



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Fútbol femenino : el lado B de la profesionalización

Autores (en el caso de tesis y directores):

Martina Cartañá

Verónica Moreira, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2022

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Fútbol Femenino: el lado B de la profesionalización

Tesina de la Carrera de Ciencias de la Comunicación

Autora: Martina Cartañá

DNI: 40192434

Tutora: Verónica Moreira

Email: martinacartana@gmail.com

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires

Índice

1. Introducción
2. Breve historia del fútbol
3. ¿Y las mujeres?
4. Ethos masculino y cultura del aguante
5. Fútbol como relato nacional
6. Cuerpos y representaciones
7. Medios de comunicación
8. El lado B de la semi profesionalización: desigualdades
9. Conclusión

Introducción

Cada vez son más lxs autorxs que deciden abordar las problemáticas de género en el deporte argentino. Y cada vez son más lxs autorxs que escriben acerca del fútbol femenino. Pero su reciente profesionalización, todavía es un terreno inexplorado. En marzo de 2019, Claudio Chiqui Tapia, presidente de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), presentó un proyecto para la profesionalización del fútbol femenino de la liga Primera A. Se adjudicaron 120.000 pesos mensuales a cada club de la Primera División para financiar una base de ocho contratos de 15.000 pesos mensuales por equipo. A partir de la temporada 2019-2020, las jugadoras ingresaron dentro del Convenio Colectivo de Trabajo bajo el cual ya están enmarcados los hombres de las primeras tres categorías del fútbol argentino. La disciplina de mujeres pasó a tener un régimen institucional, similar al de la Primera C masculina. Este trabajo plantea el análisis de lo que es el principio de la profesionalización en el fútbol femenino en la Argentina.

En este trabajo elijo la categoría de semi profesionalización para abordar el fenómeno recientemente surgido, y reflexionar en torno a esta disciplina como un campo de poder donde hay posiciones de lucha, heterogeneidades y desigualdades. El hecho de que el deporte esté atravesado por construcciones socioculturales de género implica hablar de cuerpos masculinos y femeninos con distintas representaciones en el imaginario social. Y cuando hablamos de la producción de género, entendemos que se trata de un proceso complejo que abarca todo el campo deportivo, con actores, instituciones, discursos que reproducen un modelo determinado. Me refiero a los patrones sociales que legitiman una forma de narrar u observar el fútbol en donde las mujeres no tienen lugar. No me refiero a la mujer como hinchas dentro del universo futbolístico, sino que aquí lo que me propongo revisar es el fútbol como juego: las relaciones de poder donde el femenino vendría a simbolizar algo subalterno. En términos generales, el fútbol femenino sigue a la sobra del masculino: desde el desarrollo del juego, el apoyo gubernamental y social, la cobertura y visibilización, y los impedimentos económicos por parte de los clubes y los auspiciantes. Las jugadoras argentinas todavía no tienen canchas apropiadas para realizar los encuentros, los horarios asignados no fomentan la explosión del deporte, con tan sólo ocho contratos profesionales obligatorios, todavía quedan muchas jugadoras amateurs sin remuneración. En este ensayo, me interesa analizar la construcción y la imagen de la jugadora argentina de fútbol. Esto incluye las luchas simbólicas que deben atravesar en el campo deportivo, desde su espectacularización, su subalternidad y su falta de

representación; pero también hacia adentro del campo en disputa, con sus límites, sus posiciones y sus diferencias.

Para reflexionar y comprender cómo leer este escenario, se debe hablar primero del fútbol como universo simbólico construido, narrado y participado históricamente por varones, que forma parte de nuestra cultura popular y de nuestros relatos nacionales. Para Pablo Alabarces (2014) la cultura futbolística argentina se soporta de discursos parciales y segmentados, tribalizados y mutuamente excluyentes donde hay un discurso unificador representado como totalidad. Esta unificación sólo es posible en el plano sentimental: la cultura nativa denominada como el aguante (Alabarces, 2006). Este trabajo no busca quedarse con las significaciones que genera el fútbol, sino indagar en los procesos históricos que llevaron a la asociación cultural tan estrecha de este deporte con la masculinidad, siendo uno de los ejes centrales frente a la lucha contra la desigualdad de género. Muchos autores se refieren a esta arena simbólica como un ethos masculino que afirma y construye el terreno en el cual las reglas objetivas y los valores internos pertenecen a un dominio; que ese mundo de varones no implica una expulsión violenta de las mujeres del campo, sino una racionalidad que construye identidades femeninas y masculinas que van a estar en constante tensión. “¿Es posible hablar de aguante en el fútbol femenino?” dispara Mariana Ibarra (2018) al comienzo de su ensayo sobre El aguante: ¿Resistencia o masculinidad?

El fútbol practicado por mujeres en el país se construyó entre disciplinamientos y estereotipos, estigmatizaciones y prohibiciones; sin mencionar al fútbol como máquina cultural de narrativas nacionalistas basadas en héroes deportivos y estilos de juego, siempre desde una mirada masculina (Alabarces, 2002). La condición de género las excluyó de un gran colectivo y campo de prácticas sociales, reduciéndolas a la tarea de ser madres: un modelo que se correspondía con las conductas femeninas percibidas por la sociedad. Como describen Hijós y Garton: “Las deportistas se ven enfrentadas no sólo con obstáculos institucionales, socioculturales y económicos, sino también con marginalización y estigmatización social. Por otro lado, los deportes “femeninos” ... tienden a reforzar ideales femeninos hegemónicos, enfatizando la belleza, la gracia y la corporación...” (Hijós y Garton, 2017:85).

Pero en los últimos años, hubo una serie de avances que condensan la práctica femenina con tensiones, discusiones, conflictos y un contexto feminista en la Argentina. No fue

casualidad que las demandas de los movimientos feministas por la búsqueda de igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres hayan reivindicado la lucha en el fútbol para poner en cuestionamiento la lógica de un espacio simbólicamente masculino. El feminismo busca romper con los estereotipos de género y señalar aquellas relaciones de dominación en las que las mujeres se ven sometidas y remarcar aquella posición de subalternidad. Busca ampliar el horizonte de posibilidades y discutir aquella “identidad” femenina hegemónica. En definitiva, un tratamiento igualitario en todas las áreas, aceptando el modelo masculino sin negar al femenino, o mismo para reivindicar sus diferencias como mujeres y defenderlas hacia una nueva femineidad. El hecho significativo que comenzó a visibilizar las demandas tendientes a la ampliación de derechos en torno a las mujeres fue la masiva marcha denominada #NiUnaMenos convocada por primera vez el 3 de junio de 2015, en ochenta ciudades argentinas. Este colectivo de mujeres se convirtió en lema y en movimiento social: generó que, en poco tiempo, militantes o no, puedan identificar las pequeñas inequidades y violencias cotidianas como acciones desiguales, para transformarlas. Contra la violencia machista, contra las narrativas sociales que circulan mediáticamente, contra la brecha salarial, contra el registro corporal; allí donde las prácticas masculinas se inscriben dos veces, una en el estereotipo de la mujer objeto de mirada masculina y otra, la mujer relacionada con los roles tradiciones de criar, cuidar, cocinar; y para ello, deben ser delicadas y sumisas. De esta forma, los reclamos que visibilizaron las luchas hacia el modelo de sociedad patriarcal tuvieron su impacto en el fútbol y entre las jugadoras. Los avances fueron en condición de un reconocimiento material de su profesionalización, y uno simbólico que implicó una “mayor” o “mejor” cobertura mediática y publicitaria.

El fútbol continúa siendo un universo simbólico creado, practicado, narrado y consumido por varones: “un acontecimiento estructurador de identidades masculinas y nacionales” (Conde y Rodríguez, 2002). Las desigualdades siguen latentes, de modo que podemos hablar de una constante tensión entre las representaciones y las prácticas femeninas generada a partir de la necesidad de transformar el campo y el capital simbólico que está en juego. En este caso, se necesita el análisis del nuevo fenómeno de la semi profesionalización desde adentro, porque es allí donde se pone en evidencia la parte del fútbol femenino que se escapa en las entrevistas y discursos oficiales; para poner en discusión el campo de poder, sus posiciones de lucha, sus límites y heterogeneidades. Para ampliar estas cuestiones, relacionaré las teorías sobre género y deporte, con un

trabajo etnográfico llevado adelante durante los primeros meses de 2020 en el Club UAI Urquiza.

En enero, un compañero del trabajo me consiguió ir a un entrenamiento con el primer equipo de la UAI Urquiza. Si bien más adelante desarrollo la historia del club, es importante remarcar que el equipo fue bicampeón del torneo A en las temporadas 2017-18 y 2018-19, y obtuvo en el 2015 el tercer puesto de la Copa Libertadores Femenina. Llegué pensando que iba a vivir la experiencia de un día con uno de los mejores equipos, y terminé entrenando durante más de 4 meses. Una vez en el equipo, no pude llevar a cabo ninguna entrevista formal. Allí fui una jugadora más del plantel. La observación participante y registros de las prácticas están basados en un relato personal desde cómo se vive un entrenamiento profesional, cómo es involucrarse con un equipo de primera y cómo son las relaciones dentro de él. Desde mi óptica como jugadora, utilizo mi experiencia para describir y analizar el fútbol femenino semi profesional y su colectivo de jugadoras.

Hace ya varios años que vengo analizando el fenómeno del fútbol femenino y fui observando cómo la disciplina fue creciendo y, a la vez, adquiriendo nuevas problemáticas. Fue el caso de la Selección argentina donde, luego de los Juegos Panamericanos de Toronto 2015, hicieron un paro: la AFA les daba 140 pesos de viáticos por jornada de entrenamiento para ir al predio de Ezeiza y no las dejaban usar las canchas de pasto. Durante parte del 2016 y 2017, renunciaron a los entrenamientos y las competencias internacionales debido a las malas condiciones que sufría el fútbol femenino. En las redes sociales y en entrevistas, las jugadoras criticaron el escaso apoyo de la AFA reforzando la concepción cultural del fútbol en Argentina como un espacio regido por y para varones. Los movimientos de mujeres de los últimos años fueron claves, la oleada de voces generó interés en las disciplinas femeninas que anteriormente no eran consideradas e incluso ayudó a que muchas pudieran salir de esos estereotipos sociales. Y, sobre todo, la Selección de mujeres consiguió la clasificación al Mundial de Francia 2019, tras 12 años sin poder hacerlo. En marzo de ese año se sancionaba la semi profesionalización, y en julio las chicas viajan al viejo continente para disputar la competencia internacional. Más allá de los resultados, las jugadoras sintieron un gran apoyo por parte de la sociedad y de las instituciones relacionadas: los partidos fueron emitidos por la televisión pública, muchas jugadoras tuvieron *sponsors* importantes como

Nike o Adidas, los programas televisivos comenzaron a incluir en su agenda mediática las repercusiones de los respectivos partidos que se jugaron.

A fines del 2019 realicé una entrevista a la arquera de la Selección, Gabriela Garton, que había viajado a Francia. La entrevista se centró en el libro que había lanzado titulado: *Guerreras: fútbol, mujeres y poder* donde combina su tesis de maestría con un análisis etnográfico desde su experiencia como jugadora profesional de la UAI Urquiza. Hablamos del reciente fenómeno y caracterizó al acontecimiento como una semi profesionalización: “Una liga profesional femenina implica mucho más que sólo ocho contratos...” Desde las autoridades se presentó un proyecto con muchas falencias y dificultades. La presión lograda por las demandas del colectivo de jugadoras generó que la AFA legitime su posición en la cancha con la profesionalización, pero el plan supo encontrar sus límites. Mi objetivo es mostrar las falencias de la nueva etapa del fútbol femenino, pero a su vez, relatar el punto de vista de las jugadoras: cómo fueron reconociendo el nuevo panorama y cuáles son las diferencias hacia el interior del grupo de acuerdo con sus necesidades materiales e ideológicas, es decir, la lucha en cuestión.

Breve historia del fútbol

El deporte en América Latina es considerado uno de los grandes socializadores de niños y jóvenes, promoviendo la integración, el ejercicio físico y la recreación. También, es uno de los fenómenos cruciales para el análisis cultural contemporáneo, es decir, la construcción de identidades, roles sociales y representaciones. Aparecen las grandes figuras heroicas y mediáticas con fuertes narrativas que circulan en el imaginario social.

La historia del fútbol se remonta a la Edad Media donde formó parte de los juegos populares medievales. Se llevaba a cabo durante la cuaresma, en época de carnaval. Por lo general, el número de participantes por equipo era ilimitado donde prácticamente todo el pueblo podía participar de la actividad, incluyendo mujeres y niños. Los pocos registros que hay sobre aquellos encuentros los describen como violentos y casi salvajes con gran cantidad de heridos. Aquellas prácticas fueron censuradas desde las clases dominantes y eclesiásticas, para luego ser reapropiadas e institucionalizadas hacia mediados del siglo XIX a partir de las *public schools* inglesas.

Sin bien, muchos autores sitúan el surgimiento del deporte moderno en las élites y clases altas de Europa, existió un proceso de popularización a partir de la expansión capitalista e imperialista hacia las clases populares. Pablo Alabarces (2009) en *El deporte en América Latina* describe al fenómeno como un proceso de reapropiación, donde los deportes traídos del exterior por las élites locales fueron tomados por las clases populares en *agentes anti-colonialistas y anti-imperialistas* permitiendo la aparición de héroes populares y narrativas en el imaginario social para la construcción de una identidad nacional. En la Argentina, la iniciativa surgió por parte del empresario británico Thomas Hogg, quien comenzó con varias disciplinas deportivas en el país como el cricket, el squash, el rugby, el tenis; y finalmente en 1867 junto con su hermano llevaron adelante el primer partido de fútbol. Pero, dice Alabarces, que el impulso decisivo para la consolidación de la práctica fue del escocés Alexander Watson Hutton, al fundar el *Buenos Aires English High School*, haciendo del fútbol un deporte curricular. En sus comienzos, el fútbol fue un deporte de élites controlado por capitales británicos que colaboraron para que en 1891 se organizara la primera Liga. Dos años después, la alianza entre clubes y colegios británicos creó la *Argentine Football Association*, castellanizada y registrada en 1905. Dice el autor que durante los siguientes años comenzaron a surgir nuevos clubes pertenecientes a las clases medias criollas, en algunos casos

correspondientes a un territorio, otras veces a empresas industriales o de servicios ferroviarios (la mayoría con dueños ingleses). Aquí señala Alabarces los primeros procesos de popularización del fútbol en la Argentina que concluyeron con su profesionalización en 1931. A partir de ese momento, los clubes de élite abandonaron la práctica del fútbol para concentrarse en el rugby y en el jockey sobre césped femenino, que durante décadas serán una referencia de las clases altas (Alabarces, 2009). Luego, bastará con una fuerte trayectoria futbolística durante el siglo XX y XXI para afirmar que es el deporte más visto, más practicado y con más referencia en nuestra cultura.

¿Y las mujeres?

Si se trata de la historia del fútbol en clave de género, tanto la llegada desde Europa, su rápida expansión por las clases populares y su profesionalización implicó dejar afuera a las mujeres. El primer registro sobre un partido jugado por ellas es de un encuentro realizado entre dos equipos del club Fémina, en octubre de 1913 en Rosario, Santa Fe (Moreira y Garton, 2020). Otras notas periodísticas son de la década de 1920, donde relataban la escena e incorporaban testimonios de las jugadoras que formaron parte de la primera equipo llamado Río de la Plata. Pero a medida que el fútbol se convirtió en el deporte nacional y popular, las jugadoras fueron aisladas e invisibilizadas. En Brasil, entre 1941 y 1979, el fútbol fue un juego prohibido para las mujeres a partir del Decreto-ley N° 3.199 que buscaba proteger sus capacidades de procreación, que serían puestas en riesgo por la práctica de cualquier deporte. La antropóloga Carmen Rial detalla que detrás de este proteccionismo se escondía el rol social de la mujer, el de ser madre, conformando un modelo corporal ideal. “Un cuerpo rollizo, sin músculos, de formas redondas y movilidad limitada. O sea, un modelo que se corresponde con las conductas femeninas que prescribe la sociedad: la pasividad y la sumisión” (Rial, 2013:11).

Si bien en la Argentina el fútbol no fue prohibido legalmente para las mujeres, su desplazamiento fue en términos de representación. Las mujeres estaban relacionadas con la vida familiar, el cuidado de las casas y la crianza de sus hijxs, contribuyendo así al estereotipo de femineidad que describe la antropóloga. Las niñas que se alejaban de aquellos parámetros femeninos eran estigmatizadas como “machonas” o “lesbianas”. Recién en 1971 se llevó a cabo un Mundial femenino “no oficial” en México donde la Argentina participó con una selección independiente a la AFA. En una crónica relatada

para *Página 12*¹, Ayelén Puyol describe con precisión el viaje de aquellas jugadoras. Llegaron a México sin médicos, sin cuerpo técnico ni vestimenta deportiva para realizar los encuentros. Nunca habían usado botines. Sin plata para financiar el campeonato, muchas de las chicas comenzaron a hacer *changas* para ganarse unos pesos. Vendían fotos del equipo autografiadas e incluso llegaron a cantar en un bar. A pesar de las malas condiciones, el equipo logró obtener el cuarto puesto de la competición y surgió el primer seleccionado “no oficial” en Buenos Aires. Luego de varias décadas de un fútbol femenino informal y casi clandestino, en 1991 se crea el torneo Femenino de la AFA que significó el inicio de la disciplina en la Argentina.

Gabriela Garton (2019) señala que, según varias investigaciones sobre el fútbol femenino, aparece un patrón que data el surgimiento de la disciplina alrededor del mundo en los años 1970/80. En un principio, la participación femenina es aceptada y crece a la par que la masculina durante el proceso de popularización. Luego, la autora indica que la disciplina se estanca de manera abrupta alrededor de 1940 debido a ciertas representaciones culturales que niegan la participación de la mujer en el deporte. Uno de los motivos es el movimiento contra el cuerpo femenino y los roles sociales en los que se la encasilla. Esto refuerza la construcción de la masculinidad hegemónica y su dominio simbólico en la mayoría de los campos. Por lo tanto, la práctica del fútbol femenino pasa inadvertida e ignorada hasta la década del 70'. Una vez que empezaron a surgir los campeonatos no oficializados como lo fue el Torneo de México de 1971 o la Coppa Europa per Nazioni en 1969 con sede en Italia, la FIFA debió poner atención y mirar de cerca el “nuevo” movimiento.

