

#### Artículo de investigación

**Cómo citar:** N. Dias, B. S. (2018). Fútbol femenino: género y recepción televisiva en Twitter. *Mediaciones*, 14(20), pp. 133-149. doi: 10.26620/uniminuto.mediaciones.14.20.2018.133-149

**Editorial:** Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.

**Recibido:** 25 de septiembre de 2017

**Aceptado:** 3 de febrero de 2018

**Publicado:** 1 de abril de 2018

**Conflicto de intereses:** los autores han declarado que no existen intereses en competencia.

## Fútbol femenino: género y recepción televisiva en Twitter

## Female Soccer: Gender and Television Reception in Twitter

## Futebol feminino: gênero e recepção televisiva em Twitter

Bruno Santos N. Dias

### Resumen

El artículo busca identificar la presencia de discursos discriminatorios a la mujer, a partir de la recepción, en Twitter, de las transmisiones televisivas del canal brasileño Rede Globo de los partidos de la selección de fútbol femenino de Brasil en los Juegos Olímpicos de Río 2016. Por medio de herramientas de la propia red social Twitter, se delimitaron los contenidos analizados bajo perspectivas cuantitativa/sintáctica y cualitativa/semántica. Se identificó que los discursos de la recepción, en el espacio de circulación y producción de sentido que se configura la red social Twitter, siguen reproduciendo las representaciones sociales que asigna a la mujer en el fútbol una condición secundaria y subalterna.

### Palabras clave

Género, discurso, recepción, fútbol femenino, Twitter.

### Abstract

The aim of this paper is to identify the existence of discriminatory discourses against women from the reception, in Twitter, of television broadcasts of the female Brazilian soccer team's matches in the Rio 2016 Olympic Games, through the Brazilian channel Rede Globo. By means of tools of Twitter social networking, the contents analyzed were defined under the quantitative/syntactic and qualitative/semantic perspectives. The authors identified that the reception discourses in the space of sense production and spreading shaped in Twitter keep

**Bruno Santos N. Dias**

*bsndias@gmail.com*

Universidad Andina Simón Bolívar,  
sede Ecuador

El artículo deriva de la monografía titulada "Discursos discriminatorios a partir de recepción televisiva del fútbol femenino en Twitter de Brasil durante las Olimpiadas de Río" (2016). La monografía fue el requisito para obtener el título de Especialista Superior en Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.

Copyright:





reproducing the social representations that assign women a secondary and sub-altern condition in soccer.

#### **Key Words**

Gender, discourse, reception, female soccer, Twitter.

#### **Resumo**

O artigo procura identificar a presença de discursos discriminatórios à mulher, a partir da recepção, em Twitter, das transmissões televisivas do canal brasileiro Rede Globo dos partidos da seleção de futebol feminino do Brasil nos Jogos Olímpicos 2016. Por meio de ferramentas da própria rede social Twitter, delimitaram-se os conteúdos analisados baixo perspectivas quantitativa/sintática e qualitativa/semântica. Identificou-se que os discursos da recepção, no espaço de circulação e produção de sentido que configura-se a rede social Twitter, seguem reproduzindo as representações sociais que atribui à mulher no futebol uma condição secundária e subalterna.

#### **Palavras-chave**

Gênero, discurso, recepção, futebol feminino, Twitter.

---

### **Introducción**

El fútbol femenino ha logrado en los últimos años romper con paradigmas y establecerse profesionalmente como una modalidad del deporte. Sin embargo, este logro no fue suficiente para superar los prejuicios socioculturales que sufren las mujeres que se dedican a la actividad, además de la falta de incentivo y dificultad en conseguir apoyo por parte de los órganos responsables. Para comprender esa problemática y por qué, a diferencia del fútbol practicado por hombres, la modalidad femenina no tiene la misma aceptación y popularidad, es fundamental una mirada desde una perspectiva de la relación sexo/género. Si comprendemos también que esa relación se establece como efecto de una producción discursiva, podemos percibir el papel central del discurso en la producción y reproducción de los estereotipos de género que asignan a la mujer un papel secundario en el deporte.

