostrado que en muchos campos, únicamente se ha ido “sumando lo nuevo a lo viejo”, montando cosas que son contradictorias y

antagónicas, como en el caso del fútbol femenino. Una falsa idea de igualdad ha provocado que en muchos lados se crea que lo que se busca es “igualar a los hombres”: jugar como hombres, hablar como hombres, pegar como hombres. Pero esto es una falacia con la que se encubre la represión que conlleva, para ambos género, la ideología patriarcal.

Por eso, el cambio busca romper con los parámetros marcados por el orden de género, trascendiendo la conquista legal del derecho a practicar el deporte, para repercutir en la construcción de una nueva forma de nombrar al deporte femenino. Mucho se ha argumentado que la cultura funciona en espacios marcados por ella misma, en torno a redes de significación; por lo tanto, son estas redes las que se deben de cambiar, reconocer, quitar, desactivar y reconstruir para lograr que cada persona, hombre o mujer, joven o no, heterosexual o no, tenga las posibilidades primero, de decidir, y luego, de ser lo que decida: futbolista, boxeadora, nadadora. La pregunta es: ¿desde dónde construir estas nuevas formas de nombrar para superar estas condiciones? La respuesta exhibe varios escenarios: las canchas, los rings de pelea, las pistas de atletismo, las instituciones deportivas, los recintos legislativos y especialmente, la academia y los medios de comunicación.

Antes que nada, esto involucra la superación de carencias y privaciones, la satisfacción de las necesidades, la consecución de derechos civiles y políticos. Se debe, incuestionablemente, trabajar en las leyes que extiendan la garantía de participación de las mujeres a otros rubros como los premios, las oportunidades de profesionalización, el abuso y el acoso sexual dentro del mismo deporte. También es forzoso, en estricta responsabilidad de las federaciones deportivas, revisar la política nacional en esta materia, con especial atención en criterios sobre financiamiento, asignaciones presupuestarias, instalaciones, facilidades de acceso, programas escolares y planes destinados a facilitar su incorporación. Asimismo, resulta de gran importancia promover el papel de las mujeres en su calidad de autoridades, juezas deportivas y demás funciones al interior de clubes, federaciones nacionales y organismos internacionales. Dentro de este ámbito institucional, es preciso originar proyectos que examinen cuestiones como la manera en que se negocian los distintos roles entre géneros, el acceso y control

sobre los recursos (poder, información, ingresos, fondos,) o los progresos realizados con respecto a los objetivos de equidad.

Pero sobre todo, es necesario continuar trabajando para conseguir una verdadera presencia mediática. No se trata únicamente de incrementar la participación femenina en el deporte sino también de lograr una valoración justa, indiscriminada y equilibrada. Las mujeres pueden seguir ingresando a las canchas, a las pistas, a los cuadriláteros, sin el apoyo de las organizaciones deportivas, los patrocinadores y los medios; pero por muchas que sean, las brechas se mantendrán, incluso haciéndose más grandes y marginando aún más al deporte femenino. En la ilusoria presencia del deporte femenino que hasta ahora impera en los medios han participado tanto organizaciones como medios, con una evidente falta de interés, proyectos y de flujo de informaciones por ambos lados.

Si a esto se suma la indiferencia académica, social, institucional, el panorama aquí dibujado podría ser peor. Pero esto, lejos de suponer una actitud pesimista o conformista, constituye la piedra angular para la construcción de ésta nueva forma de nombrar. En este sentido, si la comunicación tiene que ver con las posibilidades de decir, de afirmar, de colocar en un sitio legitimado, los medios son la llave. Una llave capaz de transformar el orden de género en la misma medida que lo mantiene.

La invitación es a transformar los discursos de los medios en un espacio para descartar las nociones de lo masculino y lo femenino en la búsqueda de un nuevo concepto del deporte. Las redacciones de los periódicos, las televisoras, las emisoras de radio, las agencias de noticias y publicidad son los campos de batalla para alentar a la valoración y el debate que permita generar un cambio respecto al tratamiento de la actividad deportiva. Pero tratar de convencer a las industrias mediáticas para que modifiquen este tratamiento y dejen de representar a las deportistas en papeles subordinados y estereotipados, es una tarea difícil.

Existen ya diversas directivas, recomendaciones, normas, sugerencias y consejos, encaminados todos ellos a elaborar representaciones de género equitativas, que se publican periódicamente en los propios medios de

comunicación. Aunque por ahora, no parecen dar señales de quererse aplicar, no se debe dejar de señalar, criticar, insistir. Insistir, como una forma de seguir resistiendo y oponiéndose a la cultura de género represiva que se busca transformar.

En esto, se señalaba, radica la potencialidad de los medios. Una potencialidad que lo mismo permite erradicar las desigualdades que acrecentar las diferencias. En ambos casos, una potencialidad que transforma. La apuesta, es trabajar en ellos para que propicien imágenes nuevas, no reducidas de los seres humanos y de la realidad. El reto, es revisarlos continuamente para delatar y arrancar estos esquemas predeterminados y predeterminantes. El costo, caro y cotidiano, es resistir a la indiferencia. El estímulo, es llegar a construir otras posibilidades de nombrar, ser y actuar que muchas veces parecen insospechadas.