Garton narra en sus páginas que la FIFA mandó una carta a las asociaciones afiliadas solicitando información sobre el estado del fútbol femenino en cada país. En función de aquel comunicado, la Unión de Federaciones de Fútbol Europeas (UEFA) convocó el primer comité en 1971 y luego en 1973 se organiza el primer Congreso. Durante los siguientes años se llevaron a cabo distintas reuniones y charlas para discutir y arreglar los términos y condiciones del fútbol para mujeres, pero las asociaciones no podrían llegar a ningún acuerdo debido al aplazamiento y postergación tanto de la FIFA como de la UEFA. Recién veinte años después, en 1991, tuvo lugar la primera edición de la Copa

¹ <https://www.pagina12.com.ar/114143-el-dia-que-argentina-jugo-su-primer-mundial-de-futbol-femeni>

Mundial Femenina con sede en China donde participaron 12 selecciones. Y, en 1996, se incluyó la disciplina en el programa oficial de los Juegos Olímpicos de Atlanta. Los motivos detrás de la demora de las federaciones en institucionalizar el fútbol femenino estaban relacionados con la conservación del control, no sólo de la disciplina del fútbol, sino también de cualquier posibilidad de producir ingresos económicos a través de competencias femeninas que no estaban institucionalizadas por la FIFA (Garton, 2019). De esta forma, a través de una selección y un torneo oficial en cada país (el cual no era obligatorio) la federación acompañaría el proceso a partir de apoyo económico para su desarrollo.

En la Argentina, la formación del Torneo Femenino de la AFA fue el mismo año que el primer Mundial oficial de la FIFA. Comenzó con la participación de tan sólo ocho clubes: Boca Juniors, Deportivo Español, Deportivo Laferrere, Excursionistas, Independiente, River Plate, Sacachispas y Yupanqui. Garton cuenta que muchos de estos equipos no surgieron de un día para el otro, sino que algunos ya estaban formados y participaban de campeonatos informales u organizados por la Asociación Argentina de Fútbol Femenino (AAFF). Es importante aclarar que, durante la etapa anterior a la institucionalización de la AFA, la historia del fútbol femenino se resume en un “amateurismo del placer”, en términos de Adolfin Janson (2008), donde los encuentros no tenían tantas reglas ni obstáculos institucionales, sino que eran mujeres que se juntaban a jugar un *picadito* en las canchas del barrio. Sin embargo, la implementación de una Liga generó un cambio: la competencia. La AFA no obligó a las jugadoras a participar del nuevo campeonato. Todas aquellas mujeres que querían seguir de forma recreativa podían hacerlo en campeonatos no oficiales. El torneo de AFA les ofreció un cambio a aquellas que buscaban mayor competencia y exigencia en la disciplina. “El hecho de tener un espacio en la AFA brindaba a las futbolistas un lugar (aunque fuese mínimo) desde el cual luchar y ganar más derechos” (Garton, 2019:44). El surgimiento del torneo nacional generó una ruptura en la arena del fútbol argentino. Tradicionalmente dominado por los varones, la creación del primer torneo femenino institucionalizado produjo un quiebre en la hegemonía masculina y todas las significaciones sociales que conlleva el campo. Significó la aparición de un sujeto femenino que vino a romper con los roles sociales creados y definidos en la cultura, para recuperar a la mujer como agente del campo deportivo y transformador de la realidad. De esta forma, el quiebre generó un cambio en las mujeres y en el fútbol, alterando las instancias impuestas y formando parte de la nueva estructura.

Actualmente, el torneo de mujeres en la AFA es dirigido por la Comisión de Fútbol Femenino y está compuesta por tres directivos: presidente, vicepresidente y secretarix; más los respectivos delegados de cada club. El presidente a cargo fue Ricardo Pinela quien también lleva el cargo de vicepresidente del Club deportivo UAI Urquiza; el vicepresidente, Jorge Barrios, vicepresidente del Club Estudiantes de Buenos Aires y la secretaria Bárbara Blanco, dirigente del Club Racing de Avellaneda e hija del presidente del mismo club. Sin embargo, a fines de 2019, Pinela decidió renunciar a las autoridades del comité “por un desacuerdo con una propuesta de reestructuración de la disciplina a cargo” dice Garton en sus páginas (2019:53), dejando a cargo al vicepresidente Barrios, que a la vez es vocal suplente en el Comité Ejecutivo de la AFA. Pocos meses después de la reforma de dicha Comisión se formó el Departamento de Fútbol Femenino del Consejo Federal, haciendo que la disciplina contara con su propio espacio en la institución. Este nuevo Departamento será fundamental para el despliegue de las ligas federales para incluir equipos de otras provincias y generar así una competencia nacional. Hasta el día de hoy, el torneo femenino cuenta con equipos pertenecientes al Gran Buenos Aires y La Plata, con excepción de Rosario Central. Para la ex jugadora de River, Gabriela Garton, existieron dos cambios clave implementados en los años previos al cambio de gestión del Comité Femenino. La primera fue la fusión de los torneos de Apertura y Clausura en un solo campeonato en 2015 (al igual que en la competición masculina.). El segundo cambio fue en 2016 con la división del torneo en dos categorías: A y B. Este cambio redujo la grieta entre los primeros y los últimos equipos de la competición y, además, la reducción de las cantidades de equipos por división generó que existieran más encuentros entre los mejores equipos, por lo tanto, más competitividad y motivación. También, se abrió la posibilidad de integrar más equipos en la B para pelear por un ascenso.

Durante una exposición organizada por la AFA para presentar la inauguración de la temporada 2017-2018, el presidente de la Asociación “Chiqui” Tapia, declaró sus deseos de “ser el presidente de la igualdad de género para el fútbol argentino”. Más adelante, específicamente el 16 de marzo de 2019, él mismo anunció finalmente el proyecto de la profesionalización de la Primera A. Aunque el fútbol femenino esté lejos de tener aquella “equidad de género” que nombra Tapia, este proyecto de semi profesionalización significó un cambio muy importante para la disciplina y las jugadoras. Es importante remarcar el avance histórico dentro de lo que es el fútbol femenino y, me atrevería a decir,

el deporte femenino en general porque significó el principio de una lucha institucional y simbólica. El 16 de marzo de 2019 generó un quiebre en todos los sentidos. No sólo hablamos de mejorar las condiciones y posibilidades de las jugadoras, sino que también marca un quiebre en el campo del fútbol como dominio masculino. Hablamos de hacer legítima la profesión de jugar al fútbol siendo mujer (aunque siga encontrando sus límites y todavía no se pueda vivir de ella). Hablamos de un pequeño paso en la gigante batalla en el rol de la mujer, porque ahora ellas “pueden” jugar, entonces ahora ellas “pueden” opinar y hasta relatar.

***Ethos* masculino y cultura del aguante**

Lo que me interesa señalar dentro de este apartado es la construcción de un tipo de masculinidad que se vive en el campo futbolístico. Vimos como existe una inequidad entre las disciplinas masculinas y femeninas, en gran parte por una falta de políticas deportivas con perspectiva de género y también, por una constante fabricación de estereotipos en donde el deporte queda atado a una condición física. Así, a partir de la popularización del fútbol a principios del siglo XX se modificaron y reinterpretaron los valores futboleros de acuerdo con los códigos masculinos de las clases populares como la relación directa del honor con la victoria y la derrota, o el concepto de la territorialidad. El fútbol se convirtió en una herramienta clave para la construcción de identidades masculinas barriales y nacionales. Nemesía Hijós lo describe como una práctica deportiva que conlleva una condición de género. De lo contrario a lo neutral, caracteriza al fútbol como un espacio exclusivamente varonil en el cual se construyen y se refuerzan masculinidades, a través de su difusión, con la invención de héroes y villanos en las narrativas sobre el desempeño de los jugadores y la representación de los hinchas y sus cánticos (Hijós, 2019:155).

Sin embargo, los propios valores masculinos que circulan al interior del campo parecerían definir la ausencia de conflicto inter-género en tanto que el eje se construye a partir de la oposición entre macho/homosexual y padre/hijo. Dice Archetti que el fútbol se constituye como un escenario donde se expresa un *ethos* masculino que reafirma la virilidad: “El hecho de ser padre y macho nos remite a los polos ideológicos en donde se enfatiza la autonomía, la fuerza, el poder, la autoridad y la madurez frente a la heteronomía, la debilidad, la carencia de poder y autoridad y la falta de madurez” (Archetti, 1985:33). Es

reafirmar la virilidad frente a un enemigo, un rival que es descrito en función de la homosexualidad como forma de identidad negativa, a una insatisfacción sexual o inferioridad. Es al otro a quien se le recuerda la importancia de la masculinidad como lenguaje dominante al permitir que lo penetren y humillen. Archetti hace un análisis de las múltiples masculinidades que existen en el mundo del tango y del fútbol. Con lo que respecta del fútbol, examina los “discursos” de los hinchas y “las barras” con un léxico que se relaciona con el hecho de “aguantar”, una ideología explícita que se basa en la importancia de resistir el dolor para poder triunfar. El autor describe el vasto repertorio de significaciones de los hinchas que construyen un mundo dividido entre “hombres verdaderos” y homosexuales. Se mezclan fantasías sexuales, deseos, insatisfacciones y frustraciones para dar espacio a un campo metafórico creado en función de un “otro” que es un enemigo: “Es el otro quien nos refuerza la masculinidad como lenguaje de dominación al permitir que lo penetren y humillen...los hinchas reflexionan sobre el contenido problemático de los vínculos entre padres e hijos, adultos y niños y, finalmente, entre hombres de verdad y homosexuales”. (Archetti,1998).

En los atributos que describen la masculinidad no aparece la figura femenina como polo que amenaza la virilidad, en tanto no ponen en riesgo su heterosexualidad. El eje a través del cual se construye la identidad masculina no es un eje en función de la disputa con las mujeres. Los valores que se ponen en juego son a partir de ser o no ser lo suficientemente “macho”, más que en la confrontación entre varones y mujeres. Para el autor, el *ethos* masculino no estaría expresado en una superioridad sobre la mujer, sino que hace alusión a un sentimiento homofóbico de no ser lo suficientemente hombre. Y esta identidad se establece como una forma de educación sentimental masculina, tanto para hombres como para mujeres, que se produce y reproduce en casi todos los ámbitos sociales, y el fútbol vendría a ser el terreno ideal. Archetti lo planteó como una “arena social” entendiendo que funciona como “un campo privilegiado en el que se dramatizan un conjunto de valores morales y sociales” (Archetti, 1984:11). Una suerte de pasión legítima donde se permite expresar sentimientos y emociones, contraria a la lógica económica y racional. Si un hombre es estigmatizado como “maricón” por llorar, dentro de una cancha todo ese prejuicio queda justificado bajo esta arena sentimental donde se siente y vive el fútbol como una pasión legítima. Sin embargo, por más que la postura que presenta Archetti no sea contra la mujer, podemos decir que efectivamente se afirma una identidad que degrada

a “lxs otrxs”: varones, disidencias y mujeres. A los varones se los feminiza, es decir, se los desjerarquiza asociándolos a las mujeres, niñxs, etc.

Dentro de los estudios culturales del fútbol en la Argentina, aparece “el aguante” como concepto nativo que otorga a las prácticas violentas de la disciplina un valor positivo y de distinción entre hinchas y equipos. Se construye como una ética y se transforma en una retórica en tanto se presenta como un lenguaje (Alabarces, 2006) y; se construye en una estética en tanto privilegia y otorga a los cuerpos la habilidad de resistencia (Garriga Zucal, 2010). Esta lógica de funcionamiento se adecúa a los varones que pueden y van al frente, que soportan el dolor y ponen el cuerpo. María Elisabeth Ibarra dirá: “es aguantador quién se quedó a pelear y pudo exhibir sus marcas de la batalla. Es macho y aguantador quien *tuvo huevos*” (Ibarra, 2018:2). Todos los aspectos de la masculinidad deben aparecer para mostrar la superioridad ante el contrincante. Así, el fútbol argentino se caracteriza por la cultura del aguante.

Con las mujeres no sucede lo mismo. Esta modalidad que conlleva la práctica masculina no significa lo mismo en el fútbol femenino. El hecho de “aguantar” para ellas es “poner el cuerpo”, pero no para demostrar coraje en un enfrentamiento donde se ejerce violencia física o simbólica, sino como estrategia de lucha para disputar el territorio conquistado. Mariana Ibarra describe que el aguante en el caso de las jugadoras está representado por dos acciones concretas: resistir y disputar. Se pone el foco en el cuerpo, pero no como una forma de medir una virilidad ligada a “tener huevos”, sino que hace alusión a la resistencia física en cuanto a lo deportivo, donde la práctica en sí mismo emerge como contestataria a los supuestos cuerpos dóciles que tendrían las mujeres. Dirá: “En este sentido, aunque no ciertamente contrahegemónico, se resignifica el aguante y otras formas de aguantar como la puesta del cuerpo a una violencia invisible pero que genera efectos concretos y materiales” (Ibarra, 2018: 5). La autora se refiere al aguante como militancia. El estar, bancar proyectos, visibilizar, ser solidaria. Su resignificación alude a la capacidad de soportar frente a las adversidades del fútbol como deporte masculino. Y los efectos concretos a los que hace referencia se ven en la construcción de una identidad diferente. Un ejemplo es lo que sucede con las jugadoras y los clubes. Torneo a torneo se observa cómo van cambiando de equipo sin importar la camiseta y es aquí donde Ibarra destaca la falta de identidad clubística porque tampoco los clubes refuerzan aquella identidad. Si bien en la cotidianeidad deportiva cada jugadora juega para un equipo y lleva una camiseta, la militancia es por el proyecto del fútbol femenino en su totalidad.

Fútbol como relato nacional

Los estudios sobre la cultura popular en la Argentina -liderados por Ford, Rivero y Romano a fines de la década del 60'- se propusieron trabajar sobre un nuevo objeto: la gauchesca, el tango, el radioteatro, el folletín, la novela policial. Aunque hoy nos parezca fundamental para el entendimiento de nuestra sociedad contemporánea y nuestra identidad nacional, en aquellos tiempos estos objetos de estudio no estaban dentro del repertorio de temas a discutir y analizar en las investigaciones académicas y universitarias; todo lo contrario, la cultura que debía ser estudiada era la literatura, el arte, la poesía. Cabe aclarar que los objetos de estudio de la cultura popular cambiaron a lo largo del tiempo: hoy el tango y el radioteatro son antecedentes, pero aparecieron nuevos géneros como la cumbia, el rock, el fútbol. Esta corriente teórica de los estudios de la cultura popular en América Latina fue contemporánea a la escuela de Birmingham que surge en Inglaterra luego de la Segunda Guerra Mundial y tiene a teóricos importantes como Raymond Williams, Stuart Hall, Richard Hoggart, entre otros.

El fútbol en nuestro país fue una actividad practicada por las clases populares desde principios del siglo XX y funcionó como un fuerte operador de identidades nacionales a lo largo de este período (Alabarces, 2006). El fútbol fue utilizado para la formación de una identidad nacional y las masculinidades hegemónicas. Los relatos se construyeron sobre varios ejes, soportes y actores en un régimen de acción u omisión de mecanismos múltiples que se simplifican, hoy en día, en los medios de comunicación y el Estado. Aparecen los héroes deportivos, los símbolos, las gramáticas y léxicos futbolísticos y la *cultura del aguante*. Dice Beatriz Sarlo (1998) que la educación en las escuelas públicas funcionaba como una "máquina cultural" o como un espacio de representación ciudadana para la formación de una identidad nacional e incorporar a toda la población argentina dentro de un mismo colectivo. La educación física funcionó para educar cuerpos sexuados donde las niñas fueron educadas bajo los ideales de la femineidad y los niños a realizar prácticas relacionadas con la masculinidad hegemónica. Pero aquella caracterización del fútbol como "máquina cultural" no es más ni menos que una metáfora para referirse a los distintos operadores u agentes que aportaron a la creación de una identidad. Así, el fútbol reúne varias condiciones fundamentales para ser popular: su historia relacionada con la unión de la Argentina como nación, su sentimentalidad vinculada con la pasión y "la garra", y su masividad que lo caracteriza como un deporte de masas. Y esta relación entre

la disciplina y la cultura popular perdura en el esquema moderno y forma parte de nuestro universo simbólico actual:

“Así se transforma en la mejor mercancía de la industria cultural. Y en particular, una mercancía drásticamente despolitizada, porque resiste a pie firme todo intento en ese sentido. Narra la nación como un repertorio de consumos, no como un conjunto de determinaciones ni estructuras; como estilos expresivos, como elecciones estéticas, como afirmaciones pasionales; pero nunca, jamás, como un conflicto de dominación que no se reduce al resultado de un partido. En realidad, *el fútbol no es una máquina cultural de nacionalidad posmoderna; esa máquina es la televisión*. Y el fútbol es sólo uno de sus géneros, aunque sea el más exitoso.” (Alabarces, 2006, Papeles del CEIC:12)

Pero no olvidemos que la identidad nacional en el fútbol tiene una condición de género y nos encontramos con un relato del Estado que es producido, reproducido, protagonizado y gestionado por varones. El impedir que las mujeres jugaran al fútbol era, en términos simbólicos, excluirlas de la participación plena del imaginario nacional. Nos referimos a una imposibilidad de las deportistas a ser protagonistas de los relatos de la patria y la violencia simbólica fue a través de la invisibilidad. Ellas no percibían la imposición como una exclusión, sino más bien como una ausencia naturalizada y apropiada a su condición de género. De esta forma, la consolidación de un deporte democrático que incluyó a los sectores medios y populares con un sentido de pertenencia, a su vez funcionó como un mecanismo de restricción, disciplinamiento y control sobre los cuerpos de las mujeres (Moreira y Garton, 2020). En este proceso de conversión del juego al deporte, las mujeres quedaron definitivamente afuera y aquella fuga atiende a cuestiones de género.