A partir de eso es posible pensar cuáles son los niveles de mediación donde se producen los discursos que refuerzan los estereotipos de género discriminatorios a la mujer. En el presente artículo se propuso como foco la recepción en internet. Considerando que la web es un ambiente de interacción, y una interacción cada vez más intensa en comparación con los contenidos de los medios tradicionales, elegimos Twitter para investigar el comportamiento de



la recepción frente a los contenidos de las transmisiones televisivas de fútbol femenino durante el torneo de las Olimpiadas de Río 2016. El objetivo es discutir las relaciones entre la recepción de las transmisiones televisivas de fútbol femenino en Twitter y los discursos discriminatorios a la mujer.

Para ello, abordamos la temática a partir de entradas teóricas. En primer lugar, la relación sexo y género. Luego de eso, miramos la cuestión a partir de la perspectiva teórica que nos aporta los estudios de recepción, con los conceptos de *circulación* como espacio de significación y la problemática de la convergencia, que intenta pensar esa realidad en el contexto contemporáneo de las tecnologías de información y comunicación. La propuesta metodológica combinó las estrategias cuantitativa y cualitativa, sintáctica y semántica, de la lingüística de corpus y el análisis crítico del discurso.

Los medios de comunicación son, sin lugar a dudas, espacios de producción y reproducción de esos discursos. Pero no solamente ellos. La recepción es una instancia que no se puede ignorar en ese proceso, sea como reproductora (y también productora) de los discursos, sea por su carácter agenciador, que produce nuevos sentidos y resistencias.

### **Sexo y género como producción discursiva**

Es Foucault quien trata la sexualidad como invención humana reciente. Según él, a partir del siglo XVIII, en el contexto europeo, la «puesta en discurso» del sexo pasó a darse de forma cada vez más generalizada: multiplicaron y proliferaron los discursos sobre el sexo. La incitación a hablar del sexo tenía por objetivo dirigir, «insertar en sistemas de utilidad, regular para el mayor bien de todos, hacer funcionar según un óptimo» (Foucault, 1991, p. 34). Esto porque el sexo fue colocado en el centro de los cuidados gubernamentales con la población por medio de tasa de natalidad, edad del matrimonio, nacimientos legítimos e ilegítimos, precocidad y frecuencia de las relaciones sexuales, la incidencia de las prácticas contraceptivas, estas y otras constituyeron preocupaciones explícitas de los administradores del Estado.

Foucault resalta que esa incitación a los discursos obligó al sexo a una «existencia discursiva». Para el filósofo francés, lo que antes se constituyó —a través del tema de la carne y de la práctica de la confesión cristiana institucionalizada por la Iglesia católica en la Edad Media— como una relativa unidad del discurso sobre el sexo fue reducido en la modernidad a «explosión discursiva en torno y a propósito del sexo» (Foucault, 1991, p. 25), que tomaron forma en la demografía, en la biología, en la medicina, en la psiquiatría, en la psicología, en la moral, en la crítica política.



A partir del aporte de Judith Butler, se hace posible comprender la propia relación entre sexo y género como efecto de una producción discursiva. El sexo y el cuerpo de un individuo en general son indicados como algo que tiene una materialidad en sí misma y que es expresión de la naturaleza, algo fijo e inmutable, como un dato biológico. Sin embargo, en la argumentación de la autora, la materialidad del cuerpo también es efecto del poder, «el efecto más productivo del poder» (Butler, 2002, p. 18). La complejidad de ese pensamiento se da en razón del rechazo radical a un esencialismo biológico, de la atribución del sexo a la naturaleza y del género a la cultura, como si la cultura viniera a inscribirse sobre una naturaleza fijada previamente. Una mejor conceptualización de naturaleza puede ayudar bastante en la comprensión de esa argumentación:

[...] es necesario reconcebir el concepto mismo de naturaleza, porque este concepto tiene una historia y la representación de la naturaleza como la página en blanco carente de vida, como aquello que está, por así decirlo, muerto desde siempre, es decididamente moderna y tal vez se vincule a la aparición de los medios tecnológicos de dominación. (Butler, 2002, p. 22).