La necesidad de configurar al deporte como parte de vida de las mujeres tiene como principal intención permitirles un modo de reconocerse como agentes sociales. Los beneficios van entonces más allá de la salud, el desarrollo de la autoestima y de un estilo de vida físicamente activo. Numerosas organizaciones en todo el mundo han demostrado que a través del deporte se puede generar un marco favorable para el lanzamiento de un proceso de educación sobre la equidad de género, los derechos políticos, el cuerpo, la pertenencia, la tolerancia.

En estos ejemplos, la actividad deportiva constituye un espacio de aprendizaje para descubrir complicidades, visualizar esclavitudes, cuestionar el orden patriarcal, dejar de asumir la inferioridad, alzar la voz. En un gol, en una canasta, en un golpe, las mujeres deportistas están gritando que se rebelan no contra su ser mujeres (cualesquiera que sea la manera cómo ellas hayan decidido serlo) sino contra el orden injusto que dice que no deben, pueden o saben patear un balón, encestar un tiro o ponerse unos guantes.

En conclusión, la verdadera cultura del deporte femenino que necesita nuestra sociedad es una que posibilite la elaboración de una imagen de las mujeres acorde a sus necesidades, capacidades y méritos; que catalice las voluntades en decisiones que generen cambios; que no base sus parámetros en los roles masculinos y que permita la diferencia sin suponer una indiferencia.

En este sentido, la construcción de este nuevo discurso debiera superar otra práctica que ha restringido la participación femenina en distintos campos a partir de la negación de la diversidad. Simplemente, las mujeres en nuestro país no forman un grupo homogéneo con necesidades y oportunidades iguales. Por esta razón, la mayoría de las mexicanas no van a tener las posibilidades para practicar el golf como Lorena Ochoa; tampoco es posible que todas posean la simpatía de Iridia Salazar, lo que no es ninguna limitante para su desarrollo deportivo; y menos probable es que la totalidad de quienes practican deporte lleguen a ser medallistas olímpicas como Ana Guevara. Pero la posibilidad de que quienes adopten la práctica deportiva como parte de su vida adquieran poder es latente.

Mas este poder no es aquel que el deporte construye como patrimonio masculino. Al contrario, se está hablando de un poder desprovisto de dominio, un poder de libertad, de creación. De una nueva forma de juego donde ganar no sea lo importante, sino el derecho a jugar. De una nueva forma donde la victoria no humille sino aliente. De una lógica deportiva diferente donde se permita demostrar virtud, no poderío; donde el *poder* no sea para *dominar*, sino para *transformarse*.

El gran desafío de la investigación en torno al deporte femenino es hacer entender que éste constituye más que una actividad lucrativa, más que una imagen mediática, más que un sistema de competencia: representa la oportunidad de desarrollar las capacidades para el crecimiento íntegro del ser humano, y las mujeres, desde hace mucho, estamos luchando porque esa posibilidad sea real. Finalmente, la cuestión de la participación femenina en el deporte no es una lucha de atletas hombres contra mujeres; es la lucha de las y los deportistas contra las estructuras que limitan las capacidades que el deporte mismo busca potenciar: integrar mentes y cuerpos sanos, sin importar que ese cuerpo sea de mujer o de hombre.

Eduardo Galeano, en su gran admiración por el fútbol, se definía como un “solicitante del buen fútbol que va por el mundo, con la mano extendida suplicando un movimiento bonito, por el amor de Dios. Y cuando el buen fútbol

aparece, agradezco por el milagro, y no me preocupo por qué equipo o qué país lo consiguió”. Igual que en muchos lados, aquí falta decir que tampoco debiera importar el género. Porque en esencia, ya venga de los botines de Maribel Domínguez o de Cuahutémoc Blanco, en el fondo de la red, en las gargantas de los locutores, en el corazón de los aficionados, un gol es un gol.