No es casualidad que, con la ausencia de representaciones femeninas en los relatos nacionales, los medios de comunicación utilicen discursos con símbolos y gramáticas que hagan referencia a los varones. Fue durante el 2018 cuando el diario *Clarín* decidió darle voz a una de las mejores jugadoras argentinas. Las chicas acababan de conseguir el tercer puesto en la Copa América. Participaron en condiciones precarias, habían tenido pocos entrenamientos, usaron ropa y zapatillas usadas. Exigían visibilidad y el diario argentino decidió entrevistar a Estefanía Banini, la 10 de la selección que jugaba en la liga de Estados Unidos. Título: *La Messi de la Selección femenina y sus duras críticas a la AFA*².

² https://www.clarin.com/deportes/seleccion-nacional/messi-seleccion-femenina-duras-criticas-afa_0_Sye1iJ_az.html

Si bien el artículo narra las desventajas que atraviesan las jugadoras argentinas que deciden jugar al fútbol profesional, se decidió caracterizarla haciendo una comparación con el fútbol masculino y uno de sus mejores jugadores, Lionel Messi. Sin representaciones ni relatos femeninos, el diario la nombra como “La Messi” del femenino. La identidad inscripta materialmente en los cuerpos y *Clarín* lo hizo tras poner la imagen de un hombre para describir a una mujer. Una nacionalidad nuevamente masculina.

Los medios de comunicación y el Estado, como soportes de representación dominante de la cultura futbolística en Argentina, legitiman una lógica en donde las mujeres son relegadas de los relatos creadores del nacionalismo. En este contexto, la única razón para que el equipo femenino no sea objeto de las narrativas naciones es el género. En la cultura deportiva, las mujeres no pueden formar parte de estos relatos y deben seguir imitando a los varones y limitarse a ello. “Y jamás soñar, siquiera, con ser heroínas de la patria” (Alabarce, 2013: 34). Su representación queda atada a la lógica comercial ocupando roles tradicionales de madre o esposa, y en los casos de las deportistas, con un lugar marginal y sexualizado. En la historia de las mejores deportistas del país ninguna mujer reunió, ni para los medios ni para el Estado, las condiciones necesarias para formar parte de las narrativas.

Cuerpos y representaciones

Las divisiones constitutivas del orden social y, más exactamente, las relaciones sociales de dominación y de explotación instituidas entre los sexos se inscriben así, de modo progresivo, en dos clases de hábitos diferentes, bajo la forma de hexeis corporales opuestos y complementarios de principios de visión y de división que conducen a clasificar todas las cosas del mundo y todas las prácticas según unas distinciones reducibles a la oposición entre lo masculino y lo femenino. (Bourdieu, 2000:45)

Para hablar de cuerpos y representaciones es preciso citar a Pierre Bourdieu. Su teoría sobre las estructuras sociales y sus conceptos más importantes ayudan a pensar las representaciones sociales de la “feminidad”. El autor francés afirma que existen ciertos esquemas de percepción y apreciación del mundo que están bajo estructuras históricas del orden masculino. Estos modelos constitutivos del orden social surgen con la división de sexos (femenino y masculino) y son complementarios a una fábrica simbólica que tiende a legitimar una dominación masculina en la que se apoya: la división sexual del trabajo, la asignación del papel que cumple cada sexo, y una organización del espacio y del

comportamiento que los configura. Bourdieu expone que el cuerpo, como objeto portador de la materialidad biológica, es en el primer lugar donde aparece la significación social que atribuye a cada sexo un rol natural (biológico). Así, las relaciones de dominación aparecen de manera objetiva en la anatomía humana; como subjetiva, bajo la forma de esquemas cognitivos que organizan la percepción de las divisiones objetivas. En palabras de Bourdieu: “legitima una relación de dominación inscribiéndola en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social naturalizada” (Bourdieu, 2000)

Ahora bien, dentro de cada campo rigen determinadas exigencias que ordenan y definen a los agentes involucrados, donde se pone en juego un capital simbólico que legitima una dinámica particular. El deportivo, supone una suerte de naturalización de la desigualdad y separación en el acceso al deporte. Existe un orden simbólico dominante, una suerte de valores que jerarquizan las actividades y dividen las prácticas según los géneros. Cuando pensamos en un deporte femenino, el primero que se nos aparece es el hockey sobre césped o el baile; y cuando pensamos uno masculino, nos referimos al fútbol o al rugby. Esta primera clasificación, básica y prejuiciosa, es parte de un esquema dominante que divide al deporte según las aparentes capacidades, virtudes y modelos del género. A través de una dominación simbólica, como forma de dominación que opera en la interiorización del sentido, cada campo contiene una esfera con determinadas actividades que contribuyen a las relaciones sociales. Es aquí donde Bourdieu (1997) señala una distribución desigual de capitales simbólicos y donde supone una constante lucha por el reconocimiento. El capital, asociado a una idea de poder, permite la apropiación de ciertos valores. Y las luchas dentro de un campo social son en busca de construir nuevos capitales que deslegitiman los dominantes. La noción de campo supone la existencia de sus propios capitales que garantizan de manera institucional la distribución (desigual) de estos.

La separación biológica podría enmarcarse en un tipo de dominación simbólica objetiva y visible. Sin embargo, existen subjetividades relacionadas con la autolimitación de las mujeres en la sociedad que reflejan un tipo de comportamiento específico. Bourdieu va a proponer el concepto de *habitus*:

Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen *habitus*, sistema de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predisuestas para funcionar como estructuras estructuradas...es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas. (Bourdieu, 2007:86)

En otras palabras, el concepto se relaciona con una interiorización de condiciones objetivas, que pasan a ser disposiciones que organizan la subjetividad y generan pensamientos, percepciones y acciones. Pero Bourdieu lo va a caracterizar como pre reflexivo. Es aquello que está adherido al cuerpo que se reproduce con las exigencias del campo. Cuando hablamos de *habitus* femenino y *habitus* masculino nos referimos a aquellas concepciones que tiene una sociedad para delimitar la figura de los agentes, según un esquema de percepción, cognición y acción; de condiciones pretéritas, interiorizadas. La mujer debe ser delicada, sutil, con un cuerpo pequeño y armonioso. El hombre es aquel que posee fuerza, velocidad, con cuerpos voluptuosos y trabajador. Cuando pensamos en el deporte femenino, el jockey o la gimnasia artística, ambas actividades corresponden con una femineidad acorde al *habitus* femenino, tanto en la vestimenta como en la manera de desarrollar la actividad. Pero el concepto bourdiano se inscribe más allá de estos parámetros. Está en aquellas invisibilidades ligadas a la autolimitación o *autodepreciación* -como elige llamarla el autor- de las mujeres que no tienen interiorizados los esquemas deportivos, el “esto no es para mí” o “a mí no me sale” que reafirma las prácticas como históricamente masculinizadas. Una mujer que no se siente capaz o apta para jugar al fútbol o practicar lucha libre está relacionado con aquel *habitus* femenino que caracteriza el comportamiento y el mismo cuerpo físico que tiene y hace no reconocer ese tipo de práctica. Estas fronteras invisibles están atadas a un sentido común que limita toda práctica y la justifica con una incapacidad. En palabras de Bourdieu se podría decir que los dominados contribuyen a su propia dominación: “son el producto de un trabajo continuado (histórico por tanto) de reproducción que contribuyen uno agentes singulares (hombres con armas físicas y simbólicas) y unas instituciones: Familia, Iglesia, Escuela, Estado... que sólo deben su eficacia a las inclinaciones que ellas mismas desencadenan y que contribuyen” (Bourdieu 2000:50).

Las mujeres creyéndose incapaces o inferiores frente a este tipo de actividades son cómplices de la dominación. Pero debo aclarar que Bourdieu no habla de la violencia simbólica como una *falsa conciencia*, donde la mujer tendría que iluminar su estado para producir un cambio. Hago hincapié en las estructuras sociales como esquemas de percepción frente al mundo. El autor nombra la posibilidad de una acción colectiva de resistencia, orientada hacia una reforma jurídica y política, como revisión que afecta todos los esquemas sociales. Podríamos decir que, en los últimos años en la Argentina, el movimiento feminista de mujeres impuso en la agenda temática la revisión de muchas de

estas “estructuras” para revisar el rol de la mujer en la sociedad. El deporte no se quedó atrás.

Ahora sí: ¿Cómo debe ser el cuerpo de una mujer deportista? La respuesta a esta pregunta fue cambiando a lo largo del tiempo. Anteriormente la mujer no participaba de muchas actividades físicas debido al rol que tenía en la sociedad. Como vimos, esta transformación es a mediados del siglo XX, específicamente con los movimientos feministas de los 70´ alrededor del mundo. Esta apertura a la participación femenina aportó nuevos ideales y formas de ver el cuerpo femenino. Hoy, existe una nueva concepción física que incluye un cuerpo “fit”, deportivo, saludable; inspirado por una lógica mercantil desde la publicidad, las redes sociales, y las grandes marcas deportivas. El artículo escrito por Nemesía Hijós y Gabriela Garton (2017) titulado *La mujer deportista en las redes sociales*, analiza las representaciones de algunas mujeres construidas en las prácticas deportivas y en las redes sociales, donde el cuerpo es fundamental. En palabras de Bourdieu podríamos decir que el esquema cognitivo y hegemónico de lo que es y debe ser la femineidad está cambiando. Sin embargo, las dos autoras demuestran en este artículo cómo se siguen reproduciendo ciertos esquemas de “delgadez” o “sensualidad” que se escapan a la verdadera lógica del deporte que incluye a la potencia, la habilidad, la destreza, entre otras características.

Hoy en día, las redes sociales se han convertido en un espacio clave para la conformación de subjetividades. Si antes los medios de comunicación tradicionales eran uno de los pilares más importante en la construcción y representación de la sociedad, hoy las nuevas plataformas digitales, tales como YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok, entre otras, han instalado un nuevo vínculo de interacción y exposición. En el artículo, las autoras describen cómo existe una tendencia en las mujeres argentinas a autorepresentarse reafirmando la imagen “tradicional” de la femineidad y postulan que aquella exageración de “lo femenino” se relaciona con una estrategia de marketing donde las marcas y las deportistas se vuelven cómplices (Hijós y Garton 2017). Toman el nuevo fenómeno de *influencers*, que se define como una estrategia de marketing disfrazada en individuos que se destacan en las plataformas virtuales y tienen influencia sobre un público determinado. Las marcas construyen un sujeto ideal que se presenta como imagen hacia sus consumidores, reproduciendo los valores que la corporación quiere mostrar: hay una marketinización de la corporalidad. Lo interesante del artículo es cómo las grandes

marcas deportivas optan por elegir estas nuevas figuras de *influencers* o *It girls*³ para instalar representaciones de femineidad hegemónica, rutinas, consumos y estilos de vida; en vez de utilizar atletas de alto rendimiento u olímpicas.

Es aquí donde creo necesario abrir un paréntesis alrededor del nuevo concepto de *influencers*. En su definición utilicé la palabra “disfrazar” como estrategia de marketing para referirme al hecho de que las marcas ocultan en estos perfiles, los viejos y siempre presentes modelos de femineidad. A simple vista parece una fuerte acusación, pero veamos los ejemplos que utilizan las autoras en el artículo citado para entender el concepto. En primer lugar, eligen el fenómeno del *running*, que, si bien no es una nueva actividad, hace poco se reavivó el entusiasmo por la disciplina que incluye a todxs. Reúne conceptos como la autosuperación, el trabajo en equipo, un estilo de vida saludable y, sobre todo, el esfuerzo. Citan a Sofía Luna⁴, una joven atleta marplatense que, si bien no ha representado al país en ninguna competencia internacional, su belleza y su cuerpo propiamente tonificado de acuerdo con los parámetros considerados como “aceptables”, fue elegida como una de las embajadoras de la marca deportiva Nike. Otro ejemplo es la modelo argentina, Calu Rivero⁵, que también fue elegida representante de dicha marca debido a su afición por el *running*. Entonces, el verbo “disfrazar” hace referencia a este cambio que aparentan las marcas con estos nuevos perfiles, más cercanos y similares a “las mujeres reales”, que no logran todavía romper con esa estructura jerárquica de los cuerpos. Así es como todavía la figura de una deportista de alto rendimiento no es considerada “femenina”. La mujer en el deporte sigue atada a un símbolo massmediático establecido por los medios, las redes y las marcas, a partir de un juego entre oferta y demanda.

En el fútbol femenino pasa algo similar: el cuerpo de una mujer futbolista no encuadra con los parámetros sociales de femineidad de cómo debería ser la figura de una mujer deportista. Aquel cuerpo fibroso, con piernas fuertes y caderas concisas que se necesita para poder llevar a cabo la actividad no coincide con el *habitus* femenino ni el masculino. Tal es el caso que, en el 2018, Adidas lanzó las nuevas camisetas que utilizaría la

³ Se consideran IT GIRL a aquellas mujeres que generan influencia e inspiración en las redes sociales.

⁴ Perfil en Instagram: <https://www.instagram.com/sofilu20/>

⁵ Perfil en Instagram: <https://www.instagram.com/lacalurivero/>

Selección femenina para la Copa América, pero en vez de convocar a las jugadoras del plantel, contrató a la modelo Micael Vásquez. Automáticamente la campaña fue repudiada por toda la selección, entre ellas la arquera Lauriana Oliveros quien se descargó en las redes sociales: “¿Y las jugadoras de seleccionado femenino? ¿Acaso no tendríamos que ser nosotras las que presentamos camiseta? Vergonzoso”.⁶ Para la marca, el estereotipo de jugadora de fútbol no se adecuaba a la imagen que ellos buscaban. Eligieron a una modelo delgada, de pelo suelto para representar a la Nación, negando así el cuerpo femenino devenido del fútbol. En otras palabras, la marca Adidas prefirió utilizar a una modelo para lanzar las nuevas camisetas de la Selección femenina, antes que las mismas jugadoras del plantel. La silueta femenina opera como un fetiche, ya que la marca decidió imponer la imagen de una mujer “bella” antes que la de alguna jugadora: la mercantilización de la modelo por sobre el cuerpo de una deportista. Entonces llegaríamos a la conclusión de que el estereotipo de mujer futbolista no genera ganancias ni impacto.

Sin embargo, en la Copa del Mundo de 2019 disputada en Francia, la situación con el patrocinador de la Selección cambió. Tras celebrarse en todo el mundo el Día Internacional de la Mujer el 8 de marzo, Adidas compartió uno de los grandes avances de la FIFA sobre paridad salarial y mejora de condiciones laborales. La iniciativa surgió a partir de la polémica que sufrió el fútbol estadounidense luego de que el seleccionado femenino demandara a la Federación por “sexismo institucionalizado”. Adidas avanzó con una campaña para promover el deporte entre mujeres y niñas "She Breaks Barriers" [Mujeres rompiendo barreras], con un comercial que pide igualdad en la representación mediática. Por otro lado, Nike presentó un corto titulado “Antes que nada”⁷ que resume la situación que vive el fútbol argentino en el país y presentó, además, una campaña de fotos con tres jugadoras de la Selección que fueron embajadoras de la marca. Haciendo una comparación entre la campaña fotográfica del 2018 de Adidas, con la del 2019 de Nike, se puede ver un cambio en las imágenes. El cuerpo femenino hegemónico que tiene la modelo escogida es reemplazado por el cuerpo de una deportista, jugadora de la Selección. Tampoco lleva un collar de perlas en su cuello, sino que los accesorios están relacionados con la disciplina: una vincha que les sujete el cabello, una pelota de fútbol

⁶ <https://twitter.com/LaurinaOliveros/status/985515185552183298>

⁷ https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=ttI7fzr2-6M&feature=emb_logo

o movimientos que simulen una posición deportiva. Sin embargo, es importante remarcar que de las 23 jugadoras elegidas por el director técnico Carlos Borrello para jugar La Copa del Mundo, 10 de ellas viajaron sin el apoyo de alguna marca deportiva. De hecho, ellas mismas fueron las que debieron comprarse su indumentaria.

De todos modos, este repentino cambio de las marcas deportivas viene sujeto a un intento de arreglar el problema de la imagen del fútbol femenino debido a que en los últimos años se produjo un *boom* de la disciplina a nivel mundial. En países como Argentina o Brasil, donde el deporte es considerado un espacio de hombres, se estaría llevando a cabo un proyecto para fomentar la inclusión de la mujer en esta práctica y eliminar la imagen de “lesbianas machonas” que gira en el imaginario social: “como para las organizaciones y asociaciones deportivas este estigma representa un obstáculo a la hora de vender la disciplina, se utilizan ciertas estrategias para compartir o suprimir esta imagen”, explica Nemesia Hijós (2019) en su artículo *Abordajes sobre género y deporte en la Argentina*. También, dice que existe una iniciativa por parte de la FIFA para promover el fútbol femenino a través de programas y pautas que buscan la mercantilización de la disciplina. Aquí es cuando se vuelve a introducir el problema del cuerpo femenino y su representación. ¿Cuál es el fútbol que se quiere vender? Hijós dirá: “Se están desarrollando estrategias de marketing y de publicidad para transformar esta disciplina en un estilo alternativo al hockey, un deporte que ya no es de ‘negras, morochas y villeras’ sino que se puede jugar sin perder la feminidad” y concluye, “Estamos viendo la emergencia de un nuevo fútbol femenino de ‘mujeres blancas y lindas” (Hijós, 2019). Todavía no se puede escapar al modelo hegemónico que existe de la mujer deportista: un cuerpo tonificado pero que no tenga una apariencia exuberante (que sus músculos no sean visualmente disruptivos), manteniendo la estética femenina del pelo largo y prolijo, que la indumentaria sea “femenina”, es decir, shorts cortos y camisetas entalladas.

