

REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA SELECCIÓN FEMENINA DE FÚTBOL DE COLOMBIA EN LA COPA AMÉRICA 2014

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA SELEÇÃO FEMININA
DE FUTEBOL DA COLÔMBIA NA COPA AMÉRICA
2014

SOCIAL REPRESENTATIONS OF COLOMBIA
WOMEN'S NATIONAL SOCCER TEAM IN COPA
AMERICA 2014

CLAUDIA YANETH MARTÍNEZ MINA

Maestranda en Ciencias del Movimiento Humano. Línea de investigación representaciones sociales del movimiento humano por la Universidade Federal de Rio Grande del Sul (UFRGS) (Brasil). Trabajadora Social, Universidad Industrial de Santander (Colombia).

Integrante del Centro de Memoria del Deporte (CEME) y del Grupo de Estudios Deporte, Cultura e Historia (GRECCO) (Bucaramanga, Colombia).

cwa0708@hotmail.com

Martínez M., C. Y. & Goellner S. V. (2015). Representaciones sociales de la selección femenina de fútbol de Colombia en la Copa América 2014. *Educación Física y Deporte*, 34 (1), 39-72. Ene-Jun. <http://doi.org/10.17533/udea.efyd.v34n1a03>

DOI: 10.17533/udea.efyd.v34n1a03

URL DOI: <http://doi.org/10.17533/udea.efyd.v34n1a03>

SILVANA VILODRE GOELLNER

Posdoctora en la Facultad del Deporte de la Universidade do Porto (Portugal).

Profesora Escuela Superior de Educación Física, Universidad Federal de Rio Grande del Sul (UFRGS). Coordinadora del Centro de Memoria del Deporte (CEME), Coordinadora del Grupo de Estudios Deporte, Cultura e Historia (GRECCO), integra la coordinación del núcleo de la red CEDES en la Universidad Federal de Rio Grande del Sul (UFRGS) (Porto Alegre, Brasil).

vilodre@gmail.com

RESUMEN

En Colombia, el fútbol practicado por mujeres genera una serie de reacciones sociales, influenciadas, la mayoría de las veces, por la representación normatizada de feminidad. Esta investigación tuvo como objetivo analizar las representaciones sociales sobre el fútbol femenino y las jugadoras, teniendo como fuente los comentarios realizados por los seguidores de la página oficial de Facebook del periódico *El Tiempo*, durante su participación en la Copa América Ecuador 2014. Los resultados permitieron identificar que las jugadoras son cuestionadas respecto a su feminidad y sexualidad. Pudo observarse una visión universalista y biologicista, respecto a sus capacidades y habilidades para desempeñarse en esta práctica considerada socialmente masculina. Finalmente, los medios de comunicación fueron identificados como productores y reproductores de representaciones sociales respecto al fútbol, así como agentes de discriminación de género, al no ofrecer la suficiente visibilidad a las jugadoras en los campeonatos internacionales como normalmente sucede con el fútbol masculino.

PALABRAS CLAVES: Feminidad; Fútbol; Mujeres; Deporte; Medios de Comunicación.

RESUMO

Na Colômbia, o futebol praticado por mulheres gera uma série de reações sociais, influenciadas, na maioria das vezes, pela representação normatizada de feminilidade. Esta pesquisa teve por objetivo analisar as representações sociais sobre o futebol feminino e as atletas, tendo como fonte os comentários realizados pelos seguidores da página oficial de Facebook do jornal *El Tiempo*, durante sua participação na Copa América Equador 2014. Os resultados permitiram identificar que as atletas são questionadas a respeito da sua feminilidade e sexualidade. Observou-se uma visão universalista e biologicista, relacionada com as suas capacidades e habilidades para desempenhar essa prática considerada socialmente masculina. Finalmente, a mídia foi identificada como produtora e reprodutora de representações sociais sobre o futebol, bem como agente de discriminação de gênero quando não oferece a suficiente visibilidade às atletas nos torneios internacionais, como normalmente acontece com o futebol masculino.

PALAVRAS-CHAVE: Feminilidade; Futebol; Mulheres; Esporte; Mídia.

ABSTRACT

In Colombia, soccer played by women causes a number of social reactions, often influenced by a representation of femininity that is in accordance to the norm. This research aimed to analyze the social representations of

female soccer and athletes, by using the comments made by followers of the official Facebook page of *El Tiempo* newspaper as a source during the participation of the team in Copa America 2014 in Ecuador. The results enabled us to identify that the athletes are questioned in terms of their femininity and sexuality. We noticed a universalist, biologist view concerning the athletes' capacities and skills to perform a practice that has been socially regarded as masculine. Finally, the media were identified as both producer and reproducer of social representations of soccer, as well as agents of gender discrimination by not providing enough visibility to the athletes in international tournaments, as they usually do when men's soccer is involved.

KEY-WORDS: Femininity; Soccer; Women; Sport; Mass Media.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la consolidación del fútbol femenino en Colombia está en proceso de construcción, todavía es incierta la creación de una liga profesional femenina lo que demuestra un atraso respecto al crecimiento del fútbol practicado por mujeres en el país. Este deporte es considerado en este contexto, como socialmente masculino, lo que significa que es parte de “aquellas prácticas deportivas que, en determinada sociedad, son reservadas a los hombres, o sea, no son deportes que las mujeres no practican, o no están adecuados para ellas, sino que son reconocidos en la sociedad como masculinos” (Silveira, 2008, p.35, traducido). Relacionar al fútbol con masculinidad, como lo indican algunos autores (Hall, 1996; Hargreaves 1990; Lenskij 1994; McKay 1997), implica asociarlo con atributos requeridos para lograr una carrera exitosa en el deporte como agresividad, fuerza, competición y determinación (Shaw, 2007, p. 78).

Tales atributos pueden oponerse a lo que históricamente se estipuló para las mujeres y su feminidad, por lo que la práctica futbolística tiende a ser considerada como una contradicción a lo establecido culturalmente para este sexo¹. Pensar en el fútbol como un deporte considerado socialmente masculino, implica suponer que existen ciertas prácticas, comportamientos, roles y actividades que bajo unas “complejas redes de poder (...) constituyen jerarquías entre los géneros” (Louro, 1997, p.24), siendo el deporte una de estas prácticas sociales claramente generificadas y generificadoras (Goellner; Silva & Botelho-Gomes, 2013).

1 Para este texto, el término sexo hace referencia a “las características anatómicas que diferencia los hombres de las mujeres y viceversa” (Goellner, 2010, p. 75, traducido).

Con base en los estudios de género postestructuralistas y en los estudios culturales, esta investigación analiza las representaciones sociales sobre el fútbol femenino y las jugadoras, teniendo como fuente las opiniones realizadas por los seguidores de la página oficial de Facebook del periódico El Tiempo, en cada noticia relacionada con la selección Colombia femenina durante su participación en la Copa América llevada a cabo del 11 al 28 de septiembre del 2014 en Ecuador.

Para efectos del presente estudio, el género hace referencia a la construcción social que distingue lo masculino y lo femenino e incluso separa cuerpos “femeninos” de cuerpos “masculinos” (Nicholson, 2000, p.9). El género se produce según esta distinción, dando énfasis principalmente en la biología de ambos sexos, de esa forma podría definirse como una “construcción social e histórica producida sobre las características biológicas” (Louro, 1997, p. 22, traducido).

Por otra parte, a través de los argumentos de los Estudios Culturales es posible identificar que los medios de comunicación son productores y reproductores de representaciones de género con relación al fútbol. Esto implica pensar, que mediante un proceso de significación se refuerza este deporte como una práctica exclusiva para hombres a través de diversas estrategias. Así por ejemplo, se visibilizan a los jugadores y a los partidos masculinos de forma exclusiva y protagónica.

De igual modo, el fútbol es promovido de forma espectacularizada a través de diversos artefactos culturales, entre ellos comerciales y música que en la mayoría de las veces despiertan a través de sus mensajes, sentido patrio y lazos de identidad nacional, pero solo en la modalidad masculina. Es así como los medios determinan quien pertenece y quien no, quien está incluido y quien está excluido de dicha representación (Silva, 2000). Este proceso de diferenciación reafirma la jerarquía social de los hombres como seres legítimos en esta práctica deportiva.