## FUENTES DE CONSULTA BIBLIOGRÁFICA

- Alabarces, P. (1995). *Fútbol: la afirmación ritual de la identidad*. Ponencia presentada en las Iras. Jornadas Nacionales de Investigadores Jóvenes en Comunicación y Procesos Culturales, Instituto Gino Germani, Buenos Aires. Noviembre de 1995.
- ----- (1998). *Fútbol y patria. La crisis de la representación de lo nacional en el fútbol argentino*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica). Disponible en <http://www.efdeportes.com/pmr10.html>.
- Alcoba, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Ed. Paraninfo.
- Anderson, E. (2005). *In The Game: Gay Athletes And The Cult Of Masculinity. Sport, Culture, and Social Relations*. New York: SUNY Press.
- Antunez, M.(2000). *Participación de la mujer en la elaboración y concreción de políticas deportivas*. Lecturas: Educación Física y Deporte. (Revista Electrónica). Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd26/mujer1.htm>
- Amoros, C. (1985). *Hacia una crítica de la razón patriarcal*. Barcelona: Anthropos.
- Archetti, E. (1998). Masculinidades múltiples. El mundo del tango y del fútbol en la Argentina. En Balderston y Guy (eds), *Sexo y sexualidades en América Latina* (pp. 291-312). Buenos Aires: Paidós.
- Bach, M. (cord.) (2000). *El sexo de la noticia*. Barcelona: Icaria.
- Badinter (1993). *XY La identidad masculina*. Madrid: Alianza.
- Balaguer, I., Pastor, Y. y Moreno, Y. (1999). *Algunas características de los estilos de vida de los adolescentes de la Comunidad Valenciana*. Revista Valenciana de Estudios Autonómicos, (26), 33-56.
- Barrera, O. (2006). *Nosotros no jugamos con niñas*. Tesis de Maestría, FCOyS, UNAM, México DF.
- Bateson (1992). *La nueva comunicación*. Barcelona: Cairós.
- Beauvoir, S. (1975). *El Segundo Sexo. Tomos I y II*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Berger P. y Luckman T. (1990). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bianchi S y Brinnitzer, E. (2000). *Mujeres adolescentes y actividad física. Relación entre motivación para la práctica de la actividad física extraescolar y agentes socializador*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica). Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd26/adoles2.htm>
- Bourdieu, P. (1987) *Los Tres Estados del Capital Cultural*. Sociológica, UAM-Azcapotzalco, México, (5), 11-17.
- ----- (1988). *Cosas Dichas*. Buenos Aires: Gedisa.
- ----- (1990). ¿Cómo se puede ser deportista? En Autor, *Sociología y Cultura* (pp. 193-213). México: CONACULTA/Grijalbo.
- ----- (1993). Deporte y clase social. En Brohm, J.M. (comp.) *Materiales de sociología del deporte* (pp.57-82). Madrid: La Piqueta.
- ----- (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- ----- (1998 a) *Social Space and Symbolic Power*. Sociological Theory, 7 (1), 14-25.
- ----- (1998 b). *La distinción*. Barcelona: Taurus.
- ----- (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama
- Bradley, C. ( 2006). *Abuso en el deporte*. México:DEMUSA
- Breilh, J. (1996). *El Género entre fuegos: inequidad y esperanza*. Quito: CEAS.
- Brohm, J.M. (1982). *Sociología política del deporte*. México: F.C.E.
- Bromberguer, C. (2001). *Las multitudes deportivas: analogía entre rituales deportivos y religiosos*. Lecturas: Educación Física y Deporte (Revista Electrónica). Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd29/ritual>
- Butler, J. 1998. *Actos Preformativos y construcción del género*. Debate Feminista, (18), 296-314.

- Cagigal J. M. (1985). *Deporte: espectáculo y acción*. Barcelona: Salvat.
- Calero Fernández, M.A. (1999) *Sexismo lingüístico. Análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje*. Madrid: Narce Editores
- Caminero, F. (2006). *Un estudio sobre intereses, actitudes y práctica de actividad físico-deportiva y género con población de educación secundaria obligatoria*. Comunidad Virtual de Ciencias del Deporte-Red Iris (Portal Electrónico).  
Disponible en <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista8/intereses.doc>
- Carroggio, M. (2006). *Patrocinio, comunicación y deporte. La audiencia, un oro que fusiona tres sectores*. Telos, cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad (Revista Electrónica).  
Disponible en [http://www.campusred.net/telos/anteriores/num\\_038/cuaderno\\_central6.html](http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_038/cuaderno_central6.html)
- Castillo, I. y Balaguer, Y. (1998). *Patrones de actividades físicas en niños y adolescentes*. APUNTS,(54), 22-29.
- Cazés, D. (1999). *La perspectiva democrática del género*. México: CNP- PNM.  
Disponible en [http://www.europrofem.org/02.info/22contri/2.05.es/d.cazes/00\\_cazes.htm](http://www.europrofem.org/02.info/22contri/2.05.es/d.cazes/00_cazes.htm)
- CIMAC (2006). *Monitoreo de Medios CIMAC 2006*. México: Autor.
- Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE)- Instituto Nacional de las Mujeres (INM) (2005). *Mujer y deporte, una visión de género*. México: Autor.  
Disponible en <http://www.deporte.org.mx/biblioteca>
- Comisión Nacional de la Mujer /SEGOB.(1999) *Glosario de términos básicos de género*. México: Autor.
- Comité Olímpico Español, COE, (1999). *Elige tu deporte*. Madrid: Autor
- Connell, R.W. (1995). *Masculinities: Knowledge, Power and Social Change*. Berkeley: University of California Press.
- Consejo Ciudadano para la Equidad de Género en los medios de Comunicación y el derecho a la Información de las mujeres. (2007). *Emisor-Mensaje-Receptor*. México: Autor.
- De Barbieri, T. (1992). Sobre la categoría de género: Una introducción teórico-metodológica. En Valdés y Olavarria (eds.), *Fin de Siglo. Género y cambio civilizatorio*. Ediciones de las Mujeres, ISIS/FLACSO (17), 111-128.
- De Lauretis, T. (1991). La tecnología del género. En Ramos Escandón (ed), *El género en perspectiva: de la dominación universal a la representación múltiple* (pp. 239-240). UAM I, México.
- Díaz Mintegui, C. (1996). Deporte y construcción de las relaciones de género. *Gazeta de antropología UPV* (Revista Electrónica).  
Disponible en [http://www.ugr.es/~pwlac/G12\\_10Carmen\\_Diez\\_Mintegui.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G12_10Carmen_Diez_Mintegui.html)
- Duncan, M. y Messner, M. (2005) *Gender in Televisión Sports: News and Highlights Shows, 1990-2004*. AFA: Los Ángeles.
- Echeverría, M. (2006, mayo). *Representaciones mediáticas de la pobreza. Características generales e implicaciones de su recepción por parte de los pobres*. Ponencia XVIII Encuentro Nacional AMIC, Morelia, México.
- Eitzen, D Y Sage, G. H. (1997). *Sociology of North American Sport*. Boston: Mc Graw Hill.
- Elías N. (1994). *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. México: F.C.E
- Elías, N. Y Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. México: FCE.
- Fagundes D. (1995). Performances, reproducción e producción dos corpos masculinos. En Fachel O. (org.). *Corpo y Significado*, (pp. 193-205). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis. The critical study of language*. Inglaterra: Longman.
- ----- (2003). El análisis crítico del discurso como método para la investigación de las ciencias sociales. En Wodak R. y Meyer, M. (coord.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 179-201). Barcelona: Gedisa.