Cuando hablamos de modelos de femineidad hegemónica, uno de los casos más icónicos fue el de Mara Gómez, la primera jugadora transgénero en la máxima categoría del fútbol femenino del país. Eligió el fútbol, una actividad históricamente asociada al imaginario masculino, y allí los obstáculos se multiplicaron. Uno de los prejuicios más comunes que existen en relación con las deportistas trans es el de una supuesta superioridad física respecto de sus colegas. Fue sometida a una serie de estudios hormonales que demostraban que su testosterona estaba por debajo de los límites que establece el Comité Olímpico Internacional (COI). Como vimos a lo largo del trabajo, el campo deportivo se

ve invadido por una lógica binaria, y excluye a todo aquel individuo que no cumpla con las condiciones masculinas o femeninas socialmente esperadas. El problema se encuentra en las lógicas que el deporte reproduce, acerca de la diferencia social, los cuerpos interpelados y cuáles quedan marginalizados. “De esta manera, la hetero-deportividad obligatoria, con matices y fugas de sentido, se convierte en un modelo discursivo/epistemológico hegemónico que supone que para que los cuerpos deportivos sean coherentes en su apariencia, en sus reglas de etiqueta y vestido, en su estética, en su gestualidad y su silueta física debe haber un sexo estable expresado mediante un género estable que se define históricamente mediante la práctica obligatoria heterosexual” (Scharagrodsky, 2020:12). Y no sólo nos referimos a los cuerpos, sino también a las representaciones que generan en el imaginario social. Cuando hablamos de fútbol como campo que reafirma la masculinidad hegemónica, abrimos un abanico de lógicas de sentido teñidas de estereotipación y discriminación. Se condena a las mujeres trans porque hay una duda sobre si son verdaderas mujeres y se condena a los varones con orientaciones sexuales diversas porque se piensa que no son verdaderos varones. La imagen de determinados modelos como ideales de belleza estética y la resistencia de ciertos cuerpos al modelo dominante.

Concluyo este apartado diciendo (o repitiendo) que las mujeres que practican algún deporte de alto rendimiento enfrentan un discurso contradictorio sobre sus cuerpos. El discurso deportivo exige un cuerpo fuerte, ágil, resistente y potente; mientras que el cuerpo heteronormativo, haciendo referencia al cuerpo “aceptado” por la sociedad, toma a la figura femenina como delicada, frágil y armoniosa. Podemos ver cómo la descripción del discurso deportivo concuerda con la lógica binaria de la masculinidad, es decir, que el ideal deportivo está en sintonía con el ideal masculino y se opone al femenino (Cox & Thomson 2000; 2001)⁸. La representación hegemónica del cuerpo femenino dificulta su relación con el deporte. Los medios, las redes y las grandes industrias reproducen un ideal femenino que no concuerda con las exigencias requeridas para llevar a cabo una actividad de alto rendimiento. Pocas mujeres son las que rompen con esas barreras hegemónicas del pacto simbólico. En la mayoría de los casos, son atletas altamente reconocidas debido a sus logros particulares, como es el caso de Paula “La Peque” Pareto, yudoca argentina

⁸ Citado por Álvarez Litke en “Marcando la cancha: una aproximación al fútbol femenino desde las ciencias sociales” (2018)

campeona del mundo o Luciana Aymar que, si bien es modelo hegemónico, tuvo que ser elegida Mejor Jugadora del mundo en ocho ocasiones para ser una atleta reconocida.

Medios de comunicación

El fútbol femenino no tiene la misma cobertura mediática que tiene el masculino. Mejor dicho, no tiene casi cobertura alguna, de no ser por medios emergentes que se dedican a propagar información sobre los deportes femeninos y algunos específicamente exclusivos del torneo Nacional. Además de visibilizar la práctica masculina, los grandes medios de comunicación juegan un rol importante brindando un mayor valor comercial y cultural frente al público, los patrocinadores y los inversores. Muchas veces hemos escuchado decir que las disciplinas deportivas llevadas a cabo por mujeres no generan dinero, específicamente cuando hablamos de fútbol. La falta de visibilidad que tiene el fútbol femenino o peor aún, su marginalidad, explica por qué las jugadoras no generan un negocio “rentable” en las industrias deportivas (sin mencionar los estereotipos que giran en torno a ellas). Sin ir más lejos, la selección de jockey femenina de la Argentina -Las Leonas- no reciben el mismo nivel de atención mediática como sucede con otros deportes practicados por hombres, aun cuando algunas de sus jugadoras están entre las mejores del mundo y ganan torneos mundiales.

Pero antes, es preciso analizar cómo es la prensa deportiva en nuestro país. Podríamos decir que muchas de nuestras construcciones identitarias se ven reflejadas en los estilos discursivos que aparecen en los medios de comunicación. Todo el análisis previo que hicimos con respecto al fútbol como narrativa nacional y como “deporte popular” se ve estrechamente ligado a los medios de comunicación y sus modalidades del decir. Gran parte de estos relatos aparecen en los programas de televisión, en las columnas periodísticas, en las revistas deportivas; es más, muchos son creados por ellos. Hablamos de una narrativa nacional y masculina, donde la relación entre el deporte y la masculinidad se articuló desde sus inicios, a través del fútbol. Alabarces habla de una “futbolización de la cultura” donde “ningún enunciado es posible por fuera de la gramática futbolera” (Alabarces, 2002). Esto no sólo hace referencia a las modalidades periodísticas que utilizan los medios deportivos con léxicos de cancha, sino que también hace referencia a que el fútbol incluye gran parte de nuestras expresiones culturales, como por ejemplo “le faltan un par de jugadores” haciendo referencia a perder la razón o estar loco, “quedaste

en *offside*” como aquel que queda fuera de fuego en alguna situación cotidiana o “sos un pecho frio” como aquel que no tiene valor; entre muchas otras.

La información deportiva ocupa un lugar muy importante en la mayoría de los diarios argentinos de grandes tiradas. Prácticamente todos los diarios en circulación cuentan con suplementos deportivos y ocupan grandes espacios en sus páginas y muchas veces en sus portadas, debido al peso que tiene el deporte en la sociedad. Pero el Grupo Clarín supo posicionarse en 1996 con el lanzamiento de *Olé* – único diario deportivo en formato impreso de circulación nacional y online – que hoy posee más de 18 millones de *browsers* (navegadores) y 148 millones de visitas según el último reporte de Clarín en junio de 2018. El *spot* publicitario que proponía el diario en aquellas épocas de lanzamiento era: “llegó *Olé*, el primer diario cuya única realidad es el deporte... con la cobertura de cada equipo y todas las disciplinas, con pasión y análisis, con máximo rigor informativo, pero sin solemnidad. Viví *Olé*, el primer diario 100% deportivo, viví tu pasión todos los días”. Aquí podemos ver lo que significa el deporte para la cultura argentina- pasión y emoción- a partir de los relatos periodísticos que van a estar teñidos de estos sentimientos. El fútbol se convirtió en el espacio legítimo para que los jugadores, espectadores e hinchas puedan desarrollar sus sentimientos libremente sin ningún prejuicio. Dicho esto, siendo *Olé* un diario únicamente destino a la información deportiva, prioriza una mirada masculina. Guillermo Sunkel dirá: “*Olé* se organiza como un diario para varones al construirse como una fuente de conversación de temas masculinos, con lo cual se produce la reafirmación de una cierta identidad de género” (Sukel,2002). Si el fútbol es un espacio de hombres, el diario perteneciente al Grupo Clarín posee un contrato de lectura destinado al argentino futbolero, hincha de algún club nacional o internacional, que comparte la pasión con otros millones de hombres por el fútbol.

Según Moreira y Araoz Ortiz (2016) existen dos grandes fuentes que sirven para apreciar la construcción del destinatario masculino construido por el diario. Por un lado, hablan de una campaña publicitaria que llevó a cabo el periódico que tuvo como objetivo destacar la figura de los “Hombres de *Olé* Bajo el Brazo” en la cual se establecían una suerte de valores asociados a la categoría de ser un hombre; como la valentía, la sinceridad, la audacia, la fidelidad, la garra. En otras palabras, ser varonil. Por otro lado, les autores hablan de una “pasión partidizada” como una suerte de educación sentimental para los hombres, en un espacio social donde las mujeres no tienen ni voz ni voto. El diario se construye como un lugar con información exclusiva para los varones, donde habla acerca

de ellos y sus pasiones y, además, está escrito por hombres. Así, el *slogan* que acompaña el título del diario es “*Olé: compartimos una pasión*”, es decir, a nosotros los hombres nos une lo mismo: la pasión por el fútbol. Y esta pasión a la se hace referencia está conectada con la *cultura del aguante* que nombramos anteriormente. El aguante en el fútbol es un atributo masculino. Significa vivir el deporte con la pasión a la que *Olé* hace hincapié y resistir a toda adversidad/adversario. Según esta lógica, las mujeres no conocen de aquella pasión por el fútbol en la que uno “se la banca y pone los huevos” por su equipo.

Por el 2013, *Olé* lanzó un nuevo *slogan* publicitario titulado “No todo cambia”⁹ donde se presentan dos situaciones diferentes protagonizadas por dos mujeres transgénero. La publicidad se sitúa un año después de la sanción a la Ley 26.743 de Identidad de Género con el propósito de “superar los prejuicios sociales” (*Olé*, 2013). En ambos casos las dos mujeres resultan saber e interesarse por el fútbol, y mantienen un diálogo activo con los vecinos del barrio. El *slogan* finaliza diciendo “Todo cambia, menos el amor por el fútbol”. Este es un claro ejemplo para reafirmar que la pasión futbolera es masculina. A pesar del cambio de género que llevaron a cabo las dos mujeres de la publicidad, no pudieron desprenderse de esa pasión del fútbol que “los” une como hinchas y espectadores. “Al mismo tiempo, refuerza la idea de una inexistencia de lo femenino salvo por la aparición de sujetos travestis (quienes, nos recuerda, demuestran que no todo cambia)” (Moreira y Araoz Ortiz, 2016:119).

El texto finaliza con un apartado donde destacan los lugares en los que aparece el modelo femenino en el diario deportivo. La publicación más frecuente es “La Diosa del día” donde aparece en un recuadro la foto de una mujer acompañada de un breve texto. “Las mujeres seleccionadas aquí responden a la feminidad hegemónica que estima positivamente a las mujeres que son jóvenes, delgadas, bellas y sensuales; feminidad que está cabalmente representada en la figura de la modelo” (Moreira, Araoz Ortiz, 2016:121). La palabra “diosa” permite separar la figura deportista de una mujer, resaltando su belleza y reforzando el destinatario masculino que lee el diario deportivo.

⁹ https://www.youtube.com/watch?v=oEUAUTS4j28&ab_channel=VMLY%26RArgentina
https://www.youtube.com/watch?v=SZzpQGw6p3w&ab_channel=VMLY%26RArgentina

Si bien, a partir del 2019 esta sección fue eliminada de las páginas de *Olé*, podemos observar cómo son los modelos femeninos que se construyeron mediáticamente en la historia del periodismo deportivo. Además de la subalternidad que sufren las mujeres con la ausencia de notas e información sobre sus disciplinas, se las describe en función a sus roles tradicionales vinculados con el ámbito doméstico, la familia y la maternidad; si no es que se las sexualiza con fotos en ropa interior o bikini. El ejemplo que refuerza esta idea es la nota publicada el pasado 8 de septiembre de 2020 donde el diario tituló: “Las mamis dominan el US Open” haciendo referencia a las tenistas estadounidenses Serena Williams, Tsvetana Pironkova y Victoria Azarenka quienes habían llegado a la final de dicho torneo. La primera frase de la nota fue:

Que ser madre no es un trabajo sencillo no es ninguna novedad. Y que ser mamá deportista de elite hace todo aún mucho más complicado, tampoco. Sin embargo, este US Open tiene sí tiene una novedad: por primera vez, tres mamis están en los cuartos de final de un Grand Slam (Olé, 2020)¹⁰

El artículo fue acompañado con una foto de las jugadoras con sus respectivos hijos. El diario priorizó la maternidad, luego el deporte.

En otro texto escrito por Verónica Moreira y Martín Álvarez Litke (2019), se realiza un diagnóstico de las representaciones de las jugadoras en el diario *Olé*. Comienzan haciendo un recorrido histórico de la posición de las atletas en los medios de comunicación dedicados al deporte y citan una estadística realizada por Magalí Robles quien analiza las tapas de la revista *El Gráfico* desde su fundación en 1919 hasta 2018 con su cierre. Algunos de los datos significativos que resaltan los autores son: durante los primeros cincuenta años, sólo el 6% de las tapas fueron dedicadas a deportistas (mujeres); desde 1964 hasta 1982 no hubo una sola mujer elegida como imagen de la portada; y que las mujeres que llegaron a formar parte de la tapa tuvieron que haber sido campeonas para estar allí. Estos resultados muestran cómo fue el trato mediático que (ob)tuvieron las mujeres atletas a lo largo de la historia del país.

Respecto a la representación de las futbolistas argentinas en el diario deportivo analizado, encontramos que en los últimos años se han incrementado la cantidad de noticias con respecto a la -no tan nueva- disciplina. La Primera División de fútbol femenino surgió en

¹⁰ Diario *Olé*. Las mamis dominan el US Open, 08 Sep 2020: https://www.ole.com.ar/tenis/us-open-wta-mamas_0_92mYYGv1b.html

1991. Recién a partir de la lucha simbólica que están monopolizando las mujeres en el país estos últimos años, las jugadoras están siendo escuchadas. El movimiento feminista que rigen la Argentina hoy en día permitió que se pongan en crisis esquemas dominantes machistas, entre ellos, el fútbol. El reconocimiento obtenido por el campo feminista generó que se perciba esa desigualdad y que se le dé un estatuto simbólico, es decir, generó un redoblamiento en la desigualdad deportiva, dotando al fútbol femenino de un carácter oficial. Surgió el pasaje de una forma de sentido a otro: algo del orden privado pasó a ser reconocido y público. Esto obligó a los medios de comunicación a incluir el fútbol femenino en sus agendas. Aunque todavía no sea notoria la representación.

Luego del último torneo disputado en los Juegos Panamericanos de Toronto 2015, en los cuales el equipo no pudo pasar la Fase de Grupos, las jugadoras hicieron un paro: la AFA no les pagó los viáticos para ir a las prácticas. Durante parte del 2016 y 2017, renunciaron a los entrenamientos y las competiciones internacionales debido a las malas condiciones que sufría el fútbol femenino. Tras dos años sin juego, la Selección femenina volvió al trabajo para disputar la Copa América en Chile. Este torneo estuvo organizado en dos etapas: la primer, dividida en dos grupos de cinco equipos enfrentados entre sí; y luego la segunda, donde los dos primeros clasificaban para competir un cuadrangular final. La Selección argentina ganó todos los partidos, con excepción del primero, que perdió contra Brasil. En la fase de grupos jugó contra Colombia, Brasil y Chile. *Olé* publicó la primera nota el 18 de abril tras el triunfo de las chicas contra la selección colombiana, pero no hizo referencia a su victoria, sino que dio a conocer el conflicto de las jugadoras debido a las malas condiciones del fútbol femenino argentino. Las 22 jugadoras se tomaron una foto con una mano detrás de la oreja imitando al Topo Gigio como símbolo de protesta en el fútbol argentino. Un 8 de abril de 2001, Juan Román Riquelme festejaba un gol contra River en el Torneo Clausura imponiéndose en el medio de la cancha en frente al palco de Mauricio Macri, quien era el presidente del Club Atlético Boca Juniors en ese entonces. Con las manos detrás de sus orejas, incorporaba al personaje Topo Gigio como símbolo de protesta en el fútbol argentino. El símbolo va a ser tomado por muchos jugadores alrededor del mundo y las jugadoras no dejaron de ser parte de este movimiento para expresarse.

El motivo de la protesta fue que Adidas había presentado la camiseta que usarían para representar a la Nación, pero en vez de convocar a alguna jugadora del plantel, contrataron a una modelo. Pedían que las escucharan y la foto fue una queja frente a las

desventajas que sufre el plantel: usaban la ropa de las temporadas anteriores, ellas mismas se auspiciaban sus actividades, no poseían una cancha de pasto natural y les pagaban 150 pesos por cada entrenamiento en Ezeiza. Además, publicaron una carta de protesta en las redes sociales haciendo evidente la inequidad. Las dos próximas notas de *Olé* en la Copa América fueron sobre las siguientes derrotas de selección. “En torno a los siete partidos disputados, sólo uno de ellos recibió una cobertura en la que no se menciona lo sucedido en el campo de juego” (Moreira, Litke, 2019:105).

Sin embargo, más allá de la marginalidad que generan los medios de comunicación frente al fútbol practicado por mujeres, la publicación de la foto del Topo Gigio significó un antes y un después para las jugadoras argentinas. Sirvió para visibilizar la desigualdad que existe en la disciplina y la falta de apoyo que sufren las mujeres futbolistas. A casi dos años de aquella foto tomada en forma de reclamo, existió un cambio institucional y mediático frente a la situación: en el 2019 se anunció la profesionalización del fútbol femenino por parte de la AFA y funcionó como puntapié para el comienzo de algo nuevo. Otro aspecto relevante ha sido la cobertura del Mundial de Fútbol de Francia 2019 con varias notas y entrevistas a las jugadoras de fútbol. Hoy *Olé* cuenta con una sección exclusiva (en el *online*) para el fútbol femenino, donde realiza notas a las jugadoras, informa sobre el torneo Nacional y relata la evolución de la disciplina, incluyendo novedades internacionales. El hecho que los clubes hayan incrementado la cobertura de sus equipos femeninos obligó al medio de comunicación a levantar noticias sobre las jugadoras. Muchos equipos se vieron obligados a rediseñar las campañas del club, incluyendo a las mujeres en sus imágenes. Las redes sociales hicieron de gran ayuda porque pudieron generar una cobertura de la disciplina sin mucho gasto adicional.