Selección Colombia Femenina de Fútbol en la Copa América

La Copa América es la competición de fútbol más importante de Sudamérica, tuvo su origen en la rama femenina a partir del año 1991, con la participación de tres selecciones: Brasil, Chile y Venezuela. Desde entonces se celebra cada cuatro años², con la presencia de las diez selecciones integrantes de la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL): Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Paraguay, Uruguay, Brasil, Chile y Argentina.

Hasta la fecha, se han realizado siete ediciones de esta Copa América: 1991; 1995; 1998; 2003; 2006; 2010 y 2014, siendo Brasil la selección que más veces ha conquistado el primer lugar al coronarse campeona en seis oportunidades, siguiéndole Argentina quien ocupó el primer puesto en el año 2006. Actualmente este campeonato entrega a las dos primeras selecciones el cupo de clasificación a la Copa del Mundo Femenina de Fútbol y a la campeona, el paso para los Juegos Olímpicos.

Después de la participación de la selección Colombia en el campeonato sudamericano sub-17 realizado en Chile en el año 2008, en el cual Colombia se coronó campeona por primera vez en un torneo internacional, estas futbolistas se dieron a conocer; al mismo tiempo que la sociedad percibía que las mujeres también jugaban fútbol y representaban al país, pese a la hegemonía masculina en esta práctica deportiva. A partir de ahí, la selección de mujeres aumentó su protagonismo tanto a nivel nacional como en Suramérica.

Existen pocos registros sobre los inicios del fútbol practicado por mujeres en Colombia. Sin embargo, analizando los contenidos del periódico El Tiempo durante el siglo XX, aparece el

2 La Copa América Femenina realizadas en el año 1998, 2003 y 2006, han sido excepciones respecto al periodo de 4 años establecido para la celebración de este campeonato, las cuales fueron realizadas tres y cinco años después.

siguiente relato sobre fútbol en general, indicando la existencia de algunos campeonatos para mujeres: “Hay muchas evidencias que señalan que el fútbol aumenta en el sentido de que hay mucha gente que lo practica. Sorprendentemente, también muchas mujeres han comenzado a jugar al fútbol en forma de competiciones serias así como para su distracción” (Jaimes, 1977, p. 1C).

De igual forma, a inicios de los años 1970, ya habían mujeres que participaban en campeonatos de microfútbol, como lo narra entre sus páginas este mismo periódico: “Para hoy, aparte de la continuación del campeonato de microfútbol en la rama de mayores, se realizará un encuentro que servirá de apertura para una serie de partidos de microfútbol femenino entre Las indias y Las Maestras” (Santamaría, 1971, p. 18). Esos episodios narrados por la prensa nacional permiten deducir que las mujeres en la segunda mitad del siglo XX ya habían comenzado a interesarse por este deporte, promovido, consolidado e institucionalizado en aquella época solo en la rama masculina.

El primer campeonato para mujeres organizado por la Federación Colombiana fue en el año 1991 en la rama aficionada, misma fecha en la que se realizó la primera Copa América Femenina y la primera Copa Mundial Femenina de Fútbol FIFA con sede en China, en la que Colombia no participó.

La selección Colombia comenzó su participación internacional en el sudamericano de 1998, siendo eliminada en la primera ronda. En el año 2003 participó nuevamente en este torneo, ubicándose tercera después de Brasil y Argentina. En los años posteriores y después de situarse en la primera posición en la categoría sub-17 del sudamericano realizado en Chile, Colombia se posicionó y actualmente a nivel de Suramérica, es una de las mejores selecciones de fútbol practicado por mujeres junto a Brasil.

En la Copa América Ecuador 2010, ocupó el segundo lugar y por primera vez se clasificó a la Copa Mundo Femenina, la cual fue realizada en el año 2011 en Alemania. En esta ocasión, la selección femenina tuvo una buena presentación pese a no ocupar

una posición destacada (Pino, 2015). Finalmente en el año 2014, se realizó nuevamente en Ecuador la Copa América Femenina en la que participaron las selecciones pertenecientes a la CONMEBOL.

La actuación de la Selección Colombia en esta Copa América fue la más destacada de la historia al quedar invicta³ y ocupar el segundo lugar; situación que le permitió clasificarse a la Copa Mundo Femenina de Fútbol Canadá 2015, a los Juegos Panamericanos 2015 y a los Juegos Olímpicos Río de Janeiro 2016.⁴

En Colombia, el fútbol practicado por mujeres en todas sus facetas, brilla por su ausencia en los medios de comunicación. El escaso protagonismo y el cubrimiento incipiente que estos realizan a los diferentes campeonatos nacionales o internacionales, demuestran la asimetría que existe dentro del mismo deporte cuando este es desempeñado por diferentes protagonistas. Siendo así, la práctica de fútbol en las mujeres genera diversas opiniones sobre la legitimidad de ellas para adentrarse en este espacio social; pues así como es apoyado e incentivado, también es blanco de críticas y cuestionamientos, todo acontece en medio de disputas y negociaciones en donde las maniobras de poder de un sexo sobre el otro son resistidas, aceptadas, contestadas o transformadas (Louro, 1997).

METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo cualitativo, pues siendo el conocimiento una producción social, esta metodología sugiere

3 Resultados obtenidos en la Copa América Ecuador 2014: Colombia Vs. Uruguay 4-0; Colombia Vs. Venezuela 4-1; Colombia Vs. Ecuador 1-0; Colombia Vs. Perú 1-0; Colombia Vs. Argentina 0-0; Colombia Vs. Ecuador 2-0 y Colombia Vs. Brasil 0-0.

4 Sólo la selección campeona clasifica a los Juegos Olímpicos, sin embargo, Brasil por ser sede en esta competición y equipo anfitrión, ya tenía el cupo garantizado, en ese caso, Colombia al ocupar el segundo lugar obtuvo la clasificación.

un proceso colectivo que “está atravesado e influenciado por los valores, percepciones y significados de los sujetos que lo construyen” (Galeano, 2003, p. 18). Este estudio tiene como fuente primaria de información los comentarios escritos en las publicaciones sobre la selección Colombia Femenina de Fútbol en la página oficial de Facebook El Tiempo, a partir del 23 de agosto hasta el 28 de septiembre de 2014.

La recolección de las fuentes empíricas inició en la fecha próxima al comienzo de la Copa América Femenina, en la que fue publicada una noticia sobre la capitana Yoreli Rincón quien junto a sus compañeras de la selección promovían una campaña vía redes sociales exigiendo la transmisión de los partidos y terminó en la fecha en la que fue publicado el último artículo relacionado con el torneo.

Durante ese periodo fueron publicadas en El Tiempo a través de Facebook, diez noticias relacionadas con la selección Colombia femenina de fútbol. El número de comentarios realizados en las publicaciones giró en torno de 39 hasta 983, siendo analizados en total más de 2890 comentarios. Se destacaron dos de esas publicaciones las cuales superaron los 500 comentarios: “La capitana de la Selección Colombia pide la transmisión de televisión de la Copa América femenina de Ecuador. Lean sus declaraciones. ¿Creen que existe desigualdad de género en deportes como el fútbol?” (El Tiempo, 2014a). Y “Yoreli Rincón, la mejor jugadora de fútbol de Colombia, afirmó a pocos días de la Copa América femenina. “No nos gusta que nos vean como ‘Marimachas’” (El Tiempo, 2014b).

El periódico El Tiempo, con más de 100 años desde su fundación (Madrugal, 2011), es considerado uno de los más importantes periódicos a nivel nacional y el principal de Bogotá la capital de Colombia, y además cuenta con 1.959.227 seguidores en la red social Facebook.⁵ Al mismo tiempo, Facebook es una de las

⁵ Disponible en: <https://www.facebook.com/eltiempo> Recuperado el 30 de enero de 2015.

más populares redes sociales en Colombia, actualmente hay en el país más 17 millones de usuarios activos en la plataforma (Botero, 2014). La interacción virtual y la comunicación instantánea la convierten en una valiosa fuente de información, sobre esta idea el sociólogo Watts afirma que “las redes sociales son cibermundos que merecen la pena analizar” (Flores, 2009, p. 76).