En la perspectiva de Butler, abolir el binarismo sexo/género y decir que el discurso es formativo, no implica en pensar que ese binarismo sea origen, causa o la composición exhaustiva del discurso que es por él admitido. Más allá de eso significa que «no hay ninguna referencia a un cuerpo puro que no sea al mismo tiempo una formación adicional de ese cuerpo» (Butler, 2002, p. 31). Es decir, los discursos sobre el cuerpo son también constitutivos del cuerpo.

## Género y fútbol femenino en Brasil

No hay cómo negar la presencia cada vez más visible del fútbol femenino en el escenario deportivo brasileño. Aunque la historia de esa modalidad en Brasil no es reciente, se inicia de un episodio lamentable, cuando en el 1941 la Confederación Nacional de Deporte (CND) prohibió la práctica del fútbol por mujeres, alegando que el fútbol no era adecuado para el sexo femenino. El decreto solo fue revocado en el año 1979 (Castro, 2014), hecho que, asociado a otros factores, hizo que la práctica del fútbol por mujeres se volviera una actividad casi clandestina, en su mayoría amateur y cargada de diversos prejuicios socioculturales. Según Susana de Castro:

Na terra da chuteira, o futebol é ainda considerado por um grande número de pessoas um esporte exclusivamente masculino. Da pelada do final de semana com os amigos a ida ao estádio de futebol para ver seu time jogar, o torcedor brasileiro vê na paixão pelo futebol também um meio de afirmação de sua masculinidade. (Castro, 2014, p. 80).



En el fútbol, la performance de las mujeres es, en general, percibida y producida por diferentes regímenes discursivos –principalmente el régimen mediático– como desempeño naturalmente inferior al de los hombres. Eso que sugiere que la *performance* de las mujeres es percibida como algo que obedecería a las limitaciones dadas por su naturaleza sexual o por la supuesta naturaleza de su género. Esas limitaciones se presentan como fijas y como barreras que no se pueden transponer, lo que refuerza una expectativa siempre más baja comparativamente a la que es hecha en relación con los hombres. Para Susana de Castro (2014), esa distinción se puede explicar, entre otras, por el aspecto físico-estético. La autora argumenta que hay una visión predefinida del femenino que contrasta con la realidad presentada por el fútbol: el uniforme no resalta las bellas formas de los cuerpos entrenados y la práctica del fútbol no preserva la delicadeza «natural» de la mujer, ya que la obliga al enfrentamiento físico con las adversarias. Tal hecho hace del fútbol femenino marcadamente distinto a otros deportes entendidos como más adecuados a la práctica femenina, como es el vóley y el atletismo.

Además de eso, es evidente la presencia más ostensiva de los medios en la promoción y fabricación del mundo futbolístico a partir del universo masculino. En la cobertura mediática del fútbol practicado por las mujeres, la distinción masculino/femenino queda más explícita, sea por tratar el fútbol femenino como una categoría inferior al masculino, sea por analizar el fútbol femenino a partir de una óptica masculina.

Sin embargo, desde tiempos recientes esa «norma» ha sido interpelada por una demanda cada vez más intensa de una revisión de los discursos asignados a la mujer en el fútbol. Las redes sociales digitales han proporcionado espacio a un cuestionamiento de la dominación masculina, expresada desde la visibilidad a hinchadas que se identifican como homoafectivas (Porpetta, 2016) hasta la posibilidad de cuestionamiento del privilegio a los hombres en la cobertura del fútbol, principalmente cuando se trata de los grandes eventos con selecciones nacionales (Emiliana, 2016), como son el Mundial de Fútbol y las Olimpiadas. Cabe intentar comprender cómo la convergencia y los espacios de interacción y cuestionamiento proporcionado por las tecnologías de información aportan para interpelar o reforzar los discursos que asignan a la mujer y al fútbol femenino un lugar secundario en la práctica de ese deporte.

### Recepción televisiva y Twitter

Uno de los grandes retos de los estudios comunicacionales en la contemporaneidad es comprender la dimensión y las implicaciones de una realidad centrada en la comunicación y atravesada por las tecnologías, que se desarrollan a un ritmo frenético y crean y recrean necesidades y modos de apropiación



por parte de los individuos. Esa realidad, marcada por la convergencia, reconfigura los flujos de producción, circulación y recepción de los contenidos mediáticos y asigna a los actores del proceso comunicacional papeles distintos a los «convencionales».