Desde el 16 de marzo de 2019 -fecha de la (semi)profesionalización- hasta la actualidad, *Olé* incluyó en seis oportunidades a mujeres deportistas en su tapa. La profesionalización de la disciplina no pareció ser un tema de portada, por lo que no fue incluido en aquella edición. Recién el 11 de junio del 2019, durante el mundial de Francia, el diario tituló “*Japón del miedo*” haciendo referencia al histórico empate que la Selección argentina consiguió ante Japón, una potencia futbolista y subcampeona del Mundial. La imagen elegida fue la de Estefanía Banini, la número 10 del equipo, abrazada a Florencia Bonsegundo y festejando el primer punto obtenido en la historia de los mundiales. El 11 de agosto del mismo año el diario construyó un *collage* con los distintos atletas que habían ganado medallas olímpicas en los Juegos Panamericanos de Lima 2019. La nadadora

Delfina Pignatiello fue una de las protagonistas de la competición y *Olé* decidió que su foto debía ser una de las más grandes de la portada. La primera tapa dedicada al fútbol femenino Nacional fue tras la goleada de Boca Juniors ante River. El 25 de septiembre de 2019 *Olé* elegía a Fanny Rodríguez, la ex jugadora de River que se había incorporado hacía poco al plantel de Las Gladiadoras y les convirtió tres goles en La Bombonera. La edición titulaba: “Osa de locos” refiriéndose al festejo que había elegido la jugadora, al estilo Oso Pratto para gritarle el gol a River. El 5 y el 7 de octubre de 2020, la tenista Nadia Podoroska fue portada del diario tras ser la primera tenista argentina en 16 años que llegó a cuartos de final de un Grand Slam. La portada del 7 la comparte con El Peque Schwartzman: ambos clasificaron a la semifinal del torneo. Por último, el 20 de enero de 2021 el equipo femenino de Boca Juniors se consagra campeón de La Copa Maradona y el diario decidió utilizar la foto del equipo festejando. Escribió: “Decime qué se siete” haciendo un juego de palabras con el resultado obtenido donde las Gladiadoras quienes ganaron 7 a 0 contra River.

En el contexto actual de reivindicación de los derechos de las mujeres, el fútbol femenino estaría dando pasos enormes. Hasta hacía unos años no se conocía de la disciplina y hoy está conquistando todos los terrenos incluyendo el mediático. No podemos negar que el contrato de lectura que propone el medio deportivo apunta a un lector hombre hincha del fútbol masculino. Sin embargo, es interesante ver el cambio que estaría generando el portal frente a la disciplina femenina. Ahora bien, en los últimos dos años el diario incluyó en tan sólo seis ocasiones las imágenes de deportistas. Y todas las portadas fueron sobre la celebración de una victoria, ya sea Boca campeón, Delfina medallista, Nadia semifinalista. El promedio todavía es muy bajo y demuestra la forma en la que *Olé* organiza, jerarquiza y visibiliza la información de sus noticias de acuerdo con los distintos deportes y el género. De más está decir, que sólo las mejores deportistas llegan a formar parte de la portada.

Existe una nueva cobertura mediática del fútbol femenino nacional por parte de medios alternativos que propusieron, desde las redes sociales, brindar la información que los grandes medios no visibilizan. El primer ejemplo es *El Femenino*¹¹, un medio digital fundado por Romina Sacher y Nicolás Valado destinado únicamente al fútbol femenino. Comenzó como una radio *online* y luego de más de 200 programas a lo largo de varios

¹¹ Portal Digital *El Femenino*: <https://www.elfemenino.com.ar/>

años, su contenido logró ser emitido por una de las principales AM del país, radio *La Red*. Creció tanto este último tiempo que desde el 2019 tiene su versión televisiva por Crónica TV en el *prime time* del domingo y un podcast donde realizan un seguimiento del Campeonato Nacional de Primera, Segunda y Tercera División; del fútbol internacional y las argentinas que participan de ellas. También, brinda información sobre los entrenadores y los cuerpos técnicos, las pruebas de jugadoras y los informes que publican las entidades deportivas vinculadas al fútbol femenino. Uno de los factores más importantes del medio es que envía periodistas a cubrir los encuentros, principalmente de la Primera A, muchos de los cuales son relatados vía web. Los derechos de televisión del fútbol argentino pertenecen a la empresa estadounidense Fox-Turner, el medio alternativo no puede transmitir imágenes de dichos encuentros. Pocos son los partidos que se eligieron transmitir por la televisión argentina. Es el caso del último superclásico disputado entre Boca Juniors y River Plate el martes 19 de enero del presente año. El partido se disputó en el Estadio José Amalfitani por la final del Torneo Transición Femenino 2020 y se transmitió en vivo y en directo por la pantalla de TNT Sports. Otro medio independiente que aporta información al fenómeno del fútbol de mujeres es *FutFemProf*¹². También, brinda una cobertura de los encuentros con entrevistas exclusivas a las jugadoras e información sobre los Campeonatos Nacionales.

El mundo de las redes sociales abrió un nuevo horizonte para la cobertura del deporte de mujeres. Un ejemplo es el portal *MujeresSport*¹³ dedicado a brindar información sobre todas las disciplinas y las atletas argentinas que participan de ellas. No sólo tiene aportes para el fútbol femenino, sino que también informa sobre todo lo que conlleva el deporte de mujeres y la invisibilidad que sufren. Por ejemplo, una de sus últimas noticias fue acerca de Sarah Thomson quien será la primera mujer en arbitrar un Super Bowl. En su descripción, el medio expone: “Somos el primer medio de DEPORTE FEMENINO. Un lugar donde te vas a enterar de todas las noticias deportivas de Mujeres”. Luego, tenemos cuentas aún más independientes como *GarraFutboleraArg*¹⁴, *HoySeJuegaFem*¹⁵ o cuentas pertenecientes a los equipos de cada club que aportan con especificidad las

¹² Portal digital *FutFem*: <https://www.futfem.com/>

¹³ Portal digital *MujeresSport*: <http://mujersport.com/>

¹⁴ Portal digital *GarraFutboleraArg*: <https://garrafutbolera10.wixsite.com/home>

¹⁵ Portal digital *HoySeJuegaFem*: <https://www.hoysejuegafem.com/>

situaciones de dicha institución y su equipo de mujeres. Luego de los partidos que disputó el equipo con el que entrené en la UAI, los únicos reporteros y reporteras que se acercaban a pedir notas a las jugadoras pertenecían a algunos de los medios recién mencionados. En los cuatro partidos que me tocó vivir desde adentro del equipo, no hubo ninguna cobertura por parte de los medios tradicionales. Se trataba de periodistas independientes que se acercaban a las jugadoras con un celular y les hacían preguntas sobre la jornada. Luego, sus relatos salían publicados en las redes sociales.

Es importante remarcar que estos medios, al ser independientes, concentran un nicho de espectadores y usuarios únicamente interesados por la disciplina. Con esto, me refiero a que las coberturas del fútbol femenino y la información levantada por estos portales digitales son, en su mayoría, consumidos por usuarios que se interesan en el fútbol femenino y buscan información específica. Esta es una de las razones por las cuales todavía el fútbol de mujeres no es masivo ni mediático. Las grandes empresas periodísticas no incluyen a la disciplina en su agenda, generando desconocimiento e invisibilidad. Vimos anteriormente que *Olé*, como diario destinado únicamente a la información deportiva, podría incluir más artículos sobre las disciplinas femeninas. El problema se genera cuando analizamos el contrato de lectura de dicho medio: varón hetero-cis. Por un lado, el gran desafío de los nuevos medios que cubren el fútbol femenino de nuestro país es no seguir el camino del fútbol masculino y crear uno propio, donde los intereses de los sectores poderosos no monopolicen las líneas editoriales. Por otro lado, es un desafío “interesar” a los medios tradicionales para que empiecen a cubrir el fútbol femenino, su crecimiento e historia, y dejar de tratarlo como una curiosidad; además de darle espacio a periodistas mujeres para que cubran el fútbol de mujeres y de varones.

El lado B de la semi profesionalización: desigualdades

El 16 de marzo del 2019, la AFA anunció la creación de la Liga Profesional de Fútbol Femenino, la cual implica la puesta en marcha de diversos dispositivos tendientes a mejorar las condiciones de aquellas que practican la disciplina en la Primera División Nacional. A partir de la temporada 2019-2020, las jugadoras ingresaron dentro del Convenio Colectivo de Trabajo bajo el cual ya están enmarcados los varones de las

primeras tres categorías del fútbol argentino. La disciplina de mujeres pasó a tener un régimen profesional, similar al de la Primera C masculina. Se adjudicaron 120.000 pesos mensuales a cada uno de los 16 clubes de la Primera División para financiar una base de ocho contratos mínimos de 15.000 pesos. Además, se anunció el proyecto de una competencia federal llamada Copa Evolución, que seguiría el formato de la Copa Argentina masculina.

Durante el 2019 tuve la oportunidad de realizar una entrevista a Gabriela Garton, una de las 22 jugadoras que viajó al Mundial de Francia para representar a la Argentina. Gabriela nació en Estados Unidos en 1990 y comenzó su carrera futbolística en Florida cuando tenía ocho. A los diez encontró su posición en la cancha: el arco. Hasta terminar el secundario compitió con varios equipos en torneos de todo el estado de Florida. Luego, ingresó a *Rice University* gracias a una beca deportiva que cubrió los costos para estudiar en una universidad privada en los Estados Unidos, y en 2012 egresó como licenciada en Estudios Hispánicos.

En 2011 la llamó por teléfono el director técnico de la Selección femenina de Argentina de aquel entonces, Carlos Borrello, para invitarla a una prueba. Sabía que Garton estaba en proceso de nacionalizarse como ciudadana argentina a través de su madre, que de joven había emigrado a los Estados Unidos. Llegó a Buenos Aires en junio de ese mismo año, cuando el equipo se preparaba para los Juegos Panamericanos que serían llevados a cabo en octubre. “El estado en el que encontré el fútbol de mujeres en la Argentina me resultó irreal en un país que desde afuera se conoce por sus logros futbolísticos y sus jugadores estrella. A pesar de esas primeras impresiones decidí seguir”.

Aparte de ser una de las arqueras del equipo nacional, hoy es becaria doctoral del CONICET¹⁶ con una maestría en sociología de la cultura de la Universidad Nacional de San Martín. En junio de 2019 lanzó su libro *Guerreras: fútbol, mujeres y poder* que combina su tesis de maestría con un análisis etnográfico de su experiencia como jugadora profesional en el club UAI Urquiza y la Selección Nacional.

Su libro aborda la problemática del fútbol femenino en la Argentina: “A medida que sigo investigando, el fútbol femenino en la Argentina se parece cada vez más a una maraña de problemáticas sociales, políticas y económicas; de expresiones y desigualdades de género

¹⁶ Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

y sexualidad” (Garton: 2019:12). Comienza su investigación haciendo un repaso histórico de la disciplina femenina en el país para luego centrarse en el club que la formó como profesional, UAI Urquiza, analizando el estado actual del fútbol femenino argentino, y apoyándose en relatos de jugadoras, dirigentes e instituciones. El libro termina con la reciente profesionalización del deporte y una lectura entre líneas del proyecto. En la entrevista le pregunté a la arquera cuál creía que eran los motivos de la profesionalización:

-Muchos dicen que es por Macarena Sánchez- la ex jugadora de UAI que, tras haber tomado acciones legales contra el club y la AFA en enero de 2019, visibilizó las condiciones de las jugadoras argentinas- pero yo creo que eso fue la gota que rebalsó el vaso. La movida comenzó en la Copa América, con la foto del Topo Gigio. Después vino el repechaje para el Mundial de Francia. Todo esto generó que la AFA se diera cuenta de que el fútbol femenino no era únicamente un capricho de las jugadoras, sino que el país estaba interesado.

Garton señaló que el movimiento de mujeres de los últimos años fue clave para la profesionalización. La oleada de voces generó interés en las disciplinas femeninas que anteriormente no eran consideradas e incluso ayudó a que muchas pudieran salir de esos estereotipos sociales. Antes del 2017 el fútbol femenino pasaba inadvertido, incluso marginalizado. La presentación del proyecto fue impulsada por los movimientos feministas y las jugadoras, quienes venían avanzado con las demandas y la presión llegó a tal punto que la AFA tuvo que legitimar la posición de las jugadoras que exigían un cambio. Pero desde las autoridades, se presentó un plan con muchas falencias y dificultades.

Hoy en día quedan muchas cosas por fuera de la profesionalización. Garton caracteriza el acontecimiento como una semi profesionalización. Una liga profesional femenina implica mucho más que sólo contratos. Todavía los clubes no habilitan los estadios para disputar los encuentros y los horarios en los que juegan las mujeres no benefician la promoción de la disciplina. No hubo discusión sobre qué pasará con las jugadoras que no firman contrato, siendo sólo ocho las profesionales el resto quedaría amateur. La AFA todavía no puede responder todas estas inquietudes.

Para indagar en las cuestiones del nuevo proyecto planteado por las autoridades y sus límites, pondré en diálogo una experiencia etnográfica llevada adelante en el Club UAI Urquiza, donde tuve la posibilidad de entrenar con el primer equipo los primeros meses

de 2019. Durante los 4 meses de experiencia fui una jugadora más del plantel, entrenando todos los días, concentrando para los partidos, viviendo las charlas técnicas y las exigencias de su profesionalización. Creo necesaria la confrontación de una mirada a partir de la práctica, porque es allí donde se hacen evidentes las distintas posturas entre el discurso institucional, la negociación con sus participantes, la heterogeneidad entre las jugadoras y cómo fueron reconociendo la situación en las que estaban. Hablamos de diferencias al interior del equipo que se ven relacionadas con necesidades materiales muy concretas.

Primero, describamos qué es la UAI Urquiza y cómo llegué. El club se fundó el 21 de mayo de 1950 bajo el nombre de Club Atlético, Social y Cultural Ferrocarril General Urquiza. Su primer y único presidente hasta su reestructuración en 2009, fue Carmelo Santoro, quien propuso crear un club para la empresa ferroviaria entre los trabajadores. Así obtuvieron su primer terreno contiguo a la estación del tren en Villa Lynch para construir el estadio. El equipo competía en torneos no oficiales hasta que finalmente logró afiliarse a la AFA en 1970. Durante el 2009, tras tener problemas económicos, firmó un acuerdo y se fusionó con el Club Deportivo UAI que pertenecía a la institución privada, Universidad Abierta Interamericana (UAI). La asociación de las instituciones no sólo brindó apoyo financiero y organizacional a Ferrocarril Urquiza, sino que también le proporcionó mejoras imprescindibles en las instalaciones, como la posibilidad de un nuevo terreno de entrenamiento ubicado en Tristán Suárez llamado Rancho Taxco. Así, el nuevo club pasó a llamarse Deportivo UAI Urquiza, combinó los escudos para crear uno nuevo y fusionó el bordó tradicional de la UAI con el celeste y blanco del club Ferrocarril (Garton, 2019).

También, la fusión estuvo acompañada de mejoras a nivel deportivo. En su temporada inaugural 2009/2010, el equipo salió campeón del torneo y logró la promoción a la Primera C por primera vez en su historia. Luego en la temporada 2012/2013 ascendió a la Primera B metropolitana, donde se encuentra actualmente el equipo masculino. Mientras otros clubes dependen principalmente de los ingresos advenidos por la cuota de sus socios, derechos televisivos, la venta de indumentaria y entradas; el club Deportivo UAI Urquiza además cuenta con el respaldo de la universidad. Esta unión con la universidad abre la posibilidad a sus jugadores de estudiar en sus instalaciones, promoviendo el deporte y la educación: “La finalidad es cubrir las falencias de la carrera deportiva de los atletas de alto rendimiento, dándoles una formación universitaria que los

integre social y culturalmente durante y una vez finalizada su carrera deportiva”¹⁷ Es el caso del kinesiólogo actual de la Primera masculina que fue jugador del club habiendo finalizado sus estudios en dicha institución. Lo que diferencia a UAI Urquiza de los demás equipos universitarios es que todos los deportes son disciplinas federadas y, además, los equipos del club no compiten en ligas universitarias, ni todos sus jugadores son estudiantes de ella. De todos modos, lxs deportistas de la Primera división de cada disciplina tienen la oportunidad de estudiar siendo becadxs.

Con respecto al femenino, la UAI Urquiza es uno de los pocos equipos que ha ganado el torneo de Primera A. La Guerreras, como se suele llamar a sus jugadoras, tienen cinco campeonatos: 2012, 2014, 2016, 2017-18 y 2018-19 y han obtenido el tercer puesto en la Copa Libertadores Femenina en el año 2015. Al igual que en muchos otros clubes, el fútbol femenino no surgió de un día para otro, ni tuvo las mismas “oportunidades” que los equipos masculinos. Cuenta Gabriela Garton en las páginas de su libro una anécdota sobre cuál fue el impacto que generó el fútbol femenino entre la comitiva del club. Al parecer, en medio de las discusiones por el futuro de la disciplina, uno de los dirigentes dijo: “Que vayan a lavar los platos” (Garton, 2019:79). Esta expresión, cargada de un machismo exponencial, hacía referencia al hecho de que las mujeres no podían ni debían jugar al fútbol; sus tareas estaban relacionadas con los quehaceres domésticos, criando y cocinando para sus hijxs. Sin embargo, la institución decidió continuar con la iniciativa. En 2008 y 2009, durante sus primeros años de competición, el equipo terminó en las últimas posiciones de la tabla. A partir de 2010, comenzó con un ascenso notable y ya en 2011 competía por el tercer puesto del campeonato. Con la idea de conseguir la copa, el club comenzó a ofrecer viviendas para aquellas que venían del interior del país y en algunos casos, oportunidades laborales dentro de las instalaciones de la universidad, sea un puesto administrativo o de limpieza. A medida que Las Guerreras iban ascendiendo en la tabla de posiciones, el club aumentaba su apoyo para la disciplina otorgando viáticos mensuales, agrandaba el cupo de alojamiento y ofrecía más oportunidades laborales y educativas. Así es como muchas jugadoras optaban por jugar en la UAI Urquiza antes que cualquier otro equipo. Garton lo describe como una suerte de meca nacional, como un objetivo soñado para las jugadoras (2019:82).