Las personas que siguen la página oficial El Tiempo en Facebook, poseen características heterogéneas respecto al sexo, edad, clase social, entre otras; es decir, son personas con diversas identidades. Sobre este tema Kellner (2001) enfatiza que “muchas personas que participan de grupos de conversa y juegos por computador asumen identidades diferentes de las suyas en términos de sexo, raza, clase, profesión, etcétera. Algunas llegan a asumir varias personalidades e identidades y a desempeñar diferentes roles en esas interacciones” (p. 334, traducido). Las publicaciones de esta página son de carácter público, cuyos comentarios también están disponibles sin restricción para cualquier persona posibilitando diversas interpretaciones.

El análisis de contenido fue la técnica empleada que permitió la descripción, inferencia e interpretación de los mensajes emitidos en las fuentes primarias. Se realizó el proceso analítico a partir de tres polos cronológicos (Bardin, 1986, p.71): el preanálisis, caracterizado por la lectura superficial y la selección de los comentarios teniendo en cuenta los criterios de exhaustividad y de pertinencia, así como la preparación del material. Posteriormente, el aprovechamiento del material, en el cual se realizó la codificación, que dio como resultado la emergencia de las categorías de análisis y, por último, el tratamiento de los resultados, la inferencia y la interpretación.

Partiendo de este procedimiento metodológico, fueron identificados en los comentarios dos categorías principales: visibilidad de los partidos de la selección Colombia Femenina de Fútbol en los medios de comunicación y las representaciones sociales sobre la selección Colombia femenina de fútbol y sus jugadoras.

Visibilidad de los partidos de la selección colombiana femenina de fútbol en los medios de comunicación

En la primera publicación analizada sobre la selección femenina de fútbol realizada por *El Tiempo* en su página de Facebook, la capitana Yoreli Rincón lideraba una campaña vía redes sociales exigiendo la transmisión de los partidos “lo que exigimos es igualdad de género (...) cualquier entrenamiento o compromiso de la Selección masculina tiene el despliegue de los medios y nosotras lo que queremos es tener ese mismo respaldo” (Arana, 2014). A partir del momento en que *El Tiempo* realiza esa publicación, se inició el debate y la controversia que continuó hasta el final de la Copa América y es referida en todas las publicaciones posteriores sobre la selección femenina de fútbol.

En Colombia, los canales de televisión abierta no transmitieron los partidos de la Copa América Femenina 2014, esta tarea fue asumida por el canal de televisión privado Win Sports. No obstante, siendo este un canal exclusivo para operadores de televisión por cable, limita el acceso al público en general. Caso contrario a lo que sucede con los torneos de fútbol masculino, los cuales son televisados por los canales privados abiertos como Caracol y RCN de acceso libre para toda la población colombiana.

En los canales nacionales abiertos se transmiten algunos partidos masculinos del fútbol profesional colombiano; todos los partidos de la selección Colombia masculina de mayores incluso los amistosos y los partidos internacionales de las selecciones masculinas sub 17 y sub 20. Estos canales realizan cubrimiento exclusivo de los torneos internacionales de fútbol practicado por hombres como aconteció en la última Copa Mundo Brasil 2014.

Los noticieros centraron su interés en los partidos a disputarse durante ese torneo. En las victorias de la selección fue mayor el tiempo de dedicación a este evento y en ocasiones fueron entrevistados algunos familiares de los jugadores más destacados. Los medios de comunicación promovieron la alegría y el orgullo de ser colombianos a través de publicidad emotiva que genera

ba sentimiento patrio y afianzaba lazos de identidad nacional.⁶ La selección masculina fue presentada como la representante de todo el país, la que demuestra al mundo entero los valores como colombianos. En los comerciales los patrocinadores apuntaron al sentimiento patrio e hicieron alusión a la selección masculina como “Colombia”, “vamos Colombia”, “todos somos Colombia”.⁷

Caso contrario sucede con la selección femenina de fútbol y con los otros deportes que gozan de menor hegemonía, pues el proceso y la forma como se visibilizan son totalmente diferentes. Aquí, la participación de los y las atletas adquiere relevancia según los resultados obtenidos en las competiciones, que en caso de ser destacados, despiertan el interés de los medios de comunicación y un repentino sentimiento patrio de orgullo nacional.

De esta forma, los medios de comunicación se tornan productores de significado que refuerzan a través de su posición subyacente de poder, representaciones de identidad nacional, de género, de sexo, entre otros marcadores. Estas maniobras de poder constituyen lo no hegemónico como *el otro* (Louro, 1997), el otro fútbol, los otros deportes, las otras delegaciones deportivas. De esa manera, la selección Colombia masculina de fútbol es símbolo de identidad nacional, los hombres serían los principales representantes del fútbol y el fútbol se constituiría en el deporte más importante en esta sociedad.

Analizando los comentarios fue posible identificar que quienes apoyan la transmisión por televisión abierta de los partidos de la selección Colombia femenina, perciben a los medios de comunicación como agentes de discriminación de género en lo que respecta al fútbol practicado por mujeres, como lo destaca Missy Simpson, María Josefa Quintero Marín y Hernando López:

6 Véase comercial Adidas 2014 disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=fE-e8oLbZxY> Recuperado el 24 de abril de 2015.

7 Véase comercial Futbolmanía RCN “Yo creo”, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=naBh67Ukzwl> Recuperado el 24 de abril de 2015.

Se nota la discriminación con las mujeres en estos canales nacionales. ¿Por qué no pasan el partido femenino en uno de esos dos privados al que tenemos acceso la mayoría? (*El Tiempo*, 2014c).

Que discriminación con el sexo opuesto muchos colombianos también queríamos ver a nuestras mujeres jugando. Señoritas; FELICITACIONESSSSSSSSSS!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! (*El Tiempo*, 2014d).

Porque El Canal Garracol no transmite los partidos y no le da la misma importancia que a la selección de hombres..... eso se llama discriminación..... y no me parece..... que rosca..... (*El Tiempo*, 2014e).

El desinterés de los medios de comunicación en hacer cubrimiento periodístico a los campeonatos de fútbol practicado por mujeres, permite pensar en las representaciones que estos producen respecto a este deporte, pues “al promover diferenciaciones en los modos por los cuales noticia, informa y confiere visibilidad a las atletas, competiciones y acontecimiento deportivos, ejerce el poder de definir quien está incluido y quien está excluido de aquello que es narrado” (Goellner et al., 2013, p. 173, traducido). Y en ese proceso de inclusión/exclusión los medios establecen jerarquías de género, produciendo y reproduciendo representaciones sobre el fútbol (Saldanha & Goellner, 2013).

En consecuencia, los medios fueron definidos como excluyentes y oportunistas, que solo visibilizan a la selección femenina cuando obtiene victorias, siendo el fútbol masculino protagonista independientemente de los resultados, como lo comenta Guillermo Rodríguez Pérez, Angiie Díaz y Diana Liceth Martinez Vanegas:

Mediocres canales nacionales solo hablan cuando ganan y nunca transmiten nada. (*El Tiempo*, 2014c).

“Por qué a la selección de las mujeres no la transmiten en canales nacionales como RCN y Caracol .. pero el de los hombres lo colocan enseguida ... ya ni me acordaba que existía la selección de mujeres. (*El Tiempo*, 2014e).

Lástima q en deportes no les den la misma importancia como a los partidos masculinos, solo dan un pinche titular y no muestran los goles. (*El Tiempo*, 2014f).