- Fairclough, N. y Wodak, R (2000). Análisis Crítico del Discurso. En Van Dijk, T. (ed.) *El discurso como interacción social*. Estudios sobre el discurso II (pp. 367-403). Barcelona: Gedisa.

- Ferreiro, Juan Pablo et al. (2000). Identidad y poder en el fútbol, algunas reflexiones a partir de la experiencia jujeña. En Alabarces (comp.), *Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO.

Disponible en <http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/deporte/lgol.html>

- Fecé, J.L. (2000). Lectura crítica de medios audiovisuales. En Pérez Tornero (comp.). *Comunicación y educación en la sociedad de la información* (pp.135-168). Barcelona: Paidós.

- Ferrés, J. (2000). *Educación en la cultura del espectáculo*. Barcelona: Paidós.

- Flores, F. (2007), *Psicología social y género, el sexo como objeto de representación social*. México: Mc Graw Hill, UNAM.

- Foucault, M.(1983). *El discurso del poder*. México: Folios.

- ----- (1990). *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.

- ----- (2005) *El orden de discurso*. Buenos Aires: Tusquets.

- ----- (2005) *Historia de la sexualidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.

- Frey y Eitzen (1991). *Sport and society*. Annual Review of Sociology, (17), 503-522.

- Friedan, B. (1974). *La mística de la feminidad*. Madrid: Ediciones Júcar.

- Gallego, J. (2002). *La prensa por dentro: producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona: Frontera.

- Gallego y Estebarez (2006). *Mujeres que abren camino en el deporte: factores influyentes en las situaciones de desigualdad y discriminación*. Portal de las Ciencias de Educación Física y Deporte (Revista Electrónica).

Disponible en <http://www.cafyd.com/HistDeporte/htm/pdf/2-14.pdf>

- Gallo Cadavid, L. E. (2002). *Mujer y deporte en Medellín y su área metropolitana*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica).

Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd52/mujer1.htm>

- ----- (2006). *Participación de las mujeres en el deporte y su rol social en el área metropolitana del Valle del Aburra, Medellín*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica). Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd27a/mujerm1.htm>

- Gallo Cadavid, L.E. y Pareja Castro, A. (2001). *A propósito de la salud en el fútbol femenino: inequidad de género y subjetivación*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica).

Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd33a/futfem1.htm>

- García Damián, M. (2002). *El papel emergente de las mujeres en la sociedad post-industrial*. Razón y Palabra. (Revista Electrónica).

Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/fcys/2002/junio.html>.

- García, E.; Moragas, M.; Gómez M. (2006). *El deporte en las televisiones españolas. Un papel creciente en la programación*. Telos, cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad (Revista Electrónica).

Disponible en [http://www.campusred.net/telos/anteriores/num\\_038/cuaderno\\_central3.html](http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_038/cuaderno_central3.html)

- García Fernando, M. (1990). *Aspectos sociales del deporte. Una reflexión Sociológica*. Madrid: Alianza.

- García Matilla, A. (2001). *Información ficción y pedagogía en el fútbol televisado*. Comunicar, (17) 57-63.

- Gándara L. (1999). *Las voces del fútbol: Análisis del Discurso y cantos en la cancha*. Lecturas: educación física y deportes(Revista Electrónica).

Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd17/leliag.htm>

- Gastaldo E. (1995). A forja do homem de ferro: a corporalidade nos esportes de combate. En: Fachel O. (org.), *Corpo y Significado*, (pp. 205-225). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

- Giddens, A. (1998). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Gil, G. (2001). *Monopolio televisivo y gerenciamiento: el fútbol como mercancía*. Lecturas: Educación Física y Deporte (Revista Electrónica).

Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd26a/futbolm.htm>

- Gilmore, D.D. (1994). *Hacerse hombre. Concepciones culturales de la masculinidad*. Barcelona: Paidós.

- Giménez, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

- Gómez, E. (1993). Introducción. En Autor (comp.), *Género, mujer y salud en las Américas* (541). I-XV.

- Griffin (1998). *Strong Women, Deep Closets: Lesbians and Homophobia in Sports*. Illinois: Human Kinetics Books.