¹⁷ Sitio web de UAI Urquiza: <https://www.uaiurquiza.com/el-club/historia/>

Un compañero de trabajo me consiguió una prueba en el club. Fui sin dudarlo, pensando que iba a quedar como anécdota: “Yo entrené un día con el primer equipo de la UAI Urquiza”. Era sábado 11 de enero de 2020, me citaron en Rancho Taxco a las 9am y me acompañó mi papá con mi compañero de trabajo. Llegamos y el predio estaba vacío. Recién a la media hora empezaron a llegar colectivos con jugadorxs. Apareció el DT, pero enseguida se metió al vestuario y no salió por un buen rato. Después, pasó el preparador técnico y las jugadoras, las cuales reconocí al instante. Vestidas de civil, caminaron hasta la otra punta del predio y se metieron en un edificio blanco del fondo que tenía las iniciales “UAI” en bordó y unas líneas celestes que lo decoraban. Era un vestuario porque a los pocos minutos las chicas fueron saliendo con la vestimenta del club, listas para entrenar. Enseguida salió el DT y con cara de nada me dijo que fuera con la Primera. Atravesé el predio, sola, hasta el círculo en el que estaban reunidas las jugadoras. Llegué, saludé, me senté entre dos de ellas y me puse a hacer la actividad: planchas y abdominales.

Enseguida nos separaron en conos e hicimos ejercicios de control de pelota: conducción en velocidad, pisadita de costado, enganchar con derecha y con izquierda. Después, tras una charla motivadora del DT, nos separaron en dos equipos de 11 para arrancar un ejercicio dentro de la cancha. Yo me quedé afuera mirando, o esperando a que me tocara el momento de entrar. La pelota arrancó a moverse y quedé impactada con el nivel de las muchachas. Había visto partidos por televisión, jugadas en las redes sociales, pero fue diferente: velocidad, precisión, potencia. A los pocos minutos de haber arrancado, el entrenamiento se volvió un griterío. Comentarios dentro de la cancha entre las jugadoras y contra el DT, puteadas, gritos, enojos. El hombre levantó la pelota del piso, frenó todo y nos mandó a correr. Formamos en la línea del fondo de la cancha de rugby e hicimos pasadas de 100 metros, en 20 segundos, durante 20 minutos. La cancha estaba mojada y seguíamos con los botines puestos; nos quedábamos enganchada en el piso y el esfuerzo de las piernas era el doble. Luego, las jugadoras se fueron al vestuario y yo me quedé afuera esperando. La primera chica que salió, ya cambiada, se acercó y me llevó a donde íbamos a comer. Luego, se me acercó el DT y me dijo: “Martina, ¿El lunes volvés?”. Y así terminó mi primer día en la UAI.

Durante los cuatro meses que entrené con la Primera, puede notar varios aspectos de la institución. La UAI Urquiza no tenía un plantel grande: la primera contaba con un equipo de 25 jugadoras de entre 20 y 30 años, y luego la reserva con chicas muy jóvenes, menores

a los 16 años que estaban recién incursionando en la disciplina. Existía una diferencia enorme entre ambos planteles y si llegabas siendo nueva, como lo era en mi caso, no había un punto intermedio, ni futbolístico ni físico, para hacer la transición. Fue en uno de los entrenamientos que llegó otra chica que venía del Club Atlético Lanús a probarse. Se hacía llamar Ailu, tenía 27 años, jugaba de delantera, vivía en Villa del Parque y trabajaba como repartidora de moto. Me habló de ella: había jugado dos campeonatos en Lanús, formaba parte de la Selección de fútbol de playa y que anteriormente jugaba al futsal. También, me contó que ese torneo (2019) no lo había podido jugar porque una semana antes de firmar contrato con el Granate, se le canceló sin motivo alguno. Contó que sólo seis jugadoras habían sido contratadas y que algunas no lo merecían: una había firmado porque no tenía obra social y “no tenía dónde caer muerta”, otra porque venía del sur del país, a otra chica “le gustaba la joda y el *escabio*” y dijo que no sabía por qué la habían elegido, y así sucesivamente. Le pregunté cuánto iba a cobrar al firmar el contrato, a lo que me respondió que todas tenían un sueldo de 15 mil pesos. Me ofreció de irnos a Argentinos Juniors porque allí los horarios de entrenamiento eran más flexibles y cabía la posibilidad de trabajar.

Empecé a notar lo sacrificada que es la profesión del fútbol. Un trabajo que implica muchísimas cosas extracurriculares. Porque no es únicamente ir a entrenar, sino que es ir a Ezeiza donde queda el predio, comer y alimentarte bien, descansar, volver y tener que ir a trabajar porque la plata que provee hoy en día el fútbol no alcanza. Las chicas viven para el deporte, y el deporte no vive para ellas. Ganan 15 mil pesos, estudian, trabajan; porque saben que todavía no se puede vivir del fútbol, pero sin pretextos el fútbol les exige todo. En el caso de la UAI, al proveerlas con una vivienda y comida, muchas pueden dedicarse únicamente a la disciplina, pero el problema es que no todos los acuerdos con sus jugadoras son iguales y cada una tiene una necesidad material diferente. En una ocasión, una de las chicas me contó que estudiaba para ser profesora de educación física en la universidad del club y que anteriormente, cuando jugaba en Boca Juniors, cursaba en otra. Esa fue una de sus razones por las que emigró al Furgón: por la posibilidad que le daba el club para estudiar. Trabajaba en Recursos Humanos de dicha institución y luego iba a entrenar. Ella era una de las jugadoras que se alojaba en los departamentos que brindaba la institución. También me contó que había otra jugadora que trabajaba con ella, pero en el local vendiendo indumentaria deportiva. Dijo que se les hacía difícil, pero que las apoyaban desde la universidad con los horarios, con las llegadas tarde y demás.

Terminada la pretemporada, el quipo comenzó a prepararse para lo que quedaba del campeonato. La UAI se cruzaba con Racing Club de Avellaneda en la primera fecha y los entrenamientos fueron más puntuales y exigentes. Jugamos contra las inferiores de hombres y el DT iba frenando el partido y marcando las posibles jugadas. Practicamos los tiros libres y luego el DT nos dio una charla motivadora de cara al sábado. Fue una experiencia única: les hablaba de supuestas tácticas o el posible juego de Racing. Y después hizo referencia a la UAI como institución, las posibilidades que les brindaba y lo afortunadas que se debían sentir al vestir su camiseta. Llegó el sábado 8 de febrero y el partido se disputó en el Estadio de Villa Lynch. Yo fui como espectadora con algunas otras jugadoras que tampoco habían concentrado. Me ubiqué en la tribuna y me quedé hablando con una de las jovencitas de la reserva que tenía 17 años. Me contó que a las chicas de la reserva no se las becaba en la universidad del club y que a ella le quedaba muy lejos la sede para estudiar allí. También me contó que era una de las primeras jugadoras que se incorporó a la reserva y que recién ahora, el club comenzaba a poner atención en aquella categoría. La mayoría de las chicas tenían entre 15 y 16 años y todavía asistían al colegio.

Uno de los temas que me tocó vivir en la UAI fue en relación con los premios, un incentivo económico que se les otorga a lxs jugadorxs por su desempeño en los partidos oficiales, además del sueldo. Parecía que la UAI les debía dinero y el DT las citó para informarles que no podían estar pendientes de aquel inconveniente segundos antes de disputar el encuentro. El hombre aclaró que los premios les pertenecían y que el club se los debía, eso no lo negaba, pero la charla hacía referencia a la concentración. Les exigía tener la cabeza en la disciplina. Decía que el club intentaba “hacer lo posible”. Frente a los reclamos del hombre, una de las jugadoras apodada “La Tucu¹⁸” reprochó su discurso y dijo que les era muy difícil no pensar en aquello. La institución venía amagando con el dinero desde la primera fase del campeonato y que, al regresar del receso en enero, iban a recibir el monto correspondiente en cada caso. La jugadora hablaba del “conformismo” haciendo referencia a que esos premios le correspondían. Puso un ejemplo claro: si les daban una nueva camiseta de fútbol, ellas debían conformarse con aquella actitud del club que las beneficiaba con una nueva prenda; si les proporcionaban desayunos debían

¹⁸ Los nombres utilizados en el relato de la etnografía son inventados, para no exponer a las jugadoras.

agradecer, y a la hora de recibir lo que les correspondía, no podían quejarse. El DT hablaba como si fuese un dirigente diciendo que el club cumplía con lo que podía y que sólo era el caso de Boca Juniors que tenía los pagos al día. Dentro de los discursos de las chicas, había heterogeneidad. Muchas jugadoras apoyaron al entrenador e hicieron hincapié en que no debían perder el objetivo del campeonato. Con respecto a los pagos, el DT insistió con que no dependan de aquella plata y contó su experiencia personal y la comparó con la institución “honorable” que era la UAI. Cuando jugó en Tristán Suarez no le pagaron los sueldos y tardaron más de 5 meses en ver el dinero, luego cuando viajó a Italia le debieron premios y sueldos enteros pero que él le agradecía a la institución y por eso no reclamó. “Yo no dependo del dinero, a mí me corresponde”, le dijo Paola, una de las chicas.

También, se habló de una falta de comunicación. Los dirigentes no se acercaban a conversar con las jugadoras, no les explicaban la situación del club, sólo les prometían cosa a través de mensajeros que luego no cumplían. No me sorprendió que las chicas que reclamaron eran aquellas con mayor experiencia y años en el fútbol. Cansadas de que las ignoren y las pasen por encima, fueron las primeras en exigir lo que les correspondía. Había otras que no opinaban o no querían ir al choque con la institución. Es probable que las “ventajas” o “comodidades” que les ofrecía el club a muchas de ellas, generasen un vínculo o dependencia que las obligaba a conformarse con lo que les daban.

Durante los siguientes entrenamientos, el tema continuó. La capitana nos juntó en el vestuario para hablar sólo entre jugadoras. Allí pude ver las distintas posiciones que había en el equipo. Las jugadoras querían todas lo mismo, pero algunas estaban decididas a hacerlo notar, otras preferían evitar el choque; allí era donde se generaba la tensión. La capitana habló de que nunca habían recibido nada, que los beneficios estaban apareciendo recién ahora con la profesionalización y que debían continuar jugando como lo hicieron siempre: “qué puedo hacer yo con los premios, qué podemos hacer nosotras si nos dicen una fecha y no la cumplen”. Nuevamente “La Tucu” resaltó que ella no iba a jugar más o menos si le pagaban los premios, pero que le era una decepción. El dinero se les iba a otorgar en dos pagos, en enero y marzo. La suma incluía un retraso de 7 meses del 2019, más lo acumulado del 2020. De repente, tocaron la puerta del vestuario y apareció el preparador físico diciendo que el DT estaba enojado porque no salíamos a la cancha. Nos ubicamos en un círculo y arrancó nuevamente con el tema. Apuntó contra Paola, una de las chicas que encabezaba las protestas contra el club. Le dijo que no era profesional

demandar cosas si ella no cumplía con sus obligaciones como jugadora (había faltado al entrenamiento anterior sin avisar y llegaba tarde a las prácticas). Volvió a referirse a los premios e hizo hincapié en que no podían desconcentrarlas de sus objetivos.

A partir de aquel día, comencé a viajar con Paola a Ezeiza. Poníamos un punto de encuentro y la pasaba a buscar para llevarla a Ezeiza. Sin preguntarle nada, escupió quejas y reproches hacia el club. Se descargó. Dijo que la institución se excusaba con el hecho de no tener plata pero que ellas se enteraban por jugadoras de otros equipos que el dinero de AFA era entregado a todas las instituciones. Cada jugadora con contrato recibía 3 mil pesos por partido ganado. Luego, estaban los arreglos por goles o asistencias en cada situación particular. Con 7 meses de deuda, el club les debía más de 30 mil pesos a cada una. Frente a esto, también estaba el problema de las jugadoras que no tenían contrato. Al parecer, el DT se le había acercado a la capitana para preguntarle cómo iba a hacer con aquellas jugadoras que, al no tener un contrato, no recibían premios, y le aconsejó que ella recibiera la plata de todas y que dividieran el monto en partes iguales entre las jugadoras del plantel. Paola estaba enojada con la institución. Me decía que, si el club se creía profesional, la plata debía ser depositada en el banco como correspondía y no tener que andar pidiéndosela a la capitana. Además, me decía que el problema de las jugadoras sin contrato era un tema que la institución tenía que solucionar. Ella me explicaba que cada chica había arreglado algo diferente, por ejemplo, algunas prefirieron no firmar contrato para quedar libres en julio y no quedar atadas a la UAI. Paola decía que dependía de cada arreglo, y que ahora les aconsejaban repartir el monto de los premios entre todas.

Por la Copa Libertadores Femenina, los clubes reciben dinero al clasificar, luego por pasar a octavos, a cuartos y así sucesivamente. La jugadora dijo que no vieron ni un peso de aquella histórica clasificación de 2019 y menos aún en las anteriores. Los auspiciantes también eran un factor importante. Una vez se acercó Sport Club para pedirle a ella y a otra compañera una publicidad. El club no les permitió realizar el acuerdo debido a que tenía un contrato con Megatlon. Muy enojada me dijo: “Megatlon es el *sponsor* de los hombres, nosotras no tenemos ningún beneficio por ese acuerdo”. Hablamos del fútbol masculino. Dijo que, ni bien finalizaban los encuentros de los hombres, se les pagaban los premios en el vestuario. La inequidad que viví en el club entre equipos era evidente. Si ambas categorías compartían el predio, la prioridad era de ellos: iban al vestuario oficial y las mujeres teníamos que ir a uno alejado, sin duchas ni bancos. “Si es por lo

hombres, a la UAI no lo conoce nadie. Las mujeres somos las que le dimos reconocimiento”.

La lucha por los premios continuó. Nos juntamos en el vestuario, esta vez post entrenamiento para que no nos reclamen la pérdida de tiempo. La capitana mencionó que Eduardo Pinella, presidente de la UAI, al día siguiente iba a entregarle el dinero y las jugadoras debían decidir qué hacer con las chicas que no tenían contrato pero que habían jugado durante esos 7 meses de deuda. Paola tomó iniciativa en la discusión y habló de que el club se lavaba las manos y dejaba que ellas solucionaran un problema que no les pertenecía. Luego, habló otra de las referentes diciendo que todas habían ayudado a conseguir victorias, sea en los entrenamientos o en el torneo. La mayoría creía que el dinero debía ser repartido en partes iguales a todo el equipo y las que no coincidían, tampoco se animaban a decir lo contrario. Todo finalizó con la división de los premios entre todas. En aquella charla escuché frases como: “no podemos hacer nada, el club siempre gana” o “no nos quejemos, antes estábamos peor”.

Luego de aquel entrenamiento tuve la posibilidad de hablar con Yani, una de las chicas que no tenía contrato y sólo cobraba dinero para cubrir los gastos del transporte. Ella me comentó que la situación le era muy incómoda, me decía que estaba dispuesta a no recibir el dinero con tal de que el equipo no discutiera. El año pasado había trabajado durante 8 meses como preparadora técnica de Las Guerreritas, el equipo de reserva de la UAI. Cuando decidió enfrentar al presidente del club, éste le dijo que le faltaba corazón: “yo no voy a trabajar gratis. Hoy entreno con la primera, después me quedo con la reserva y no veo ni un centavo. Le dije a Pinela que me pague 10 mil pesos por jugar en la primera y otros 10 mil por entrenar a Las Guerreritas”. Para aquel entonces, la reserva ya tenía una nueva preparadora técnica recientemente contratada.

El 5 de marzo conocí a Ricardo Pinela, vicepresidente del club. Fue a Rancho Taxco porque tenía que hablar con las jugadoras. Lo recibimos sentadas en el vestuario, en silencio. A las chicas les figuraban 11 pesos en los aportes y varias de ellas habían ido a quejarse o simplemente a preguntar qué estaba pasando. Vino acompañado por una mujer que, al parecer, era su sobrina y mano derecha. Vestía una chomba, un pantalón largo de traje y zapatos de vestir. Pinela explicó que al club no le correspondían los aportes de las jugadoras, sino que ese era un tema de AFA. Primero, dijo que las jugadoras profesionales no eran trabajadorxs comunes, sino que pertenecían a un grupo diferente, “especial”, en

donde los aportes se les pagaban al final de su carrera. También, habló de un decreto que estaba en proceso de modificación (El Decreto 231/2019)¹⁹ que tocaba el tema de los futbolistas y su condición con los aportes. En palabras de Pinela, el club no podía hacerse responsable, porque la AFA era la que retenía el dinero, junto con el gremio. Muchas de las chicas le preguntaron, pero el presidente repetía que toda la información estaba en aquel decreto: “se los traigo para que lo vean” decía una y otra vez.

Y los contratos. Cada jugadora había arreglado algo diferente con la institución. Algunas tenían un contrato de 15 mil pesos, más premios y viáticos. Otras decidieron no firmar para quedarse en situación de “jugadora libre” y no depender del club si decidían irse. Estas jugadoras eran remuneradas a través de un acuerdo con la institución, pero no dependían de las condiciones dispuestas en un contrato. Muchas se encontraban en libertad de negociar una próxima contratación con cualquier otro club que dispusiese de una mejor oferta en el mercado de pases. Luego, quedaban varias chicas sin acordar y eran únicamente retribuidas con dinero para cubrir los viajes. Paola jugó en la UAI antes de la profesionalización durante 8 años, a lo que me decía que aquel “contrato de corazón” que tanto exigía el DT para calmar las aguas, ella lo había dado durante muchos años. También me contó que jugó en Brasil, Israel, Ucrania, y que le pagaban todo: sueldo, viáticos, alojamiento y en algunos casos, comida.

Durante un viaje rumbo a Ezeiza, Paola me contó de sus aventuras jugando en el exterior. Cuando jugó en Israel alojó a una amiga de Argentina y trabajaban limpiando casas: “Nos hicimos ricas”, me decía, “Nos recorrimos todo Europa”. Después, una oferta en Ucrania. Aquella experiencia no había sido buena: no le pagaron, no la cuidaron como jugadora internacional y terminó haciéndoles un juicio. Volvió a la Argentina y le salió una nueva oferta en Rusia. El mejor contrato de su vida. Era en Siberia, le pagaban dependiendo el clima, es decir, su sueldo aumentaba en base a los grados, cuanto más frío, más dinero. Para la siguiente temporada la volvieron a contratar, hizo la pretemporada en un *all inclusive* en Turquía, pero la firma no prosperó porque le exigían declarar que la

¹⁹ Establece un procedimiento especial para el ingreso de los aportes y contribuciones con destino a la seguridad social correspondientes a los jugadores de fútbol, miembros de los cuerpos médicos, técnicos y auxiliares que atiendan a los planteles que practiquen fútbol profesional en cualquier categoría y al personal dependiente de la Asociación del Fútbol Argentino y de los clubes que intervienen en los torneos organizados por dicha Asociación en las entonces divisiones Primera “A”, Nacional “B” y Primera “B” (el “Régimen Especial”).

temporada jugada en Ucrania había terminado sin problemas. Ella no accedió. Allí fue cuando volvió a su país y entró en la UAI Urquiza. Pensaba irse nuevamente en julio.