Los medios de comunicación aparecen como agentes pedagógicos que refuerzan esa diferencia social e reafirman la hegemonía de los hombres en el fútbol a través del poder sobre el que actúan; haciendo uso del lenguaje como productor de identidades, de tal forma que cuando se habla de fútbol practicado por hombres solo es necesario mencionar la palabra “fútbol”, pero cuando este es practicado por mujeres se requiere especificar que es “fútbol femenino”. Sobre este proceso de producción de identidades Silva (2000) argumenta que “la fuerza de la identidad normal es tal, que ella ni siquiera es vista como *una* identidad, sino simplemente como *la* identidad” (p. 83, traducido).

Asimismo, se hizo evidente que ni siquiera en el país anfitrión fue hecho un cubrimiento periodístico significativo a este campeonato internacional, como fue manifiesto por Andrés Cazador y Bibiana Toro Parra:

Lastimosamente ningún medio se preocupó por transmitir dicha copa américa, ni en Ecuador hay medios televisivos que estén en los partidos difundíéndolo... todo es por radio o fotos. (*El Tiempo*, 2014f).

Si yo vivo acá en ecuador pero no transmiten los partidos que falta de interés con todas las chicas es un campeonato y todos deberían de haber hecho propaganda porque yo recién me di cuenta que le habían ganado a ecuador bravo chicas sigan adelante y haciendo bien las cosas. (*El Tiempo*, 2014e).

En nuestra sociedad contemporánea es preciso cuestionarnos sobre el papel de los medios de comunicación y su responsabilidad social, ya que la cultura de los medios viene siendo “una forma de cultura comercial y sus productos son mercancías que intentan atraer el lucro privado producido por empresas gigantescas que están interesadas en las acumulación de capital”

(Kellner, 2001, p. 9). Los medios de comunicación promueven la cultura de consumo y del entretenimiento, siendo el deporte desde hace tiempo una “de las áreas que hacen parte del espectáculo” (Kellner, 2003, p. 7). De este modo, es poco probable que los medios transmitan un evento solo por transmitirlo sin razonar en las utilidades económicas que este pueda generar, pues “para la televisión y los medios de comunicación en general, el deporte es una fuente inagotable de noticias, de público y de lucro” (Kenski, 1995, p. 131).

Esta lógica de mercado vista como el interés primario de los medios de comunicación fue usada como justificación de la no transmisión en algunos de los comentarios analizados, entendiendo que los medios son empresas que requieren vender sus *productos*, y el deporte, en este caso el fútbol, es uno de los más lucrativos. La transmisión de fútbol femenino sería una pérdida económica para los canales que se arriesguen a televisarlo, ya que se considera este espectáculo deportivo poco atractivo para quienes gustan presenciar este deporte, así fue comentado por Fabián Enrique Torres, Jairo Andrés Cárdenas Almeida y César Aguirre:

La televisión es un negocio lo que no genera rating no se trasmite esto no es por desigualdad o falta de apoyo es negocio (*El Tiempo*, 2014a).

Es un tema de rating. Si ponen el partido pierden dinero porque nadie lo ve. Lo mismo pasa con los equipos menores de la selección Colombia masculina. Nada tiene que ver el sexo (*El Tiempo*, 2014a).

Por si no lo sabía, el fútbol es un producto y la televisión transmite lo que tenga rating, porque vive de sus auspiciantes. Si el producto no es de calidad y no tiene mucha audiencia, no tendrá quien compre la pauta y por lo tanto no valdrá la pena su transmisión. Veo deportes en los que participan mujeres, como patinaje, gimnasia olímpica, voley entre otros, pero el fútbol de mujeres no es atractivo a la retina (*El Tiempo*, 2014a).

La disposición para mencionar el papel de los medios de comunicación en la divulgación y promoción del fútbol practicado por mujeres fue la tendencia principal en la mayoría de los comentarios. Los usuarios cuestionaron la calidad de la información ofrecida respecto a los partidos de fútbol de esta Copa América, por ejemplo, el hecho de usar la misma foto para exponer varias noticias sobre la selección. De las diez publicaciones realizadas por *El Tiempo* en la página de Facebook, en cuatro de ellas fue usada la misma fotografía. Las imágenes usadas para difundir la noticia no tenían relación con el partido del que se hablaba, lo que podría interpretarse como la ausencia total de los medios de comunicación en el lugar donde eran realizados los partidos.

Por otro lado, es importante considerar la diferenciación en las formas como el mismo deporte está estructurado, pues para Cagigal (1985), solo el deporte como espectáculo se canaliza mayormente al aspecto competitivo y a la profesionalización (González, 2003 p. 79). Este último involucra factores políticos, comerciales, económicos y financieros, y es precisamente el fútbol como espectáculo el que tiene mayor visibilidad en los medios de comunicación masivos.

Asimismo, se pudo apreciar en los comentarios una percepción de desvalorización respecto al fútbol cuando este es practicado por mujeres. En estas afirmaciones es posible identificar una construcción de significado que involucra a todas las mujeres como ineptas para desempeñarse en esta práctica deportiva. Generalmente, cuando se realiza una crítica relacionada con el nivel deportivo en el fútbol masculino, esta va dirigida hacia jugadores, equipos o ligas en particular. Por otro lado, y como se hizo evidente en los comentarios analizados, cuando las mujeres ofrecen un espectáculo considerado *de poca calidad* se hace énfasis de forma generalizada a todas las mujeres o a todo el fútbol femenino. Veamos los comentarios de Ybette Patricia Mosquera Benítez Juan David Solano Acosta:

Soy mujer, pero el fútbol jugado por mujeres, es horrible, nada que ver (*El Tiempo*, 2014a).

(...) desafortunadamente el fútbol es un deporte donde los que más brillan son los hombres no se sí es por su fuerza o gambetas o por algo genético, pero sinceramente yo no vería otra vez un partido femenino me aburrí... (*El Tiempo*, 2014a).

Aquí podríamos pensar en la importancia del lenguaje para fijar las identidades y su significado y en como este construye lo que menciona, siendo no sólo un reflejo de la realidad, sino constituyéndonos como sujetos (Zambrini y Ladevito, 2009, p. 6). El lenguaje no solo hace referencia a las palabras de forma semántica, sino a la forma como estas producen sentido (Hall, 1997). En este caso, todas las mujeres están siendo percibidas como incapaces para desempeñarse como futbolistas, dándosele un carácter universalista y biológico a sus habilidades físicas. De este modo, se naturalizan algunas características construidas socialmente respecto a las mujeres y sus habilidades deportivas.

Por lo tanto, los medios de comunicación junto a otras instancias pedagógicas, ejercen procesos educativos al producir reiteradamente representaciones sobre lo que es verdadero o no, normal o anormal, lo que es aceptable o inaceptable, “reiterando identidades y prácticas hegemónicas, mientras subordina, niega o rechaza otras identidades y prácticas” (Louro, 2000, p. 25, traducido). De esa forma, en la medida en que los medios no le dan la suficiente visibilidad e importancia a la selección Colombia de fútbol practicada por mujeres⁸ y a los campeonatos en los que

8 Generalmente, cuando los medios de comunicación visibilizan a las jugadoras de fútbol, hacen énfasis a su belleza y sensualidad, minimizando la importancia de las capacidades y habilidades físicas como deportistas. Goellner (2005) afirma que “no es raro también la espectacularización y exposición del cuerpo de la atleta como una forma de erotización, de exaltación de la belleza y de sensualidad” (p.96, traducido). Esta afirmación puede ser ajustada en el contexto deportivo colombiano, ya que los medios, especialmente a través de internet,

participa, están posicionando como más importante y superior el fútbol que si es visibilizado, en este caso, el practicado por hombres, señalando “lo que es importante y lo que es trivial mediante lo que hacen notar y lo que ignoran, mediante lo que amplían y lo que silencian u omiten” (Masterman, 1993, p. 19).

De esta manera, es posible que el fútbol al ser reforzado como un deporte de y para hombres, sea representado como una práctica que se aleja de las expectativas sociales atribuidas a las mujeres, lo que a su vez, podría estar asociado con la subrepresentación futbolística de ellas a nivel nacional.