- Gutiérrez, S. (1998). Discurso y Sociedad. En Autor (comp.), *Antologías para la actualización de los maestros de licenciatura*. México: UNAM- Porrúa.

-Hall, S. (1982). The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies. En Gurevitch, M. (coord.), *Culture, Society and the Media* (pp. 56-90). New York: Methuen.

- Halliday (1970). *The linguistic Sciences and Language Teaching*. Londres: Longman.

- Hargreaves, J. (1993). Problemas y Promesa en el ocio y los deportes femeninos. En Brohm, J.M. (comp.), *Materiales de sociología del deporte*, (109-132). Madrid: La Piqueta.

- Hernández, C. y Navarro, N. (2006). *Fútbol: el juego del hombre. Portafolio Fotográfico*. Tesis de Licenciatura, FCPyS, UNAM, México, DF.

- Huerta, A. (2002). *La audiencia investigada*. Barcelona: Gedisa.

- Huerta Rojas, F. (1999). *El juego del Hombre. Deporte y masculinidad entre obreros*. México: Plaza y Valdes/Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

- Ibáñez, M. E. (2003). *La ausencia femenina en la gestión del deporte*. Mujer y Deporte (Portal Electrónico).

Disponible en <http://www.mujierydeporte.com/analisis/ArticuloIba%FllezGestion.pdf>

- Instituto de las Mujeres del Distrito Federal (2005). *Materiales y herramientas conceptuales para la transversalidad de género*. México: Autor.

- Iñiguez Rueda, L. (2003). *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: UOC.

- Izquierdo, M. J (1998). *El malestar de la desigualdad. Serie Feminismos*. Madrid: Cátedra.

- Jäguer, S. (2003). Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos. En Wodak R. y Meyer, M. (coord.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 61-99). Barcelona: Gedisa.

- Jensen, K. B. (1993). Erudición humanística como ciencia cualitativa: contribuciones a la investigación sobre la comunicación de masas. En Jensen, K. B. y Jankowsky N.W. (ed.), *Metodologías Cualitativas de la investigación de masas* (pp. 27-55). Barcelona: Bosch.

- Jodelet, D. (1993). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En *Moscovici, Psicología social II, pensamiento y vida social* (pp. 469-494). Barcelona: Paidós.

- Jorge Alonso, A. (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios*. España: Icaria.

- Karam, T. (2005). *Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso*. En Global Media Journal(Revista Dígital).

Disponible en [http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo\\_5.html](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_5.html)

- Kaufman M. (1989). *Hombres: placer, poder y cambio*. República Dominicana: Centro de Investigación para la Acción Femenina.

- ----- (1995). Los hombres, el feminismo y las experiencias contradictorias del poder entre los hombres. En Arango, León y Viveros (comp.), *Género e identidad* (pp. 123-146). Bogotá: Tercer Mundo Editores.

- Keijzer, B. (1998). *Hasta donde el cuerpo aguante: Género, Cuerpo y Salud Masculina*. Ponencia. VI Congreso de Ciencias Sociales y Salud. Lima, Perú.

Disponible

<http://portal.oit.or.cr/dmdocuments/genero/hasta%20donde%20el%20cuerpo%20aguante.pdf> en

- Kimmel M. (1997). La masculinidad como Homofobia: miedo, vergüenza y dolor. En Valdés y Olavarría (eds). *Masculinidades, poder y crisis*. Ediciones de las Mujeres, ISIS-FLACSO (24), 49-62.
- ----- (1999, marzo). *La masculinidad y la reticencia al cambio*. Ponencia Encuentro Nacional "Los varones frente a la salud sexual y reproductiva", México, DF.
- Lagarde, M. (1993). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. México: UNAM.
- ----- (1996). *Género y feminismo. Desarrollo Humano y Democrático*. Madrid: Col. Cuadernos Inacabados, Horas y Horas.
- ----- (1999). *Claves Feministas para Liderazgos Entrañables*. Memoria. Managua: Puntos de Encuentro.
- Lagardera, F. (2006). *Sociología de la actividad física y el deporte*. Centro Nacional de Documentación en Praxiología Motriz. INEFC, Lleida.  
Disponible en [http://www.praxiologiamotriz.inefc.es/PDF/Sociologia4\\_G.pdf](http://www.praxiologiamotriz.inefc.es/PDF/Sociologia4_G.pdf)
- Lamas, M. (2000). La antropología feminista y la categoría de género. En Autor (comp.), *El género, la construcción cultural de la diferencia social* (pp. 97-125). México: PUEG.
- ----- (2000). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género. En Autor (comp.), *El género, la construcción cultural de la diferencia social* (pp. 327-364). México: PUEG.
- ----- (2006). *Feminismo*. México: Taurus.
- Larsson, H. (2003). *A History of the Present on the "Sportsman" and the "Sportswoman*. Forum: Qualitative Social Research (Revista Electrónica).  
Disponible en: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-03/1-03larsson-e.htm>
- ----- (2006). *Los deportes en la era informática. Las tecnologías de la información en las emisiones deportivas*. Telos, cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad (Revista Electrónica). Disponible en [http://www.campusred.net/telos/anteriores/num\\_038/cuaderno\\_central4.html](http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_038/cuaderno_central4.html)
- Lozano J. (1996). *Teoría de la Investigación de la Comunicación de masas*. México: Alambra.
- Lopiano, D. (2002). *Advocating for gender in sports*. New York: WSF.
- Lull, J. (1995). *Medios, comunicación y cultura*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Macías V.; Moya M (2002). *Gender and sport. Influence of psychosocial variables on sport practice by young men and women*. *Revista de Psicología Social*, (17), 129-148.
- Mandell (1986). *Historia Cultural del Deporte*. Barcelona: Bellaterra.
- Martín Rojo, L. y Whittaker, R. (1998). El análisis crítico del discurso: una mirada indisciplina. En Autor (coord.), *Poder-decir o el poder de los discursos* (pp. 9-33). Madrid: Arrecife /The British Council/U.A.M.
- Martínez, G. (2004, mayo). ¡Aficionados que viven con intensidad la destrucción del lenguaje! (Los comentaristas: admirados, imitados, pero nunca objetos de investigación de la comunicación). Ponencia XVI Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación AMIC, Veracruz, México.
- Mc Phail, E. (1997). *El Tiempo Libre Como Derecho Humano*. Políticas de Comunicación. Razón y Palabra (Revista Electrónica).  
Disponible <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n8/elsie12.htm>
- McQuail, D.(1997). *Introducción a las teorías de la comunicación de masas*. Madrid: Paidós.
- Mead, M. (1994). *Masculino y femenino*. Madrid: Minerva.
- Melucci, A. (1996). *Challenging Codes*. Cambridge: University Press.
- Messner, M. A.(1992). *Power at play. Sports and the problem of masculinity*. Boston: Beacon Press.
- Messner. A. y Sabo D.F (1990). *Sport, men, and the gender order*. Illinois: Human Kinetics Books.