En Brasil, de acuerdo con una investigación realizada por el Conecta, asociado al IBOPE Inteligencia, el 88% de los internautas miran la televisión mientras utilizan el internet. De estos, el 65% lo hace a través de su *smartphone*, 72% accede a las redes sociales y el 17% afirma que la práctica se debe al interés de interactuar con lo que sucede en la transmisión. El mismo porcentaje (17%) afirma que discute con los amigos sobre el contenido que están viendo (Exame.com, 2015).

Estos datos confirman el creciente fenómeno de la «segunda pantalla» (*second screen*), indicadores que Oikawa, Silva y Feitosa (2015) presentan de los resultados de la encuesta Panorama da Internet Brasil 2013. La investigación apunta a que uno de cada cinco brasileños tiene la costumbre de comentar, divulgar y compartir por internet, experiencias que se están viviendo relacionadas con los contenidos de la televisión. La televisión es, siguiendo esa encuesta, el medio que más motiva a la gente a compartir y comentar *online* y en vivo.

Así, consideramos importante para el presente trabajo comprender la problemática de la recepción en el contexto de la convergencia para pensar la relación del Twitter con las audiencias de los contenidos televisivos y cómo, en ese contexto, se privilegian determinados contenidos en detrimento de otros.

### Recepción, circulación y convergencia

El punto central de los estudios de recepción es justamente la heterogeneidad de los discursos, que, en la interacción se ponen bajo una dinámica que no permite el control, ni de la producción y tampoco de la recepción. De esa manera, la mirada de la investigación deja a un lado la preocupación por los sentidos originales, los preferidos en la emisión, para dirigirla, según Fausto Neto, a la circulación, que el autor propone como un dispositivo que organiza nuevas posibilidades de interacción entre medios y receptores:

A emergência do conceito de circulação associado à noção de dispositivo, tem a ver com as profundas alterações tecnológicas que engendram e complexificam cenários e plataformas de comunicação mediática hoje. Os mídias não são apenas compêndios de um processo interacional, mas oferecem seus postulados e lógicas para a própria organização social. (Fausto Neto, 2009, p. 8).



La circulación pasa entonces a ser un espacio de reconocimiento de los actores, sea la producción o la recepción. José Luiz Braga aporta, aun, que «com a percepção de que os receptores são ativos, a circulação passa a ser vista como o espaço de reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação» (Braga, 2012, p. 38).

Una de las cuestiones importantes que ha planteado el contexto de las tecnologías de la información, a partir principalmente de la internet y su relación con los medios considerados masivos, es cómo investigar los procesos comunicacionales a partir de esa realidad. Son muchos los autores y corrientes teóricas que proponen caminos para una comprensión de la participación de las tecnologías digitales y su impacto en los medios de comunicación influyen la cotidianeidad. Interesa destacar que, por donde se busque analizar, la temática invariablemente se hace presente.

Sin embargo, es posible comprender el contexto de recepción en la realidad actual, más que desde la ruptura, a partir de las posibilidades de interacción, a lo que Henry Jenkins llama *convergencia*:

Con “convergencia” me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. (Jenkins, 2008, p. 11).

Así, más allá de los aspectos técnicos, la convergencia tiene impacto en la manera como los medios proponen sus contenidos, pero también en la forma como las audiencias hacen uso de ellos. Es decir, en los hábitos y modos que influyen directamente en la vida cotidiana. La convergencia presupone una participación activa de los sujetos de la recepción, y es en ese proceso que ellos dejan el espacio, en otro momento, condicionado al entorno doméstico y comunitario, para pasar también a la «acción creativa» y el «gerenciamento de contenidos», principalmente los televisionados, por medio de las redes sociales digitales (Oikawa, Silva & Feitosa, 2015, p. 152).