Representaciones sociales sobre la selección colombiana femenina de fútbol y sus jugadoras

Los comentarios analizados permitieron identificar las siguientes subcategorías relacionadas con la selección Colombia femenina de fútbol: Adjetivos y calificativos para referirse a las jugadoras; género y sexualidad de las jugadoras; percepción sobre el fútbol practicado por mujeres y las características del fútbol practicado por hombres y el fútbol practicado por mujeres.

Los adjetivos para referirse a las jugadoras se relacionaron con características de carácter, personalidad y belleza: Orgullo, ejemplo, guerreras, campeonas, verracas, duras, grandes, valientes, bravas, talentosas; hermosas, preciosas, reinas, lindas, divinas, guapas. De la misma manera, fueron usados sinónimos de mujer: chicas, damas, muñecas, niñas. El sobrenombre: super-

enfatan sus reportajes en los atributos físicos y belleza de las jugadoras. Un ejemplo sobre esta exaltación de la belleza para nominar a las jugadoras es el post de la página de Facebook de Gol Caracol titulado: “Las mejores fotos de Nicole, ¡Hermosa delantera!” disponible en: <https://www.facebook.com/GolCaracol/posts/773278306090343> Recuperado el 29 de abril de 2015. De igual forma, puede consultarse el post: “Anouk Hoogendijk, la holandesa que arrancará suspiros en el Mundial femenino” disponible en: <https://www.facebook.com/GolCaracol/posts/810766379008202> Recuperado el 29 de abril de 2015.

poderosas, atribuido por la prensa fue mencionado en diversas ocasiones, así como nombres y comparaciones con futbolistas de la selección masculina: Jamesinas, James, Yepes; siendo posible observar que “los hombres son los referentes del deporte y las mujeres, cuando se muestran buenas atletas se parecen a ellos” (Votre et al., 2009, p. 33, traducido).

La ambivalencia expuesta para referirse a las jugadoras, caracterizó la forma como ellas son vistas por los/as usuarios/as. Por un lado, fueron usados adjetivos que podrían definirse como los estipulados socialmente para los hombres, pero también se observó la tendencia de referirse a las jugadoras de forma tierna y cariñosa. Asimismo, a medida que las jugadoras iban obteniendo victorias los comentarios se tornaban más positivos y motivadores. Por ejemplo, Luis Enrique Ruiz, Julián Medina Vargas, Hernando García y Jean Pablo Duarte, expresaron:

¡Felicitaciones a Nuestras Niñas! (*El Tiempo*, 2014e).

Que bueno por Las chicas Superpoderosas. A ver si por fin las directivas del fútbol les prestarán atención (*El Tiempo*, 2014d).

La jamecita Rodrigas en acción (*El Tiempo*, 2014g).

Excelente mujeres valientes, dignas y muy talentosas como la gran mayoría de las de mi tierra (*El Tiempo*, 2014c).

Los atributos físicos de las jugadoras fueron mencionados pocas veces, así como la tendencia a erotizarlas, como se manifiesta en los comentarios de Omar Benavides Fuentes, Juan David Castiblanco Barragán y Andrés Duran Gonzales:

Si son todas unas mamamamamsitas y con las mejores piernas del mundo (*El Tiempo*, 2014b).

Una de ellas esta sexy (*El Tiempo*, 2014e).

Mamasitas Ajjajaja ojalá sigan ganando (...) mi selección (*El Tiempo*, 2014h).

De la misma forma, en la publicación número seis (6) relacionada con la jugadora Melissa Ortiz (*El Tiempo*, 2014c), Juan

Camilo Montaña, Andrés Huertas y Cesar Iván Moreno Moreno, opinan sobre ella:

Está buena (*El Tiempo*, 2014g).

Hermosa... Y talentosa... (*El Tiempo*, 2014g).

Aparte de figura es muy bella (*El Tiempo*, 2014g).

Las jugadoras de la selección Colombia no poseen el protagonismo de los medios de comunicación, por lo que el anonimato caracteriza su carrera deportiva. En este sentido, las personas que opinaron sobre la jugadora se basaron especialmente en la foto, destacando sus atributos físicos. Sin embargo, es importante mencionar que la erotización no fue una característica sobresaliente en las opiniones realizadas sobre las jugadoras.

Ahora bien, se pudo observar una percepción contradictoria respecto a las capacidades y habilidades deportivas de la selección tanto a nivel grupal como individual. Los comentarios negativos relacionados con el nivel futbolístico del equipo, expresaron poca credibilidad respecto a su actuación en campeonatos internacionales, por ejemplo, Gregorio Marín Uribe, Giovanni Larrahondo, Yair Robayo Moreno, Hernán Paniagua y Maribel Betancur M, escribieron:

Y en el último partido pierden... ya hemos visto esa historia vaarias veces (*El Tiempo*, 2014h).

Ojala hagan goles en el mundial y olímpicos, porque en el mundial 2011 y olímpicos 2012 no metieron ninguno (*El Tiempo*, 2014d).

Igual saldrán goleadas como siempre y si ganan no es relevante (*El Tiempo*, 2014c).

Cuales chicas superpoderosas, juegan una recocha de eliminatoria y apenas clasifican a un mundial solo hacen el ridículo (*El Tiempo*, 2014e).

Si estas son malas y ganaron no me imagino el otro equipo. He ave María... (*El Tiempo*, 2014h).

El desempeño de las jugadoras solo es visto a raíz de los resultados obtenidos, omitiéndose los otros factores tanto sociales

como económicos que son relevantes a la hora de competir. Por ejemplo, Yoreli Rincón expresó en una entrevista, algunas de las dificultades que atraviesan las mujeres dentro de este espacio⁹: el fútbol femenino en Colombia no cuenta con ligas profesionales, el dinero que se invierte para esta categoría es mínimo, la mayoría de las practicantes aprenden a jugar en equipos populares o en ligas departamentales que no les ofrecen ningún incentivo económico ni siquiera un auxilio de transporte, la Federación Colombiana de Fútbol no les paga ni el 1% de lo que ganan los hombres, algunas deben combinar los entrenamientos con sus actividades cotidianas, empleos y estudios, entre muchos otros aspectos de índole cultural que demuestran que el fútbol cuando es practicado por mujeres es una modalidad subvalorada, en la que se deben superar diversas barreras sociales y culturales.

Por otro lado, en las niñas la práctica futbolística no es tan incentivada desde la infancia como sucede con los niños; ya se ha estudiado sobre el hecho de que existe la tendencia en las instituciones educativas de diferenciar los deportes entre niños y niñas (Saravi, 1995; González, 2005; García, 2003; Scharagrodsky, 2004; Berdula, 2012; Dornelles, 2007; Sampaio et al, 2014). Asimismo, los niños y jóvenes disponen de más escuelas de formación deportiva, ligas y clubes de fútbol, así como de campeonatos en diversas categorías.

Estos y otros aspectos socioculturales de cierta forma facilitan la inclusión, la promoción y la profesionalización de este deporte en la población masculina, así como el perfeccionamiento de sus habilidades físicas desde temprana edad, ya que “el desarrollo de las habilidades motoras es influenciado por diversos factores, entre ellos, los ambientales y culturales, caracterizados por las oportunidades de vivencias de movimientos en lo co-

9 Documental “Las dueñas del balón. Disponible en: <http://losinformantes.noticiascol.com/%E2%80%9Cser-mujer-y-jugar-f%C3%BAt-bol-es-un-pecado-en-este-1454-historia> Recuperado el 01 de mayo de 2015.

tidiano" (Sampaio et al., 2014, p. 83, traducido), siendo estos factores diferentes en las mujeres.

En contraste, se encontraron comentarios positivos sobre su nivel como deportistas y la capacidad para desempeñarse de manera destacable en los torneos internacionales, como se observó en los comentarios de Ángela María López Patiño, Narda Cristina Roa, Julio Robinson Santana, Andrés Fernández Jaut y Yardley Herrera:

Estoy muy de acuerdo debe existir una igualdad. Las mujeres deportistas también. Son parte de nuestro orgullo y de nuestra raza tienen mucho poder y potencial.. Y a veces solos nos enteramos x redes sociales o una que otra noticia ... Valoremos el poder de la mujer en el deporte nacional y de le la importancia que merecen... (*El Tiempo*, 2014a).