El breve recuadro que hice de mi experiencia en el club de Villa Lynch sirve para mostrar las heterogeneidades dentro del equipo. Si bien todas las jugadoras reconocen el progreso en la conquista por sus derechos, existe la articulación de un pensamiento de determinadas jugadoras que buscan continuar con la línea en las luchas históricas por un fútbol femenino más igualitario, y otras que no se involucran con aquellas causas. Reconocen que sus derechos fueron vulnerados, pero naturalizan el hecho de estar en condición de desigualdad. En lo relatado, podemos ver cómo algunas de las chicas prefieren callar en las disputas con el club, ya sea en los conflictos burocráticos o en la marginalización que sufren las mujeres con respecto al equipo masculino. Sin embargo, es importante aclarar que muchas de ellas están atadas o dependen de necesidades materiales muy concretas que el club dispone, siendo un factor fundamental a la hora de alzar la voz contra la entidad que las retribuye con un techo, alimentos, dinero, transporte y posibilidades. Otro factor importante es la inexperiencia de muchas de las chicas del plantel, recién llegadas del interior y con pocos años de trayectoria “profesional” que se encuentran en situación de vulnerabilidad. Chicas que son contratadas por la UAI en el nuevo ciclo semiprofesional, que anteriormente jugaban en ligas y clubes amateurs, y el simple hecho de formar parte de tal institución las deja fuera de discusión. Una suerte de conformismo por lo que consiguieron. “No nos quejemos, antes estábamos peor”.

Comenta Garton (2019) que, en las primeras décadas del siglo XX, antes de la profesionalización del fútbol, los clubes comenzaron a implementar estrategias de “marronismo” para atraer jugadores con incentivos económicos. Algunos dirigentes ofrecían trabajos no relacionados con el deporte u ofrecían viáticos para cubrir las comidas y el transporte. Hoy en día para las jugadoras del fútbol en la Argentina, a pesar del auge con su semi profesionalización, sigue existiendo un marronismo que se manifiesta de varias maneras: se utilizan viáticos, premios monetarios y otras estrategias para atraer y mantener deportistas en las instituciones. Los dirigentes de los grandes clubes siguen defendiendo el amateurismo como única forma de conservar los valores originales y el espíritu de amor y pasión por la disciplina. Junto con River Plate y Boca Juniors, la UAI Urquiza se encuentra entre las instituciones que más propagan las prácticas del marronismo características de los primeros años del fútbol argentino. A través de la asignación de becas, alimentos, viviendas y posibilidades laborales; el club

logra mantener y atraer jugadoras. Si bien la profesionalización obligó a que los clubes dispongan de un mínimo de ocho contratos por equipo, el fútbol sigue en un estado de transición y la línea entre el marronismo y el profesionalismo todavía es borrosa; más aún con la convivencia de jugadoras contratadas y amateurs en el mismo plantel.

Para Moreira y Garton, existen dos grandes mecanismos de disciplinamiento frente a las mujeres que protestan por las desigualdades latentes dentro del fútbol femenino: el silenciamiento y la estigmatización. En la actualidad con la oleada de demandas tanto de las deportistas como de los movimientos feministas por la búsqueda de la equidad, se realizaron algunos cambios relacionados con el reconocimiento material (la profesionalización) y al reconocimiento simbólico (cobertura en los medios de comunicación y la publicidad). Creen que el prejuicio de “machona” estaría siendo reemplazado por nuevos estereotipos. Recordemos que hace no mucho tiempo, las mujeres que decidían jugar al fútbol eran estigmatizadas como “lesbianas y marimachos” debido a que no cumplían con el modelo estándar de una deportista, y mucho menos con el de una mujer. Ahora, “quilombero” sería el nombre que se utiliza para descalificar a las deportistas que presentan reclamos para mejorar las condiciones de la disciplina. También, “desagradecida” como adjetivo utilizado para describir a aquellas mujeres que no “valoran” las posibilidades que les brindan los clubes, y todavía exigen más (Moreira, Garton 2021:6).

Paola, siendo una de las jugadoras que alzaba la voz y generaba controversias dentro del plantel, era categorizada como “quilombero” y “desagradecida”. Fue el día después de una de las discusiones entre las chicas por el dinero de los premios, cuando el DT disparó contra ella haciéndole saber que no era ético exigir respuestas al club cuando ella no cumplía con sus obligaciones como jugadora. El hombre hacía referencia a que la jugadora llegaba tarde a los entrenamientos y que había faltado, sin aviso previo ni justificación. Además, en uno de los tantos viajes rumbo a Tristán Suarez, Paola hizo una fuerte descarga contra el entrenador y lo acusó de un supuesto resentimiento que le tenía: creía que era la única que le decía las cosas de mal modo y que eso repercutía en su titularidad. “La excusa de que estoy excedida de peso no me la creo”, porque decía estar haciendo una excelente pretemporada y que, en el partido disputado durante aquel fin de semana contra Racing, había entrado una jugadora que tampoco estaba en sus condiciones óptimas. Explicó que durante el torneo pasado había terminado con dos goles menos que la delantera titular, pero que aquella jugadora a la que hacía referencia era *pilla* y en las

discusiones con el club no emitía comentarios. El mecanismo de disciplinamiento empleado contra Paola era mediante el banco de suplentes. El cuerpo técnico creía que no estaba en sus mejores condiciones, ya sea por su peso o desempeño en las prácticas, y no la elegían para jugar. Cabe aclarar que la mayoría del plantel todavía no recuperaba su óptimo rendimiento debido al receso que habían tenido durante diciembre. Con respecto al DT, lo describió como una persona que no confrontaba a la dirigencia. Puso el ejemplo del entrenador anterior a quien habían desplazado por los constantes desacuerdos con la dirección.

Algo similar ocurrió en la Selección argentina. Es el caso de Estefanía Banini, una de las mejores jugadoras del fútbol argentino de la última década, que junto con Ruth Bravo y Belén Potassa, expusieron sus diferencias con el cuerpo técnico de la Selección en un comunicado y quedaron relegadas de la lista de jugadoras convocadas para los Panamericanos Lima 2019. Gran parte de las chicas del plantel estaban en desacuerdo con los métodos del entrenador, Carlos Borrello, con la falta de comunicación que había y coincidieron en que necesitaban otra conducción. Buscaron reunirse con el presidente de AFA, pero esto nunca ocurrió. En cambio, se llevaron la gran sorpresa en la lista publicada con las 20 preseleccionadas para los Panamericanos, donde el nombre de la capitana Estefanía Banini y las otras dos referentas no aparecieron. Todo empeoró cuando se publicó la lista definitiva, con la confirmación de que ninguna de las tres jugadoras estaba citada. A ellas se sumó la baja de Florencia Bonsegundo quien, en solidaridad con sus compañeras, decidió abandonar la convocatoria.

El mecanismo de disciplinamiento fue a través del silenciamiento y la expulsión. Tanto Banini como sus compañeras fueron relegadas y alejadas de la Selección por alzar la voz y protestar contra la dirigencia. En una entrevista realizada por Natalia Madera y Santiago Lucía en Radio Nacional Rock, la capitana habló del conflicto: “A una Selección no se renuncia. Se renuncia a los malos tratos, a la mala organización, a cuestiones internas; pero hay que seguir luchando para que cambien realmente”²⁰. La actual jugadora del Atlético de Madrid también habló sobre la reciente renuncia de una de las asistentes técnicas de la Selección, Analía Hirnbruchner, quien estaba en su puesto desde 2017. Su decisión fue expresada a través de un comunicado en su cuenta de Facebook donde aclaró: “Quiero emitir a través de este comunicado mi decisión de dejar de ser parte del proyecto

²⁰ <https://www.radionacional.com.ar/estefania-banini-en-todo-en-juego/>

junto a Carlos Borrello. Dejando claro el motivo a través de este medio: no estar de acuerdo con el estilo de liderazgo, formas y modos de conducción, entre otros, por parte de quién encabeza y conduce nuestro equipo de trabajo”. En la entrevista de Radio Nacional, Banini dejó en claro que se necesitan testimonios y relatos que demuestren el verdadero estado de la cuestión: “Si nos seguimos callando, pasan los años”. Sin embargo, el mecanismo de disciplinamiento es evidente. Las mujeres que deciden exponer sus diferencias son sancionadas y así, el silenciamiento se sigue reproduciendo. Hacia el final de la entrevista, la jugadora habló sobre el rol de la mujer y la importancia a la hora de ocupar los cargos en la dirigencia. Si no hay mujeres que representen sus derechos, no hay cambios que favorezcan al fútbol femenino. Cada institución tiene una situación económica y política particular, con luchas internas por acceder a las comisiones directivas en busca de representación.

En este contexto, Gimnasia y Esgrima La Plata creó un área de género en 2018 ocupado por hinchas mujeres y socias, que tienen por objetivo erradicar el machismo estructural del club y transformar los espacios deportivos y sociales. Para ello, Julia Hang llevó a cabo un análisis de corte etnográfico, donde combina entrevistas con las mujeres que forman parte del área y observación participante en reuniones, partidos, marchas y eventos organizados por el club. Su trabajo tiene como objetivo analizar los modos en que un colectivo de mujeres feministas se organiza políticamente dentro de un club de fútbol. Hang describe que el bajo porcentaje de mujeres que participan en la conducción de los clubes es un denominador común en casi todos los casos. El artículo 20bis de la Ley del Deporte²¹ impone a las asociaciones civiles deportivas un mínimo de 20 por ciento de mujeres y personas jóvenes de entre 18 y 29 años. La autora describe que en los clubes que disputan el torneo de Primera División, sólo el 6.7% tienen mujeres en cargos representativos. Entre ellas, una es presidenta, una es vicepresidenta tercera y el resto son secretarías de actas, vocales suplentes, revisoras de cuentas y demás. La creación del área de género en Gimnasia y Esgrima La Plata prosperó con la ayuda de la agenda de género

²¹ Artículo 20bis de la Ley del Deporte: “Artículo 20 bis: Las listas que se presenten para la elección de los/las integrantes de la Comisión Directiva en las asociaciones civiles deportivas de primer grado del Sistema Institucional del Deporte y la Actividad Física, deben tener entre los candidatos a los cargos titulares a elegir, un mínimo de veinte por ciento (20%), en conjunto, de mujeres y de personas jóvenes entre dieciocho (18) y veintinueve (29) años de edad, que reúnan las condiciones propias del cargo para el cual se postulen y no estén comprendidos en alguna de las inhabilidades estatutarias”

en el debate público y un hecho clave: las denuncias de abusos sexuales en las inferiores del Club Atlético Independiente que salieron a la luz a principios de 2018. Sensibilizados por la situación, los dirigentes del Lobo creyeron importante poner atención a este tipo de cuestiones. De esta forma, Hang describe la constante tensión vivida entre el área de género y los dirigentes, en un territorio históricamente dominado por hombres: “Las pibas comprendieron que, para sobrevivir políticamente en un club de fútbol, hay que conciliar. Si los dueños de la política en los clubes argentinos fueron siempre los profesionales liberales, los empresarios y los barras, las mujeres que buscan disputar poder allí, ponen a jugar sus capitales políticos adquiridos en los espacios del feminismo” (Hang, 2020:83).

Al igual que muchos otros clubes en la Primera División del fútbol femenino, la UAI Urquiza no contaba con un área de género ni departamento que defendiera sus intereses. El único apoyo que tenían las jugadoras cuando entrené era el de una psicóloga deportiva (recién ingresada hacía un mes) que luego fue desvinculada debido a la situación económica de la institución, que tuvo que definir sus prioridades dentro del cuerpo técnico. Si bien la licenciada aparecía con poca frecuencia en las prácticas, participaba de un rol importante con las chicas que todavía no habían terminado la escuela. Se acercaba a preguntarles cómo se estaban organizando y si necesitaban ayuda. Como desarrollé a lo largo del trabajo, los conflictos burocráticos y personales que tenían las jugadoras estaban mediados por el DT, y en el caso más extremo, con el vicepresidente de la institución. Esto llevaba a que muchas de ellas quedaran expuestas si decidían reclamar sobre sus condiciones laborales, como pasó con el caso del equipo; o mismo que eligieran callar cualquier situación de violencia de género o desigualdad.

El análisis llevado a cabo por Julia Hang muestra cómo en los últimos años se fueron creando espacios dedicados a trabajar las cuestiones de género, tales como los cupos femeninos en las mesas de debate, las violencias y los machismos. Pero a su vez, muestra la dificultades que tienen estas áreas para corromper o transformar dichas estructuras sociales e institucionales que se relacionan con el fútbol. La autora cuenta, cómo dentro del área de género del club analizado, se fueron configurando dos posturas con el correr del tiempo, generando distintas opiniones y perspectivas entre las mujeres. Entonces, no se trata únicamente de una negociación y articulación constante con los dirigentes de la institución, sino que además al interior del espacio surgen distintas posiciones heterogéneas que influyen en la toma de decisiones, como lo ocurrido en el plantel de la

UAI Urquiza. Hang habla de una identidad en torno a la categoría de “feminista tripera²²”, que fluctúa entre quienes se definen hinchas antes que feministas o viceversa. Así, el objetivo de erradicar el machismo del club combina dos lógicas políticas: las del mundo del fútbol y las del feminismo (Hang, 2020). Ambas identificaciones entran en tensión y contradicción, a medida que el deporte se convierte en el centro de la desconstrucción de género.

El feminismo busca romper con los estereotipos sociales, cuestionar el binarismo en el deporte y ampliar el horizonte de posibilidades de mujeres. Este proceso se combina con la desconstrucción del fútbol en sí mismo, que incluye denunciar las violencias en las hinchadas, cuestionar la desigualdad existente en las condiciones en las que los hombres y mujeres juegan y entrenan al fútbol, exponer la falta de voces femeninas en las mesas de debate. Es aquí, donde el proyecto comienza a encontrar sus limitaciones y empieza la disputa hacia la definición de un fútbol feminista. La conversión generada en el ámbito del fútbol practicado por mujeres da cuenta de que, a pesar de los cambios sociales de los últimos años, la identificación de las jugadoras con el movimiento feminista continúa siendo problemática. En el caso de Paola, vocera de las protestas en la UAI Urquiza a favor de sus derechos como jugadora, no se identifica fuertemente con el feminismo como práctica cotidiana. A partir de su reclamo por los derechos en el club, no se desprende su conciencia feminista, y mismo algunas de las jugadoras entienden esta identificación como problemática. Desde algunos sectores que practican un “fútbol feminista” el debate está instalado: “¿Es necesario cambiar el juego para poder disfrutar de él? ¿O es que se puede modificar el significado del fútbol para poder disfrutar de él?” (Álvarez Litke, 2020). Es posible cambiar el fútbol desde el feminismo o; siendo un campo históricamente masculino que reproduce un sistema hegemónico de valores dominantes, se debería hacer una reestructuración completa del juego, alterando todas sus significaciones y generando así un nuevo escenario. Cuánto se debe recortar y reestablecer para generar un fútbol distinto. ¿Seguiría siendo fútbol?

²² Apodo de la hinchada de Estudiantes y Esgrima La Plata: comenzó siendo para los futbolistas que, por la década de 1920, eran en su mayoría provenientes de las ciudades de Ensenada y Berisso, y quienes, en algunos casos, seguían trabajando en los mataderos (frigoríficos) que abundaban en esas ciudades. Al trabajar con "tripas" de animales, se les llamó "triperos".

Conclusión

En su libro *Guerreras: fútbol, mujeres y poder*, la arquera narra y describe el partido que vivió con UAI Urquiza por el tercer puesto de la Copa Libertadores Femenina 2015. Jugaban contra el equipo brasileño San José, el marcador iba a cerrar en un empate sin goles y los penales iban a definir quién se llevaba la medalla de bronce. Un penal a favor del equipo brasileño las puso en desventaja minutos antes de terminal. Luego, un gol inmediato de las argentinas cerró el partido. La serie se definió por penales, y Gabriela pudo atajar el último disparo que le dio el tercer puesto al equipo argentino: “Era el estadio más importante de Medellín, el Atanasio Giradot, las gradas vacías, sólo ocupadas por las jugadoras que esperaban para jugar la final luego de nuestro partido” describe.

El reciente Mundial 2019 fue un caso diferente. Las jugadoras volvían a la competición internacional luego de 12 años. Si bien las chicas no pasaron la fase de grupos, consiguieron los primeros puntos en la historia de la selección argentina en un Mundial. Los resultados fueron: un empate con la selección japonesa, una derrota ante la selección inglesa y una histórica remontada de un 3 a 0 que terminó en empate contra la selección escocesa.

“En el último partido yo me emocioné un montón. Algunas compañeras sentían amargura por que íbamos perdiendo 3 a 0. Con el primer gol comenzamos a creer que se podía. Después el segundo. Fue gracioso porque yo les había dicho a mis compañeras las ganas de gritar un gol que tenía. Veníamos sufriendo de dos partidos muy duros. Yo creo que el desahogo total fue en el tercero. Los otros dos fueron más un festejo reservado, pero el tercero fue... Yo creo que si el árbitro no cortaba el partido metíamos otro.”

Luego habló sobre la vuelta a casa donde las cosas habían cambiado.

“La vuelta fue increíble. La gente hablaba del fútbol femenino, pasaban los partidos en bares y la gente se quedaba mirando. Esas son cosas que para nosotras eran impensables hace dos años. Pensábamos que iba a ser vivido por las nuevas generaciones, no ahora. Fue inolvidable. Pero creo que el futuro todavía no llegó, sin duda vamos a tener que seguir luchando por mejores condiciones en los clubes, una profesionalización completa, mayor representación femenina en el periodismo deportivo...”