### **Delimitación del análisis**

Las transmisiones de partidos de fútbol son algo muy común en la televisión abierta de Brasil. La emisora Globo, la que actualmente posee la parte más grande de los derechos de transmisión, exhibe por lo menos dos partidos semanales de campeonatos nacionales y regionales, además de, ocasionalmente, partidos de la selección nacional y de la Champions League europea. A partir de eso, se puede suponer que hay un lenguaje y una rutina ya establecida



en ese tipo de programación. Sin embargo, todos estos productos son exclusivamente del fútbol practicado por hombres. En esa emisora, la modalidad femenina del deporte es completamente ignorada, apenas recordada durante los juegos olímpicos y, aun así, en todos los casos, «a própria transmissão do futebol masculino, como estamos acostumados, é feita e falada para homens» (Aira Bonfim citada por Dolce, 2016). La transmisión de los partidos de fútbol es todavía hecha por y para hombres, incluso cuando se trata de juegos de equipos femeninos. No hay, por tanto, en un primer momento, ningún elemento de la producción de estos programas que se pueda diferenciar sustancialmente del mismo producto cuando se trata del fútbol practicado por hombres.

Considerando que, como afirma Francisco Gallego (citado por Depexe, 2015): «Twitter es un electrocardiograma de la sociedad y, dentro de ella, es una plataforma que toma bien el pulso a lo estrictamente televisivo» (p. 261), para proponer posibles respuestas, la presente investigación se centró en los discursos publicados por los televidentes brasileños en Twitter a partir de la transmisión de los partidos de la selección de fútbol femenino de Brasil durante los Juegos Olímpicos de Río 2016 por el canal de televisión Rede Globo. La delimitación se hizo a partir de los seis partidos del equipo de fútbol femenino brasileño en el mencionado evento: de la primera fase: Brasil 3 vs. 0 China, el miércoles 3 de agosto a las 16:00 (hora local), Brasil 5 vs. 1 Suecia, el sábado 6 de agosto a las 22:00 y Brasil 0 vs. 0 Sudáfrica, el martes, 9 de agosto a las 22:00. También, en los cuartos de finales, Brasil 0 vs. 0 Australia, el viernes 12 de agosto, a las 22:00 (ese partido fue decidido en la disputa de penales, en el que Brasil ganó por 7 a 6); en la semifinal, Brasil 0 vs. 0 Suecia, el martes 16 de agosto a las 13:00 y que, igual, Suecia clasificó en la disputa por los penales ganando por 4 a 3 y, por último, la definición de la medalla de bronce, el 19 de agosto, a las 13:00, Brasil 1 vs. 2 Canadá.

## Recolección de datos

Los datos analizados fueron recogidos exclusivamente en Twitter, por medio de palabras clave y utilizando la herramienta de búsqueda que ofrece el propio sitio. Las palabras clave fueron utilizadas para asegurar la relación entre los contenidos encontrados y la transmisión del canal de televisión Rede Globo. Así recopilamos los resultados que contenían, en relación con la expresión *futebol feminino*, una o más de palabras clave *Globo*, *televisão*, *tv*, *tevé* y *transmissão*. Además de eso, buscamos también contenidos relacionados con los equipos de transmisión de la emisora.

Así, durante el promedio de dos horas y media de cada partido, considerando los 15 minutos anteriores y los 15 minutos siguientes al término (los que se fueron a la prórroga y penales llegaron a 3 horas y media), recolectamos





un total de 1949 *tweets* (contenidos posteados). En ese grupo, consideramos los *tweets* de respuesta, pero no los *retweets* (contenidos replicados) que no traían algún comentario adicional del usuario que lo compartió. Los números se distribuyeron de la siguiente manera: 416 en el partido del 3 de agosto (9 de respuesta y 5 *retweets*), 368 en el partido del 6 de agosto (19 respuestas y 5 *retweets*), 309 en el partido del 9 de agosto (5 respuestas y 4 *retweets*), 383 en el partido del 12 de agosto (18 respuestas y 3 *retweets*), 261 en el partido del 16 de agosto (4 respuestas y 2 *retweets*) y 212 en el partido del 19 de agosto (16 respuestas y 2 *retweets*). Para los análisis, toda la información que no se configuraba en texto –imágenes, videos, enlaces y emoticones– no fueron considerados. Se buscó, así, conformar el corpus por textos producidos por las audiencias de la transmisión hecha por Rede Globo de los partidos de la selección femenina de Brasil.