A veces es mejor no estar tan contaminadas por los medios de comunicación, puede ser que esto haya ayudado a su triunfo, claro, fuera de su gran potencial como deportistas (*El Tiempo*, 2014d).

Son muy buenas esas chicas, jugaron muy bien contra Brasil (*El Tiempo*, 2014d).

Además de buenas jugadoras y excelentes deportistas, son guapísimas. Fuerza Colombia (*El Tiempo*, 2014f).

Es el vivo reflejo del gran nivel que hay (*El Tiempo*, 2014h).

El talento de las deportistas es resaltado en los comentarios, pues los resultados obtenidos en los últimos años demuestran que a pesar de los obstáculos sociales, económicos y culturales, el fútbol femenino en Colombia mejora considerablemente posibilitando, inclusive, la contratación de algunas jugadoras para hacer parte de ligas profesionales en el exterior.¹⁰

10 Como es el caso de Katerin Castro quien juega actualmente en el Montabaur de Frankfurt en Alemania; de Yoreli Rincón jugadora del Avaldsnes de Noruega; de Melissa Ortiz quien pertenece al Boston Breakers en la Liga Nacional de Fútbol femenino de USA; de Paula Forero jugadora de The University of Miami; de Nicole Regnier quien juega en el

Otro aspecto enfatizado con relevancia en los comentarios, estaba relacionado con el género y la sexualidad de las jugadoras. En la sociedad, según los estudios de Butler (2001) existe una tendencia a normatizar la heterosexualidad como obligatoria y natural (Zambrini & Ladevito, 2009), omitiéndose el papel de la cultura en el establecimiento de normas relacionadas con la sexualidad que varían en cada momento histórico pues, según Foucault (1987) cada época produce sus propias verdades sobre el sexo. A partir de esa visión, la sexualidad es una construcción social, plural, no existiendo un único modo correcto, estable, deseable y sano de vivenciarse (Goellner, 2010, p. 76).

Las identidades de género y sexualidad fueron mencionadas con base en argumentos que tienden a fijarlas, destacándose la imposición de una representación de feminidad normatizada la cual expresa un único modo, como deben ser las mujeres y su comportamiento. Asimismo se destacó la inclinación para referirse a la heterosexualidad compulsoria,¹¹ reflejada claramente en las acusaciones hechas a la mayoría de las jugadoras sobre su orientación sexual, como fue expuesto por Jhosep Marín, Juan Manuel Gallego Quinchia, Camilo Romero, María B Blass y Sandra David:

La verdad es que ustedes son un poco de lesbianas marimachas (*El Tiempo*, 2014b).

Hay que aceptar la verdad es que la mayoría son lesbianas! (*El Tiempo*, 2014b).

Las chicas super machorras poderosas (*El Tiempo*, 2014e).

Eso es de marimachos" (*El Tiempo*, 2014a).

Rayo Vallecano de España; de Tatiana Ariza delantera del Austin Peay Governors de Clarksville, en Tennessee y de Lady Andrade jugadora del The Western New York Flash. Información obtenida hasta el 03 de agosto de 2015.

11 Según la Teoría Queer, "la heterosexualidad compulsoria es la imposición como modelo de las relaciones amorosas o sexuales entre personas del sexo opuesto" (Miskolci, 2012 p.43, traducido).

Dejame en paz maricon son machonas y bolleras y punto (*El Tiempo*, 2014i).

Aun siendo la orientación sexual, independientemente de cual sea, un asunto privado e irrelevante para el aspecto deportivo y el rendimiento de las jugadoras, esta ha sido mencionada con base en criterios prejuiciosos, que de una u otra forma demuestran la intolerancia social hacia las identidades sexuales que están por fuera de la norma social, es decir, de la heterosexualidad. En ese sentido, en cualquier espacio social además del deportivo, existen personas que viven su sexualidad de diversas maneras por lo que no se debe encasillar un tipo de identidad sexual al fútbol femenino y mucho menos, usarse como causal de prejuicio y rechazo. Según Knijnik & Souza (2004) esta percepción está relacionada con las destrezas físicas que presentan las jugadoras como la fuerza física, la agresividad, la rudeza, etcétera. características atribuidas socialmente a los hombres que no serían apropiadas para una mujer heterosexual, y que al hacerse uso de ellas en la práctica deportiva permite una deducción errónea respecto a su sexualidad. Errónea, no porque se considere una orientación sexual específica como natural o sana en detrimento de las otras, sino porque se hace una clasificación prejuiciosa y sin fundamentos confiables, que en últimos términos, no debería tener relevancia en el espacio deportivo.

Por otro lado, cuando los/as usuarios/usuarios enfatizaron en la feminidad de las jugadoras, se observó una representación de feminidad normatizada, única y fija atribuida socialmente a las mujeres a lo largo de la historia. Sobre este tema se destacan los comentarios de Edo Saenz, Martha Lucía Peláez y Félix Antonio Muñoz Llanos:

Es simple, si no les gusta que las vean como Marimachas, simplemente NO Actúen y se comporten como Marimachas!!!! No por ser futbolistas deben de perder su feminidad... (*El Tiempo*, 2014b).

Así es y de eso se trata. De no perder su espacio dentro de su feminidad. Ánimo niñas pero cambien la actitud, la aptitud y la apariencia (*El Tiempo*, 2014b).

No me parece bien que mujeres jueguen fútbol, deben demostrar siempre esa delicadeza femenina,,,,, sensual,, frágil, tierna y dulce..... (*El Tiempo*, 2014a).

A través de esa representación se estipula y naturaliza un único modo de ser mujer, ignorando las múltiples formas que pueden asumir las feminidades. Sobre este asunto Goellner (2005) argumenta que feminizar a las mujeres tiene relación con el uso y la apariencia de sus cuerpos, así como la construcción de narrativas que destacan la belleza, la gracia y la sensualidad, reforzando una representación hegemónica de feminidad. Esta representación se establece a través de las instituciones, los discursos, las prácticas, los códigos, los símbolos (Louro, 1997), y también incluye los comportamientos y actividades que se supone deben asumir las mujeres, como resultado de las relaciones de poder.

Finalmente, siendo el género plural, el cual puede adquirir múltiples manifestaciones, no existe una única forma de una mujer ser mujer y de expresarlo, pues las feminidades son diversas, están en continua construcción, y asumen múltiples formas (Louro, 1997).

La influencia biologicista¹² referida para justificar las diferencias sociales entre los sexos, permite la construcción de representaciones de fragilidad y delicadeza en todas las mujeres; bajo esta lógica, solo bastaría nacer mujer para ser débil y delicada. Esta representación dentro de la práctica futbolística, confirma la creencia de que todas las mujeres tienen un juego lento, abu-

12 Determinismo biológico es la perspectiva teórica que sustenta a idea de que las “normas de comportamiento compartidas así como las diferencias sociales y económicas existentes entre los grupos humanos – principalmente de raza, clase y sexo – derivan de distinciones heredadas e innatas” (Gould, 1999, p. 4, citado por Goellner, 2007, p. 184).

ruido, sin técnica, como fue expresado por algunos/as usuarios/as. No obstante, la cuestión no radica en comparar y crear diferencias exclusivamente entre hombres y mujeres debido a que estas son más que todo construidas socialmente e independientes del sexo. Como afirma Nicholson (2000) “no hay aspectos comunes emanando de la biología” (p. 14, traducido).

Hay hombres y mujeres que difieren entre sí; puesto que son más fuertes, más rápidos/as y más técnicos/as que otros/as, eso significa que nacer con características sexuales similares no hace a las personas idénticas respecto a sus habilidades y capacidades. Aquí es necesario preguntarnos, ¿por qué la diferencia se establece generalmente entre hombres y mujeres, no entre los mismos sexos?