- Moragas, M. (2006 a). *Deporte y medios de comunicación*. Telos, cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad (Revista Electrónica).  
Disponible en [http://www.campusred.net/telos/anteriores/num\\_038/cuaderno\\_central7.html](http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_038/cuaderno_central7.html)
- ----- (2006 b). *Comunicación y deporte en la era electrónica: sinergias, contradicciones y responsabilidades educativas*. Portal de Comunicación Universidad Autónoma de Barcelona (Portal Electrónico).  
Disponible en [http://www.portalcomunicacion.com/esp/dest\\_sport\\_1.html](http://www.portalcomunicacion.com/esp/dest_sport_1.html)
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- ----- (1993). *Psicología Social u Problemas sociales*. En Autor, *Psicología Social II* (pp. 211-250). Barcelona: Paidós.
- Muñiz, E. (1994). *El enigma del ser: La búsqueda de las mujeres*. México: UAM.
- Muñoz, L. (1998). *El fútbol en la Argentina actual: una perspectiva desde el análisis del discurso*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd20a/futsa.htm>.
- Murcia, N. y Jaramillo, L. (2001). *Fútbol femenino: estigma de discriminación cultural de las mujeres que practican fútbol en la ciudad de Manizales*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd32/futbol2.htm>
- Nash, M. y Tavera, S. (1995). *Experiencias desiguales: conflictos sociales y respuestas colectivas*. Madrid: Siglo XIX.
- Nuviala y Alvarez (2006). *Edad y genero, variables que influyen en la relación de la actividad físico deportiva entre el alumnado de 0 a 16 años*. Ciencia y Deporte. Universidad de Extremadura (Portal Electrónico).  
Disponible en <http://cienciadeporte.eweb.unex.es/congreso/04%20val/pdf/c26.pdf>
- Ochoa R. y Pereira (2006). *Mucho ruido...*Suplemento Alemania 2006. Proceso (1546) XII-XV.
- Òlafsson, K. (ed.). (2006). *Sport, Media and Stereotypes*. Finlandia: Center of Gender Equality.
- Oliven, R. y Damo, A. (2001). *Fútbol y Cultura*. Colombia: Norma.
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias, un enfoque cualitativo*. México/ Madrid: Ediciones de la Torre/Universidad Iberoamericana.
- ----- (2000). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México: Universidad Nacional de la Plata-Intituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.
- Orza, G. (2002). *Programación Televisiva*. Buenos Aires: La Crujía.
- Parks, J. y Robertson, A. (2000). *Development and Validation of an Instrument to Measure Attitudes Toward Sexist/Nonsexist Language*. [Sex Roles: A Journal of Research](#) (Revista Electrónica).  
Disponible en [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_m2294/is\\_2000\\_March/ai\\_63993943/pg\\_5](http://findarticles.com/p/articles/mi_m2294/is_2000_March/ai_63993943/pg_5)
- Pearce W. (1994). *Nuevos modelos y metáforas comunicacionales*. En Schnitman, D. (comp.). *Nuevos paradigmas. Cultura y Subjetividad* (pp. 265-283). Buenos Aires: Paidós.
- Pérez Tornero, J.L. (1994). *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.
- Pérez, S. (2002). *La representación de las mujeres en el discurso feminista mexicano de principios del siglo*. En Raiter, A. (coord.) *Representaciones sociales*, (pp.173-183). Barcelona, Eudeba.
- Pérez, S. y Zullo, J. (1999). *Subjetividad, discurso y género: una propuesta metodológica*. En Raiter, A. (coord.), *Discurso y Sociedad* (pp.79-91). Buenos Aires: Eudeba.
- Pisano, M. (2006). *El triunfo de la masculinidad*. Portal Feminismos, Géneros e Identidades. Universidad de Vigo (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://webs.uvigo.es/pmayobre>
- Pomerantz, A. y Fher, B.J (2001). *Análisis de la conversación: enfoque del estudio de la acción social en las prácticas discursivas*. En Van Dijk Teun (comp), *El discurso como interacción social* (pp. 101-139). Barcelona: Gedisa.
- Puig, N. y Heinemann, K.(1991). *El deporte en la perspectiva del año 2000*. Papers (38)123-141.