### Perspectivas metodológicas

A partir de lo que presenta Baker *et al.* (2011), optamos por hacer un análisis empírico de carácter cuantitativo y cualitativo, conjugando elementos sintácticos y semánticos. Según estos autores, la metodología consiste en combinar métodos tradicionalmente asociados a la lingüística de corpus (LC) y el análisis crítico del discurso (ACD). Si bien no se define la LC ni el ACD como métodos, sino la adopción de métodos con un objetivo, se consideró que la proposición de estos autores es importante para el análisis que se pretendió hacer en la presente investigación.

La LC nos permite un acercamiento más objetivo al texto, es decir, libre de una evaluación previa del contexto. Eso porque el corpus seleccionado es analizado y clasificado a través de un *software* de computadora que presenta los patrones lingüísticos a partir de algoritmos. Así, la LC nos ayuda a identificar, además de los temas más frecuentes, cuáles son las palabras más utilizadas para referirse a estos temas y con qué otras palabras se relacionan en el corpus analizado. Es decir, el «léxico emergente significativo» y los «patrones léxicos» (Baker *et al.*, 2011, p. 385). A su vez, el ACD tiene como preocupación el discurso en cuanto práctica social. Un importante marco del ACD es el estudio a partir del hincapié en la oposición a las estructuras y formas de actuar de los discursos de los grupos dominantes. El método, consiste, entonces, en analizar el texto buscando percibir en él elementos que configuran prácticas discursivas opresoras. Así, los sentidos de los discursos no son considerados *a priori*, ni están establecidos previamente, sino que se relacionan con las estructuras sociales que atribuyen a los enunciados significados más allá de una «traducción» de los términos.



Por lo tanto, es importante considerar cuáles son los discursos y los sentidos dominantes, para analizar cómo estas representaciones se plasman en el texto, toda vez que «los prejuicios no son innatos, sino adquiridos socialmente, y [...] dicha adquisición es predominantemente discursiva» (Teun Van Dijk citado por Baker *et al.*, 2011, p. 387). Para el presente artículo se consideró importante el análisis sintáctico/cuantitativo, por medio de la LC y el semántico/cualitativo, a través del ACD, para comprender cómo la recepción de las transmisiones televisivas del fútbol femenino produce o deconstruye a los discursos dominantes que, en esa modalidad deportiva, asignan a la mujer una condición secundaria.

### El hombre como medida de la mujer

Para el análisis sintáctico/cuantitativo de LC de los contenidos, se extrajo del contenido de 1949 *tweets* seleccionados (solamente los textos) y, a través del *software* Iramuteq se pudo hacer un primer acercamiento a lo que se dice en ese contexto. La primera clasificación se realizó respecto a la frecuencia de las palabras en los contenidos, de acuerdo con su categoría. En este análisis, se seleccionaron sustantivos, verbos y adjetivos, ordenados de acuerdo con su ocurrencia. Excluyendo las palabras fútbol y femenino, que, en nuestro criterio de selección, en la herramienta de búsqueda de Twitter, debía estar presente, igual que las palabras clave (*Globo, televisão, tv, tevê y transmissão*), la palabra más frecuente fue *Brasil*, con 322 ocurrencias, seguida de *jogo* (juego), con 281 y *masculino*, con 217.

Esa primera clasificación ya nos sugiere lo que en las categorías del ACD se puede definir como representación social. En ese caso de los textos seleccionados, sea para hablar de manera positiva o negativa, el desempeño de las mujeres es medido en relación con los hombres. Según Van Dijk (2002), «las representaciones sociales son, en primera instancia, formas de cognición social, y por eso necesitan análisis cognitivo y análisis social» (2002). Así, para las mujeres, el fútbol es un espacio que no les pertenece, ellas son intrusas, un «cuerpo extraño» en ese deporte (Castro, 2014).