El lenguaje usado para hacer referencia al fútbol femenino, muestra la tendencia a percibir a las mujeres como naturalmente incapaces para desempeñarse de manera habilidosa en este deporte y para hacer que la dinámica del juego sea tan llamativa, según las afirmaciones hechas, como el fútbol masculino. En consecuencia, fue usado un lenguaje con tendencia a fijar y universalizar a todas las mujeres: Cesar Aguirre y RaffaeLe Turizo comentaron al respecto:

Es porque el fútbol de mujeres es lento, técnicamente no muy depurado y en líneas generales es aburridor. (Lo que exigimos es igualdad de género..., (*El Tiempo*, 2014a).

Este deporte es de mucha velocidad, fuerza y técnica para que se vea hermoso... por ende es un deporte de hombres sin desmeritar a ninguna (*El Tiempo*, 2014a).

Se percibe la generalización no solo del fútbol femenino, sino de todas las mujeres practicantes. Aquí el lenguaje actúa como productor de significado, pues a través de él se asumen como dadas, naturales e innatas las capacidades físicas de las mujeres para jugar fútbol, esencialismo que socialmente las coloca en situación de inferioridad, en este caso física, frente a

los hombres. Sobre este tema es necesario pensar que basar la inferioridad de las mujeres en una característica biológica es un error científico y una forma de imponer cultural y silenciosamente una naturaleza sobre otra (Silva, 2000, p. 86).

En Colombia el fútbol practicado por hombres, es una de las modalidades deportivas con mayor hegemonía, este deporte se masificó a nivel nacional a partir de 1924 como parte complementaria de los procesos de modernización del país y se consolidó a partir de 1948 periodo en el que fue fundado el Torneo Profesional de Fútbol (Roldán, 2013, p.31). Por otro lado, las mujeres comenzaron su participación de forma institucionalizada a finales de los años 1990, casi 70 años después de afianzado el fútbol masculino.

Dentro del análisis realizado, fue posible observar la tendencia a comparar el fútbol masculino con el femenino, desvalorizando este último especialmente en lo relacionado a los recursos económicos que demanda y genera. Esta percepción no está apartada de la realidad, pues en términos económicos y de marketing, en Colombia, el fútbol femenino se enfrenta a una clara y contundente desventaja frente al masculino. No obstante, esta comparación omite las circunstancias históricas, culturales y sociales diferenciadas para las mujeres, en especial durante los primeros años del siglo XX cuando el deporte comenzó a consolidarse en Colombia, así como el hecho de no contar en la actualidad con una liga profesional de fútbol para mujeres, lo cual permitiría la profesionalización de las jugadoras, así como marketing y por ende, mayor visibilidad y prestigio. Veamos los comentarios de César Aguirre y Carlos Daniel Vanegas Escudero:

Cómo Ud va a comparar el fútbol masculino que mueve billones de dólares alrededor del mundo, de uno de los jugadores más destacados en la última Copa del Mundo, del goleador de dicho torneo y su traspaso al mejor club del mundo del siglo pasado

Martínez M., C. Y. & Goellner S. V. (2015).
Representaciones sociales de la selección femenina de fútbol
de Colombia en la Copa América 2014

según la FIFA, con un fútbol de niñas que nadie ve y que todos sabemos que no es nada atractivo (*El Tiempo*, 2014a).

Trasmiten el de hombres porque es lo más importante, fútbol de élite. Colombia rumbo a la Copa América de Chile 2015 y Copa Bicentenario 2016 (*El Tiempo*, 2014f).

Las representaciones sociales manifiestas en los comentarios respecto a la selección Colombia de fútbol femenina y a sus jugadoras son determinadas por los discursos que permean en la sociedad, relacionados al género, al sexo y a la sexualidad, siendo estas representaciones diversas en cada momento histórico. Considerando que “las palabras, como las ideas y las cosas que significan, tienen una historia” (Scott, 2008, p. 48), las circunstancias históricas que enfrentaron las mujeres en Colombia, todavía inciden en el pensamiento que actualmente predomina en algunos sectores de la sociedad sobre su protagonismo en los espacios públicos, entre ellos el deportivo.

Ver a las mujeres como parte del espectáculo deportivo en una práctica generificada y generificadora de masculinidad, posiblemente y de alguna manera, desafía las normas establecidas socialmente sobre su feminidad, pues estas opiniones no están aisladas de la historia y de la cultura “porque nunca se dice nada por decir, porque el simple hecho de decir ya incluye lo dicho en el flujo de la historia y de los poderes” (Gregolin, 2007, pp. 22-23, traducido). De esta forma, es posible observar cómo el espacio deportivo visto como uno de los terrenos que las mujeres conquistaron en el siglo XX, todavía refleja las desigualdades vividas en otros espacios sociales.

CONCLUSIONES

Como cualquier otra práctica deportiva el fútbol es un espacio generificado y generificador. Su presencia en la sociedad colom-

biana expresa esa afirmación en la medida en que impulsa representaciones sociales que colocan en tensión algunos discursos y prácticas que lo asocian eminentemente con los hombres. La participación de la selección nacional en la Copa América Ecuador 2014 fue blanco de comentarios que así como apoyaban, también denigrarían la presencia de las mujeres en este deporte colocando en circulación argumentos pautados no apenas en aspectos técnicos, sino también en cuestiones relacionadas con la apariencia de sus cuerpos, su comportamiento y sexualidad.

La poca visibilidad que la competición tuvo en términos de aparición en los medios de comunicación evidenció la subvaloración de las jugadoras como representantes de país y, simultáneamente, la necesidad de otorgarles mayor representatividad y reconocimiento. Si por un lado los comentarios publicados en la página oficial de Facebook del periódico El Tiempo hicieron referencia a algunas ausencias que constituyen el universo cultural del fútbol practicado por mujeres, tales como la falta de estructura, campeonatos y profesionalización, por el otro, divulgaron informaciones que no fueron exhibidas en otros medios, inclusive, deportivos. O sea, fueron productivos al visibilizar la existencia del fútbol practicado por mujeres en Colombia, aún recayendo sobre esa práctica algunos prejuicios y discriminaciones.

REFERENCIAS

1. Arana, J. (2014, agosto 22). *La capitana de la selección Colombia exige igualdad de género. La santandereana pide la transmisión de televisión de la Copa América femenina de Ecuador*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/yoreli-rincon-lidera-campana-en-twitter/14423076>
2. Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.
3. Botero, N. E. (2014, febrero 03). *Facebook sigue muy activo y crece en Colombia*. Recuperado de http://www.elcolombiano.com/facebook_sigue_muy_activo_y_crece_en_colombia-KWEC_280486

4. El Tiempo. (2014, septiembre 20). *Colombia logró contra Perú su cuarto triunfo en la Copa América femenina y clasificó con 12 puntos a la fase final del torneo* <http://ow.ly/BI6Yt> [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/photos/a.499499267804.277272.148349507804/10152275059657805>.
5. El Tiempo. (2014a, agosto 23). *La capitana de la Selección Colombia pide la transmisión de televisión de la Copa América femenina de Ecuador. Lean sus declaraciones* <http://ow.ly/ADtbd> *¿Creen que existe desigualdad de género en deportes como el fútbol?* [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/photos/a.499499267804.277272.148349507804/10152210887687805/>.
6. El Tiempo. (2014b, septiembre 09). *Yoreli Rincón, la mejor jugadora de fútbol de Colombia, habló claro a pocos días de la Copa América femenina. Lean la #Entrevista completa* <http://ow.ly/BhQzK> *#YoApoyoElFútbolFemenino* [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/photos/pb.148349507804.2207520000.1410830192./10152254685512805/>.
7. ElTiempo. (2014c, septiembre 28). *¡Colombia ya está clasificada al Mundial Femenino! A las 12:00 del mediodía comienza el partido ante Brasil con el que cierra su participación en la Copa América. Lean lo que nos contó Yoreli Rincón, referente de la selección, sobre el presente del equipo* <http://ow.ly/C2xtl> *¡Vamos, guerreras!* [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/photos/a.499499267804.277272.148349507804/10152290044097805/>.
8. El Tiempo. (2014d, septiembre 28). *¡Invictas! Aunque empataron contra Brasil en el cierre de la Copa América, las colombianas aseguraron su participación en los Olímpicos y en el Mundial, y, además, se fueron sin perder ningún partido* <http://ow.ly/C2Hoy> *¡Felicidades!* [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/photos/a.499499267804.277272.148349507804/10152290264327805/>.
9. El Tiempo. (2014e, septiembre 18). *Las jugadoras de la Selección Colombia Femenina registran en fotografías cada momento que viven en la Copa América, certamen en el que están imparables. Vean las imágenes que ellas han publicado en sus redes sociales* <http://ow.ly/BEusF> *¡Nos alegran sus triunfos! #OrgulloColombiano* [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/photos/a.499499267804.277272.148349507804/10152272059527805>.
10. El Tiempo. (2014f, septiembre 15). *La Selección Colombia femenina de fútbol volvió a golear en la #CopaAmérica femenina: 4-1 a Venezuela* <http://ow.ly/BxnLM> *#YoApoyoElFútbolFemenino* [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/photos/a.499499267804.277272.148349507804/10152266897807805>.