- Quintero, M. (1999). *Fútbol de Bellas Pantorrillas*. Deporte internacional. (24) 20-26.
- Quiroga, S. (1999). *Argentina, Mundial y Televisión*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd16/mundial.htm>
- ----- (2000). *Deporte, medios y periodismo*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd26/dmedios.htm>
- ----- (2003). *Públicos, marketing y mundial en oriente*. Idioma y Deporte (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://www.idiomaydeporte.com/pumarmu1.htm>
- Raiter, A. (2002). *Representaciones sociales*. Buenos Aires: Eudeba.
- Reissigl y Wodak (2002). *The semiotics of racism*. Viena: Passagen Verlag
- Rodríguez, M. G. (1996). *Pensar la Nación desde el deporte*. En Revista Electrónica Lecturas: Educación Física y Deportes.  
Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd1/1mgr.htm>
- Rubin, G. (1999). El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo. En Navarro y Stimpson (comps.), *¿Qué son los estudios de la mujer?* (pp.15-74) México: FCE.
- Rubio, A. (2001). *Indagación sobre los rasgos asociados al género y los asociados a diferentes especialidades deportivas*. La caverna de platón, IES Carlos Bousoño (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://www.lacavernadeplaton.com/articulosbis/aliciafisi1.htm>
- Sage, G. H. (1990). *Power and ideology in american sport*. Illinois. Human Kinetics Books
- Sánchez, A. y Flores, M. (2006, mayo). *Estereotipos demográficos y ocupacionales de la mujer y el hombre en la televisión mexicana*. Ponencia presentada en el XVIII Encuentro Nacional AMIC, Morelia, México.
- Santiesteban, C. (1999). *Ya quiero que empiece el mundial*. Deporte Internacional, (24) 30-344.
- Scharagrodsky, P. (2004). *Juntos pero no revueltos: la educación física mixta en clave de género*. Scielo Biblioteca Digital.  
Disponible en <http://www.scielo.br>
- Scott, J. (1990). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En Amelan y Nash (eds), *Historia y Género*, (23-56). Valencia: el Magnamín.
- Scollon, R. (2003). Acción y Texto. En Wodak R. y Meyer, M. (coord.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 205-265). Barcelona: Gedisa.
- Sever, C. (2005). *Género y Deporte*. Brighton: University of Sussex, Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE).
- Subirats M. y Brullet C. (1998). *Rosa y Azul. La transmisión de los géneros en la escuela mixta*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Tájer, D. (1998). *El fútbol como organizador de la masculinidad*. La ventana. UAG (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/laventan/Ventana8/ventana8-7.pdf>
- Tamburrini, C. (1999). *El Retorno de las Amazonas: el deporte de elite y la igualdad genérica*. Lecturas: educación física y deporte (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd17/amaz.htm>.
- Thompson, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad, una teoría de los medios de Comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, T. (1993). El estudio interdisciplinario de las noticias y el discurso. En Jensen, K. B. y Jankowsky N.W, (ed), *Metodologías Cualitativas de la investigación de masas* (135-147). Barcelona: Bosch
- ----- (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso. Un alegato a favor de la diversidad. En Wodak R. y Meyer, M.(coord.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 143- 173). Barcelona: Gedisa.