La representación social del fútbol como espacio masculino extraño a las mujeres se evidencia también en el análisis de similitud. A través de este análisis se ha podido identificar qué otras palabras se relacionan las formas más frecuentes *Brasil, jogo, passar y masculino*. Mientras las tres primeras están relacionadas entre sí, y con palabras del contexto de la transmisión de los juegos olímpicos (*ver, televisão, aberto, hora, transmissão, comentar, comentarista, vivo suécia*, etc.), la palabra *masculino* tiene similitudes distintas y más reducidas: se relaciona con *melhor* (mejor), *bom* (bueno), *falta, mesmo* (mismo) y *dar apoio* (dar apoyo). Así, podemos percibir cómo la audiencia que



comenta en Twitter, al establecer esa relación masculino/femenino está también calificando el fútbol de las mujeres.

Como manera de ilustrar lo mencionado, presentamos a continuación algunos tweets recogidos:

*“Técnicamente o futebol masculino é superior, mas é muito mais divertido ver o futebol feminino.”*

*“Futebol feminino melhor que masculino, sem cera, quase não tem faltas, jogadas mais diretas, dribles, gols. Precisamos dar valor. #Rio2016”*

*“A Globo tem que fazer isso. Futebol masculino tem condições sempre pra isso. Futebol feminino espero que tenha em breve.”*

*“Por que os comentaristas da Globo estão cheios de dedos com o futebol feminino, enquanto superestimam qquer coisa q o masculino faça?”*

*“gente futebol feminino eh mt mais emocionante q masculino, vamo passar mais a mulherada na tv”*

De la misma manera, el análisis de la frecuencia y relación de las palabras reveló una conexión entre los vocablos *formiga* y *Roberto*. Se trata de la futbolista Miraildes Maciel Mota, de apodo «Formiga», y el jugador de Palmeiras Zé Roberto. Formiga, en el momento en que disputaba el torneo de las Olimpiadas Río 2016, tenía 38 años y esa era su quinta participación consecutiva en los juegos, que, en el caso del fútbol femenino, es la totalidad de ediciones de esa modalidad. El hecho de Formiga es único en el fútbol, y raro en cualquier modalidad deportiva.

Zé Roberto en ese momento tenía 42 años y disputaba por su equipo el campeonato brasileño, había dejado la selección de fútbol masculino de Brasil hacía casi diez años, disputó un mundial, el del 2006, y jamás unas olimpiadas. Sin embargo, la relación entre ellos se establece por la edad, y, una vez más, con ventaja del hombre sobre la mujer. La frase «*Formiga é o Zé Roberto do futebol feminino*» con pocas y raras variaciones aparece 80 veces en el total de datos compilados, lo que revela también que apenas en otras cuatro ocasiones la jugadora se menciona en otro contexto.

Así, a partir de los ejemplos analizados y de la totalidad de los datos recabados, con base en la propuesta de Baker y otros (Baker *et al.*, 2011), que se puede clasificar de discriminatoria la representación social de la mujer futbolista que circula en Twitter, desde la identificación de cuatro estrategias discursivas: depreciación, exaltación misericordiosa, argumentación y comparación.



## El contexto inmediato: de la euforia a la frustración

Además de la representación social, que tiene relación con un contexto más amplio y estructuras sociales más profundas, en el análisis se pudo percibir también alteraciones en los discursos de acuerdo con eventos más circunstanciales. La selección de fútbol femenino fue el primer representante brasileño a debutar en los Juegos Olímpicos de Río del 2016. Este dato, asociado al resultado final del primer partido, en el que el equipo brasileño ganó por 3 a 0, es revelador.

Esa primera transmisión tuvo un promedio de *rating* del 25% mayor que el mismo día y horario en los dos meses anteriores (Vaquer, 2016). Esa audiencia tuvo una creciente en los partidos siguientes, estimulado por los buenos resultados (la victoria de 5 a 2 sobre Suecia), y, principalmente, por el desempeño debajo de lo esperado del equipo masculino, que empató juegos considerados más fáciles en sus dos partidos iniciales en el mismo periodo. En el tercer partido de la selección femenina, los datos de *rating* de la Rede Globo indicaban que los partidos del equipo femenino tenían más audiencia que los del equipo masculino (Prado, 2016). Sin embargo, en las tres fechas finales, el escenario cambió radicalmente. Mientras la selección femenina clasificó por penales a la semifinal, no alcanzó llegar a la final y todavía perdió la disputa por el tercer lugar. En cambio, la selección masculina ganó todos sus partidos, incluso conquistó el inédito oro olímpico.