11. El Tiempo. (2014g, septiembre 22). *Con 24 años, esta jugadora demuestra que nació para el fútbol y las canchas son su segundo hogar. Lean la #entrevista que le hicimos* <http://ow.ly/BKovo> [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/photos/a.499499267804.277272.148349507804/10152278278047805>
12. El Tiempo. (2014h, septiembre 26). *Las 'superpoderosas' ganaron 2-1 a Ecuador y se acercan al sueño mundialista. Conozcan cuándo será su próximo partido* <http://ow.ly/COvRv> [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/photos/a.499499267804.277272.148349507804/10152286984022805>
13. El Tiempo. (2014i, septiembre 24). *Conozcan cómo queda el panorama para las colombianas y descubran cuándo tendrán el próximo partido* <http://ow.ly/BSXFI> [Publicación en Facebook]. Recuperado 29 enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo/posts/10152283226297805>
14. El Tiempo. (s.f). En Facebook [página de Facebook]. Recuperado 29 de enero, 2015 de <https://www.facebook.com/eltiempo>
15. Flores, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 33(17), 73-81. doi: 10.3916/c33-2009-02-007
16. Foucault, M. (1976). *Historia de la sexualidad. Tomo I: La voluntad del saber*. Madrid: Siglo XXI.
17. Galeano, M. E. (2003). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: EAFIT.
18. Goellner, S. V. (2005). Mulher e esporte no Brasil: entre incentivo e interdições elas fazem história. *Pensar a Prática*, 8(1), 85-100.
19. Goellner, S. V. (2007). Feminismos, mulheres e esportes: Questões epistemológicas sobre o fazer historiográfico. *Movimento*, 13(2), 174-196.
20. Goellner, S. V. (2010). A educação dos corpos, dos gêneros e das sexualidades e o reconhecimento da diversidade. *Cadernos de Formação RBCE*, 1(2), 71-83.
21. Goellner, S. V., Silva P., & Botelho-Gomes, P. (2013). A sub-representação do futebol praticado por mulheres no jornalismo esportivo de Portugal: Um estudo sobre a Algarve Women's Football Cup. *Movimento*, 19(3), 171-189.
22. González, M. E. (2003). *Sociedad y deporte: Análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España*. (Tesis de doctorado inédita). Universidade da Coruña, La Coruña.
23. Gregolin, M. (2007). Análise do discurso e mídia: A (re)produção de identidades. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 4(11), 11-25.
24. Hall, S. (1997). El trabajo de la representación. En S. Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (pp. 13-54). London: Sage Publications.

25. Jaimes, H. C. (1977, agosto 10). El futuro del fútbol: En manos de los entrenadores. *El Tiempo*. Recuperado de <https://news.google.com/newspapers?id=pEwqAAAABAJ&sjid=r1AEAAAABAJ&hl=es&pg=3619%2C1303177>
26. Kellner, D. (2001). *A cultura da Mídia. Estudos culturais: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC.
27. Kellner, D. (2003). A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. *Libero*, 6(11), 4-15.
28. Kenski, V. M. (1995). O impacto da mídia e das novas tecnologias de comunicação na Educação Física. *Motriz*, 1(2), 129-133.
29. Knijnik, J. D., & Souza, J. S. (2004). Diferentes e desiguais: Relações de gênero na mídia esportiva brasileira. En: A. C. Simões., & J. D. Knijnik (Orgs.), *O mundo psicossocial da mulher no esporte: Comportamento, gênero, desempenho* (pp. 191-212). São Paulo: Aleph.
30. Louro, G. L. (1997). *Gênero, sexualidade e educação: Uma perspectiva pós-estruturalista*. 6ª ed. Petrópolis: Vozes.
31. Louro, G. L. (2000). Pedagogias da sexualidade. En: G. Louro (Org.), *O corpo educado: pedagogias da sexualidade* (pp. 7-34). Belo Horizonte: Autêntica.
32. Madrigal, L. (2011, enero 16). *La historia del tiempo*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/opinion/historia-del-tiempo>
33. Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: De la Torre.
34. Miskolci, R. (2012). *Teoria Queer: Um aprendizado pelas diferenças*. Belo Horizonte: Autêntica.
35. Nicholson, L. (2000). Interpretando o gênero. *Revista Estudos Feministas*, 8(2), 9-42.
36. Pino, A. (04 enero, 2015). *Breve historia del futbol femenino en Colombia: Cuando ellas nos llevan a la gloria*. Recuperado de <http://www.golcaracol.com/seleccion-colombia/femenino/articulo-225476-breve-historia-del-futbol-femenino-colombia-cuando-ellas-nos-llevan-a-la-gloria>.
37. Roldán, D. L. Q. (2013). Deporte y modernidad: caso Colombia. Del deporte en sociedad a la deportivización de la sociedad. *Revista Colombiana de Sociología*, 36(1), 19-42.
38. Saldanha, M., & Goellner, S. V. (2013). Futebol, sexo e rock and roll: o futebol moderno na revista Placar. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 35(2), 281-296.
39. Sampaio, T. M., Silva, P. J., Sousa, C. L., Xavier, S. W., Melo, F. G. (2014). O debate – ainda pertinente – sobre as relações de gênero na educação física. *Educación Física y Deporte*, 33(1), 73-91.
40. Santamaría, C. M. (1971, enero 23). Resultados atléticos en el torneo del Polo. *El tiempo*. Recuperado de <https://news.google.com/newsp>

apers?id=UT0gAAAIBAJ&sjid=s2YEAAAIBAJ&hl=es&pg=5475%2C3636934

41. Scott, J. W. (2008). *Género e história*. México D.F: FCE/UACM.
42. Shaw, S. (2007). Gender in sport management: A contemporary Picture and alternatives futures. In C. C. Aitchison, *Sport and gender identities: Masculinities, femininities and sexualities* (pp. 74-89). London and New York: Routledge, Taylor and Francis group.
43. Silva, T. T. da. (2000). A produção social da identidade e da diferença. En T. T. da Silva (Org.), S. Stuart, & K. Woodward, *Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais* (pp. 73-102). Petrópolis: Vozes.
44. Silveira, R. da. (2008). *Esporte, homossexualidade e amizade: estudo etnográfico sobre o associativismo no futsal feminino*. (Dissertação mestrado em ciências do movimento humano). Porto Alegre: UFRGS, Escola de Educação Física, Programa de pós-graduação em Ciências do Movimento Humano.
45. Votre, S., Mourão, L., Goellner, S. V., & Figueira, M. (2009). Gênero, raça, idade e deficiência: Integração em projetos sociais do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: FAPERJ/Dublegraf.
46. Zambrini, L., & Ladevito, P. (2009). Feminismo filosófico y pensamiento post-estructuralista: Teorías y reflexiones acerca de las nociones de sujeto e identidad femenina. *Revista Latinoamericana Sexualidad, Salud y Sociedad*, 2, 162-180.

Recepción 04-04-2015
Aprobación: 30-05-2015