- Vázquez, B. (1993). *Actitudes y Prácticas deportivas de las mujeres españolas*. Memoria, Madrid: Instituto de la Mujer/ Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- ----- (1994, abril). *Diferentes concepciones del cuerpo*. Ponencia “La enseñanza de la Educación Física: IV Jornadas Internacionales de Coeducación”, Valencia, España.
- ----- (2000). *Educación Física y Género. Modelo para la observación y el análisis del comportamiento del alumnado y el profesorado*. Madrid: Gymnos.
- ----- (2001). *Nuevos Retos para el Deporte y las Mujeres en el Siglo XXI*. Mujer y Deporte (Portal Electrónico).  
Disponible en <http://www.mujiydeporte.com/analisis/BenildeBilbao2001.pdf>
- Vega Montiel, A. (2007, julio). *Género y Comunicación. Las claves de una agenda académica, política y personal de investigación*. Conferencia Internacional de la Asociación Internacional de Investigación en Medios y Comunicación (IAMCR), UNESCO, Paris.
- Velásquez (2001). *El deporte moderno. Consideraciones acerca de su génesis y de la evaluación de su significado y funciones sociales*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica). Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd36/deporte.htm>
- Verdú, M. (1980). *El fútbol, sus mitos, ritos y símbolos*. Madrid: Alianza
- Verón, E. (1996). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Villena Fiengo, S. (1998). *Fútbol, massmedia y nación en Costa Rica*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica).  
Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd10/svf10.htm>
- ----- (1999). *Con manos de tierra y corazón de león*. Lecturas: Educación Física y Deportes (Revista Electrónica). Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd13b/villen01.htm>
- ----- (2000). *Imaginando el Fútbol: el discurso de la prensa costarricense en la hazaña mundialista de Italia 90*. En Alabarces (comp.), Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina Buenos Aires: CLACSO.  
Disponible en <http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/deporte/lgol.html>.
- ----- (2006). *Fútbol, Massmedia y Nación en la era global*. Quórum: Revista Iberoamericana de Ciencias Sociales (14), 40-53.
- Vinnai, G. (1998). *El fútbol como ideología*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Vizer, E. (2003). *La trama invisible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- World Association for Christian Communication (WACC) (2006). *Monitoreo Global de Medios 2005*. Londres: Autor.  
Disponible en [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)
- West, C; Lazard, M. y Kramarae, G. (2001). El género en el discurso. En Van Dijk (comp), *El discurso como interacción social* (179-210). Barcelona: Gedisa.
- Wodak, R. (2003). De que trata el análisis crítico del discurso. En Wodak R. y Meyer M. (coord.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 17-33). Barcelona: Gedisa.
- ----- (2003). El enfoque histórico del discurso. En Wodak R. y Meyer M. (coord.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 101-145). Barcelona: Gedisa.
- Wodak R. y Meyer, M (coord.) (2003). *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa.
- Zepeda, J. Y Gonzáles O. (2004). La representación social. Teoría, método y Técnica. En Tarres, M.L. (coord), *Observar, escuchar y comprender: sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (327-3729). México: Porrúa-El Colegio de México.

## HEMEROGRAFIA

- *Getting Women's Pro Soccer Off on the Right Foot*. “Business Week”, 28 de febrero del 2001.  
Disponible en [http://www.businessweek.com/careers/content/feb2001/ca20010228\\_063.htm?chan=search](http://www.businessweek.com/careers/content/feb2001/ca20010228_063.htm?chan=search)
- *Inicia la aventura femenil en fútbol*. “El Universal”, 18 de agosto del 2002.

- Disponible en  
[http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_notas=50842&tabla=deportes](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=50842&tabla=deportes)  
- *Le desean suerte a la goleadora*. “El Universal”, 16 de diciembre del 2004.
- Disponible en  
[http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_notas=69279&tabla=deportes](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=69279&tabla=deportes)  
- *Maribel, rechazada por la FIFA*. “El Universal”, 20 de diciembre del 2004.
- Disponible en  
[http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_notas=69367&tabla=deportes](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=69367&tabla=deportes)  
- *Adidas' World Cup Shutout*. “Business Week”. 3 de abril del 2006.  
- Disponible en [http://businessweek.com/magazine/content/06\\_14/b3978079.htm](http://businessweek.com/magazine/content/06_14/b3978079.htm)  
- *Hill soccer's paycheks fall?*. “Business Week”, 5 de junio del 2006.
- Disponible en  
[http://www.businessweek.com/globalbiz/content/jun2006/gb20060602\\_327152.htm?chan=search](http://www.businessweek.com/globalbiz/content/jun2006/gb20060602_327152.htm?chan=search)  
[h](#)  
- *El difícil camino de una carrera amateur a la profesional*. CIMAC, 2 de agosto del 2006.
- Disponible en <http://www.cimacnoticias.com/site/06080208-El-difícil-camino-d.705.0.html>  
- *Cuellar, creca del 7mo año*. “Esto”, 9 de agosto del 2006.
- Disponible en <http://www.oem.com.mx/esto/notas/n9498.htm>  
- *El superbowl, la danza de los millones de dólares*. “Milenio”, 2 de febrero del 2007.
- Disponible en <http://www.milenio.com/index.php/2007/02/02/37438/>  
- *Nace liga de fútbol femenino*. “Esto”, 9 de mayo del 2007.
- Disponible en <http://www.oem.com.mx/esto/notas/n269400.htm>  
- *Por la equidad de género en el tri*. “El Universal”, 9 de marzo del 2007.
- Disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/deportes/89345.html>  
- *El fracaso tiene sus razones*. “El Universal”, 23 de julio del 2007.
- Disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/deportes/93297.html>

#### **PÁGINAS OFICIALES DE INTERNET**

- Comité Olímpico Internacional (COI) - Comisión Mujer y Deporte.  
<http://www.olympic.org/uk/organisation/commissions/women>
- Conferencia Internacional de la Mujer y el Deporte.  
[www.canada2002.org](http://www.canada2002.org)
- <http://www.iwg-gti.org/kumamoto2006>  
- Federación Internacional de Fútbol Asociación.  
[www.fifa.com](http://www.fifa.com)
- Federación Mexicana de Fútbol.  
<http://www.femexfut.org.mx>

#### **OTRAS FUENTES**

- A. Magaña, comunicación personal, 15 de febrero del 2006.