Y la lista sigue. El proyecto de profesionalización planteado por AFA tiene que ir acompañado de varios factores. No sólo implica contratos y dinero, sino que se necesita de una importante estructura que abarque todos los aspectos de la disciplina. Los clubes

necesitan generar nuevas divisiones que fomenten el fútbol juvenil, además de invertir en el plantel de primera. Todavía muchas instituciones no creen que el fútbol de mujeres sea lo suficientemente rentable. Hasta hace poco, las chicas jugaban con la vestimenta que sobraba del equipo masculino, los horarios de entrenamiento estaban organizados según la agenda de los hombres y a las jugadoras no les quedaba otra que ajustar sus jornadas a turnos nocturnos imposibles de efectuar. Pero como venimos desarrollando a lo largo de este trabajo, los clubes son una de las tantas instituciones que deberían cambiar. Por encima se encuentra el imaginario social argentino que todavía no se acostumbra a que el fútbol no es un terreno únicamente de hombres y que las mujeres pueden jugar, comentar e hinchar. Es necesaria una reestructuración de la posición que ocupa la mujer en la sociedad para desenmarañar los estereotipos que acompañan su imagen. Una revisión de conceptos y concepciones para cambiar la masculinidad hegemónica que se vive, todavía, en la sociedad y el deporte. Los hechos a lo largo de la historia muestran que la estructura jerárquica aún persiste: las mujeres siguen siendo marginalizadas y evaluadas desde un modelo hegemónico legítimo.

Existieron nuevas iniciativas por parte de AFA para fomentar la inclusión de las mujeres en el deporte. En septiembre de 2019 la Asociación de Fútbol Argentino presentó una nueva estrategia integral para 2021-2025. Dicho proyecto será la continuación del Plan Estratégico de Fútbol Femenino 2019-2022, el cual contemplaba como ejes principales: el desarrollo de la Selección Nacional, las categorías juveniles, el progreso de la infraestructura, capacitaciones y la disputa de competencias internacionales. Frente a esta iniciativa, el presidente de la comisión de fútbol femenino Jorge Barrios, declaró que el nuevo foco va a estar en los clubes locales: “Debemos tomar medidas para que los clubes inviertan más en fútbol femenino, y darle la visibilidad que se necesita para que siga creciendo”. El nuevo plan viene a reforzar aquellos logros obtenidos, pero también, incentivar un mayor crecimiento e inversión, la creación de categorías formativas para tener mayor equidad en el deporte y aumentar crecientemente la participación de mujeres en todos los sectores del fútbol.

La estrategia se resume en que a partir de la temporada 2021 los clubes que participan en el torneo de Primera A deberán registrar al menos 12 contratos profesionales (en el proyecto anterior eran 8). La progresión en la cantidad de contratos irá creciendo gradualmente durante los próximos años, exigiendo un total de 15 contratos profesionales para el 2023. Por otro lado, a partir del 2021 los clubes de Primera División deberán tener

un equipo de reserva con jugadoras menores a los 19 años. El aumento de las divisiones inferiores crecerá, ya que se espera que para el 2023 las instituciones deportivas cuenten con un equipo juvenil con jugadoras menores de 16 y otro con menores de 14 años. También, volvió a nombrarse la iniciativa de crear la Copa Federal para poder disputar a futuro la Supercopa Femenina, que vendría a ser un torneo anual -a partido único- entre los ganadores de la Primera A y la Copa Federal. La AFA exigirá, a partir de 2022, que todos los equipos de primera tengan un certificado de Licencias Nacionales para poder participar de la competición. Los objetivos de aquellas son para mejorar el funcionamiento del torneo, elevar el nivel de profesionalismo en la administración de cada club, fomentar la inversión e infraestructura para que sean adaptados a las necesidades de las jugadoras y promover los valores deportivos. El foco del nuevo proyecto hace hincapié en ampliar la base de jugadoras para construir un fútbol femenino con más mujeres. María Villagra, secretaria de fútbol femenino del club Lanús, destacó dos aspectos fundamentales del nuevo plan: “Hoy hay 22 equipos en Primera B y 16 en Primera C. Es un desafío proponerles un plan a corto, mediano y largo plazo en el que inviertan en fútbol femenino, formando juveniles. Lo mismo para las ligas del interior, hay mucho potencial que necesita ser visto y la Copa Federal representará una oportunidad”. De hecho, al generar la participación en el interior, muchas jugadoras decidirán quedarse en sus clubes de origen y fomentará a los de Buenos Aires a trabajar sobre sus reservas. Villagra va más allá de la iniciativa y declaró: “Hay que darles la oportunidad a las niñas y adolescentes de conocer algo que, quizás, pueda ser su profesión. Necesitamos una legislación nacional que acompañe a la revolución de fútbol femenino”.

También, desde el Ministerio de Turismo y Deporte, el área de Género y Deporte estaría llevando a cabo diferentes programas para trabajar y promover la equidad en el acceso, permanencia, desarrollo y representación de las mujeres. Durante el 2020, la exleona Inés Arrondo asumió como la primera mujer a cargo de la Secretaría de Deportes de la Nación en reemplazo de Diógenes de Urquiza, ex director de la Agencia Nacional de Deportes. La Secretaría estaría desarrollando distintas instancias de formación para todas las estructuras que sustentan al deporte, con el objetivo de transversalizar el enfoque de género e identificar y prevenir la violencia. Entre algunas se encuentra el programa “Abrir el juego: Estrategias para la erradicación de la violencia de género y la construcción de un deporte más justo”. Es un contenido creado por el Ministerio, Iniciativa Spotlight,

ACÁ (Asociación de Cultura, Arte y Educación) y La Nuestra Fútbol Feminista, que tiene como objetivo aportar ideas, recomendaciones, reflexiones para guiar el proceso de transformación colectiva. Consiste en un kit de materiales para trabajar la prevención de violencia de género en el deporte, con cartillas dirigidas para atletas, directivxs y entrenadorxs, con ideas, juegos, recomendaciones y reflexiones para el proceso de transformación colectiva. Otras iniciativas son la convocatoria al taller online “Lo que no podés dejar de saber sobre Género, Masculinidades y Violencia” con el fin de guiar el aprendizaje; y cursos de comunicación periodística con perspectiva de género.

El pasado 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, Inés Arrondo declaró en Radio Nacional sobre la situación actual del deporte en la Argentina. Hizo referencia a que la lucha de mujeres generó un cambio, logrando ganar espacio en los clubes de barrio y federaciones; pero que todavía queda mucho que transformar como sociedad, y declaró: "La desigualdad se sigue reflejando en la composición de las comisiones directivas de las instituciones. Allí hay una desigualdad inmensa en los espacios de tomas de decisiones". La creación de un área de género en la Secretaría de Deportes incorpora nuevas perspectivas en el diseño e implementación de políticas públicas, con el fin de eliminar la discriminación y la violencia contra la mujer, además de acortar la brecha entre géneros. Incorporar mujeres a las mesas de debate, para que las decisiones tomadas comienzan a tener perspectiva de género.

Ya sea desde la política pública o desde AFA, se estarían llevando a cabo proyectos para generar un cambio desde una perspectiva de género. Sin embargo, estos planes fueron interrumpidos por la reciente pandemia mundial y al igual que muchos otros, el fútbol femenino tuvo que esperar. Si bien hoy las posiciones de dichas autoridades son de apoyo frente a la disciplina, es necesario poner en cuestionamientos las nuevas iniciativas para generar un plan estructural que articule todas las aristas que quedan por fuera de la semi profesionalización. La representación sigue mostrando contradicciones: a simple vista el fútbol femenino tiene un horizonte inclusivo, pero la práctica continúa siendo excluyente y hacia al interior del campo existen límites, falencias, heterogeneidades y, por sobre todo, la reproducción de un orden de género dominante. Es por eso que, para analizar la relación de las mujeres con el fútbol, se debe llevar a cabo un abordaje que incluya todas las representaciones: desde la mirada masculina massmediática, la historia de la mujer y sus roles sociales, su exclusión total del relato nacional, la denominada cultura del aguante y el dominio masculino sobre el capital simbólico que está en juego.

Invito a pensar al fútbol como un campo de poder donde existen agentes que luchan por encontrar e imponer su posición. Como una arena de conflictos, un campo de batalla, en donde se busca implantar las reglas de juego de cada colectivo. Hoy por hoy, la lucha se estaría dando hacia el interior del deporte, donde cada club tiene una situación económica particular y existen discursos heterogéneos dentro de cada equipo. Cuando Bourdieu señala una conquista del capital simbólico y supone una constante lucha por el reconocimiento; se refiere a cambiar las reglas definitivas del campo y nombra la posibilidad de una acción colectiva de resistencia, orientada hacia una reforma política. Pero un cambio total es complicado y las mujeres siguen jugando con las reglas del otro. El fútbol femenino sigue en una posición marginalizada y subordinada al orden hegemónico establecido por los grupos que dominan el campo. Por esta razón, muchos autores insisten en la importancia de que haya dirigentes mujeres en las instituciones para comenzar a introducir una nueva perspectiva que luche a favor de sus intereses. Porque cuando Claudio Tapia dio el primer discurso sobre la profesionalización y oficializó el proyecto, tuvo que ver con ceder a una demanda social impulsada por las mujeres del país. Un juego de ajedrez: ceder, pero no del todo. Así, el plan supo encontrar sus límites y falencias, y sigue siendo un desafío para las mujeres poder reivindicar un deporte que simboliza la masculinidad hegemónica y forma parte de la construcción identitaria masculina en la Argentina.

Para Alabarces, lo subalterno debe incluir el conflicto, el poder, la desigualdad, que deje ver la reproducción de la dominación articulada en los implacables mecanismos de los medios de comunicación y que, a contrapelo de expectativas y deseos reproductivos, agudice el entrenamiento para leer las fisuras en torno a una lucha de poder (Alabarces, 2016). Y la contrahegemonía sólo se puede llevar a cabo desde una posición subalterna donde se desarrollan acciones destinadas a señalar la relación de dominación e intentar modificarla. No deja de ser una lucha de poderes por la imposición de sentidos entre dos grupos. “Prácticas que, como parte de un proceso cultural, sólo pueden producirse en relación con un sentido cabal de lo dominante que es, en definitiva, la estructura de conjunto que les da sentido” (Binello, Conde, Martínez, Rodríguez, 2000:48).

A modo de propuesta para futuras investigaciones, creo necesaria la investigación del fútbol femenino desde la heterogeneidad. Aquellos discursos tan diferentes y opuestos que encontramos en la etnografía realizada muestran el verdadero estado de la cuestión. Se necesitan escuchar las voces de las jugadoras que viven el fútbol desde la verdadera

subalternidad. Aquellas desigualdades naturalizadas que se traducen en un disciplinamiento. Se necesita cuestionar la violencia y la discriminación de las pibas que no tienen voz ni representación en las instituciones.

Bibliografía

- ALABARCES, Pablo (2002) “Fútbol y Patria – el fútbol y las narrativas de la nación argentina”, Buenos Aires: Prometeo.
- ALABARCES, Pablo (2006) “Fútbol y Patria: el fútbol y (la invención de) las narrativas nacionales en la Argentina del siglo XX”, en Papeles del CEIC.
- ALABARCES, Pablo (2009) “El deporte en América Latina” en Razón y Pasión. Deporte Cultura y Comunicación, N°69.
- ALABARCES, Pablo (2013) “Fútbol, leonas, rugbiers y patria. El nacionalismo deportivo y las mercancías”. Nueva Sociedad, N°248, pp. 28-42.
- ALABARCES, Pablo (2014) “Héroes, machos y patriotas: El fútbol entre la violencia y los medios” PenguinRandomHouse Grupo Editorial Argentina.
- ALABARCES, Pablo (2016) “Subalternidad, pos-decolonialidad y cultura popular: nuevas navegaciones en tiempos nacional-populares”, en Versión. Estudios de Comunicación y Política, N°37, pp. 13- 22ª.
- ÁLVAREZ LITKE, Martín (2018) “Marcando la cancha: una aproximación al fútbol femenino desde las ciencias sociales”, en Cuestiones de Sociología, n°18, CONICET, Argentina.
- ÁLVAREZ LITKE, Martín (2020) “Me paro en la cancha como en la vida: un análisis del fútbol feminista en la Villa 31 desde las teorías de género” Zona Franca, CIEM.
- ANTÚNEZ, Marta (2008) “Mery Terán: ¿cautiva del deporte o mujer política?”, Florianópolis (Brasil): Congreso Fazendo Gênero 8 - Corpo, Violência e Poder.
- ANTÚNEZ, Marta (2009) “Políticas deportivas con perspectiva de género: Entre lo políticamente correcto y el patriarcado explícito” en Revista Digital – Buenos Aires N°133,
- ARAOZ ORTIZ, Leandro; MOREIRA, Verónica (2016) “Prensa deportiva en Argentina. Construcciones identitarias y estilos discursivos del deporte en el diario Olé” en Trama de la Comunicación, v. 20, n. 2, p. 111-124.
- ARCHETTI, Eduardo (1984) “Fútbol y ethos”, en Documentos e Informes de Investigación 7. Buenos Aires FLACSO.
- ARCHETTI, Eduardo (1998) “Prólogo” en Deporte y Sociedad. Comp. Pablo Alabarces y Otros. Buenos Aires.

- BERULDA, Lorena (2012) “Estereotipos: su reproducción sexista vs. Coeducación en la enseñanza de la Educación Física” en Argentina en el escenario latinoamericano actual: debates desde las ciencias sociales. VII Jornadas de Sociología de la UNLP, La Plata, Mesa N°31.
- BINELLO, Gabriela; CONDE, Mariana Inés; MARTINEZ, Analía; RODRIGUEZ, María, Gabriela (2000) “Mujeres y fútbol: ¿territorio conquistado o a conquistar?” En P. Alabarces (Comp.), Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina (pp. 33-55). Buenos Aires: CLACSO.
- BOURDIEU, Pierre (1977) “La economía de los intercambios simbólicos”, en Razones Prácticas, Barcelona, Anagrama.
- BOURDIEU, Pierre (1991) “Los modos de dominación”, en El sentido práctico, Madrid, Ed. Tau-Rus.
- BOURDIEU, Pierre (2000) “La dominación masculina”, Barcelona: Editorial Anagrama.
- BOURDIEU, Pierre (2000) “Los usos del ‘pueblo’”, en Cosas Dichas, Barcelona: Gedisa.
- BOURDIEU, Pierre (2007) “Estructuras, habitus, prácticas” en El sentido práctico, Siglo XXI, Bs. As.
- BRANZ, Juan Bautista (2012) “Fútbol, mujeres y espacio público”, en Ciudad y Prácticas Corporales. Edulp. La Plata, p. 339 – 352.
- CONDE, Mariana Inés (2008) “El poder de la razón: las mujeres en el fútbol” en Nueva Sociedad N° 218.
- CONDE, Mariana Inés; RODRIGUEZ, María Graciela (2002) “Mujeres en el fútbol argentino: sobre prácticas y representaciones” en Alteridades, vol. 12, número 23. Pp, 93-106.
- DASKAL, Rodrigo (2017) “Deporte y política: apuntes para una discusión”, en Ron, O. et al., Actas del primer encuentro deporte y sociedad. La Plata: FaHCE.
- GARTON, Gabriela (2019) “Guerreras: Fútbol, mujeres y poder”, Buenos Aires; Capital Intelectual.
- GARTON, Gabriela; HIJOS, Nemesia (2017) “La mujer deportista en las redes sociales: un análisis de los consumos deportivos y sus producciones estéticas”
- HALL, Stuart (1984) “Notas sobre la desconstrucción de “lo popular”” en SAMUEL, Ralph (ed). Historia popular y teoría socialista, Crítica, Barcelona.

- HANG, Julia (2020) “Feministas y triperas. Mujeres y política en el área de género del club Gimnasia y Esgrima La Plata”. En *Deportes y Sociedad: miradas críticas desde América Latina*. Debates en Sociología N°50, pp. 67-90.
- HARGREAVES, Jennifer (1999) “The Women’s international sports movement: local-global strategies and empowerment”. *Women’s Studies International Forum*, Vol. 22, No. 5, pp 461-471.
- HIJOS, Nemesia (2019) “Abordajes sobre género y deporte en Argentina: reflexiones sobre clase, consumo y cultura” en *Reimaginar América Latina: Desafíos teóricos y políticos para pensar una región en cambio*. FLACSO, Argentina.
- HIJOS, Nemesia (2020) “Todos los cuerpos, una misma cancha. Gambeteando la hegemonía masculina desde un fútbol femenino y disidente” *Bordes. Revista de Política, Derecho y Sociedad*. p. 241 – 249.
- IBARRA, Mariana (2016) “Disputas por el sentido en el fútbol femenino salteño. Representaciones, agenda mediática y género”, *Actas de Periodismo y Comunicación*, Vol. 2, N°1.
- IBARRA, Mariana (2018) “El aguante: ¿Resistencia o masculinidad?”, X Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de la Plata.
- JAMSON, Adolfina (2008) “Se acabó este juego que te hacía feliz: nuestro fútbol femenino (desde su ingreso a la AFA en 1990 hasta el Mundial de Estados Unidos en 2003)”. Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- MOREIRA, Verónica; ÁLVAREZ LITKE, Martín (2019) “Un análisis de las representaciones mediáticas y las desigualdades estructurales en el fútbol de las mujeres en Argentina”, *FuLia / UFMG*, v.4, n.1.
- MOREIRA, Verónica; GARTON, Gabriela (2020) “Fútbol, nación y mujeres en Argentina: redefiniendo el campo de poder”. Universidad de Buenos Aires. Instituto de Investigación Gino Germani. Buenos Aires, Argentina
- Scharagrodsky, Pablo Ariel (2020) “Trans-formando el espacio educativo y deportivo. El caso de la comunidad trans en la capital argentina”. En: M. Scarnatto y F. De Marziani (Comps.). *Investigar en cuerpo, arte y comunicación: Perspectivas e intersecciones de la producción de conocimiento*. La Plata: Teseo. (Capítulo - Sólo referencia)

- SUNKEL, Guillermo (2002) “La prensa sensacionalista y los sectores populares”
Bogotá: Grupo Editorial Norma.