Si miramos el comportamiento discursivo en las redes en los dos extremos del equipo femenino, podemos percibir el efecto de estos contextos. La nube de palabras de los datos colectados en el primer partido y en el último apunta a una significativa diferencia en las palabras más frecuentes.

De acuerdo con Baker et al. (2011), el contexto es un elemento constitutivo para el análisis del texto, citando a Van Dijk: «El contexto debe ser percibido e interpretado de manera que los hablantes produzcan expresiones que consideren adecuadas y los oyentes las interpretan debido a sus percepciones del contexto y sus esquemas de conocimiento» (Baker *et al.*, 2011, p. 387). Así, de acuerdo con ese autor, «los modelos de contexto» permiten una comprensión subjetiva de lo que se dice y significa en la interacción. De esa manera, los contextos de los partidos tienen relación directa con lo que se dice y los significados que circulan en estos contextos.

En los contenidos analizados, se puede percibir que en el partido donde el equipo femenino de Brasil tuvo mejor rendimiento, la palabra más frecuente fue «masculino», mientras que en el último partido, en el que después de no lograr llegar a la final la selección brasileña aun perdió la disputa del bronce, las palabras más frecuentes están relacionadas con el contexto del partido (*Brasil*,



*Canadá, bronce*, entre otras). Una vez más se hace presente la representación social de la mujer en el fútbol por medio de la estrategia de comparación.

### **Carácter agenciador: los discursos de resistencia**

Es importante destacar que, según señala Van Dijk (2000), el discurso es constitutivo de acciones y categorías sociales (como *hombres y mujeres*, por ejemplo). De esa manera, a partir de las interacciones cotidianas, el discurso cambia y define las estructuras sociales. Así, el discurso puede también ofrecer resistencia a los modelos representativos dominantes que toman forma por medio de los discursos.

Estas hablas que enlazan saberes y poderes poseen una doble condición de poder: de sujeción y de resistencia. Entonces, si bien los sujetos solo pueden generar y leer textos disponibles y legitimados históricamente en su espacio social, existen posibilidades de innovación desde la heterogeneidad de los órdenes del discurso y desde la agencia de los actores. (Echeverría & Maturana, 2016, p. 1488).

En los datos analizados, hay una significativa presencia de discursos críticos, a partir del contenido televisado, a la representación que se hace de la mujer en los partidos transmitidos por la Rede Globo. Incluso también al canal y la representatividad de la misma práctica de transmitir. Es decir, se identificó que, aunque no dominante, la crítica a la representación social discriminatoria a la mujer y a los machismos de o a partir de la transmisión de Globo, también estuvieron presentes. Los más frecuentes iban justo en la dirección de la evaluación del fútbol femenino (positiva o negativa), tomando el masculino como referencia, y al mismo hecho de que un canal de televisión, que comúnmente ignora el fútbol femenino en sus contenidos, se dedicara a la transmisión. También se criticó la ausencia de mujeres en la locución y los comentarios de la transmisión.

Así, percibimos que, aunque el fútbol femenino siga en la condición de deporte secundario y subalterno, emerge el discurso de resistencia que propone otra mirada a la modalidad. De esa manera, como señala Stuart Hall (2004), los intentos de homogeneizar las audiencias por parte de la producción no son completamente efectivos. Aunque la transmisión, según los comentarios críticos de la recepción en Twitter, haya dado privilegio a la voz masculina sobre la mujer, y por veces reproducido la estrategia de representación social de la mujer por la comparación con el hombre, es posible sugerir que la codificación pretendía, con la transmisión, establecer algún nivel de empatía y apoyo al fútbol femenino. Sin embargo, parte de la recepción no lo entendió de esa manera y criticó a la emisión. Esa operación distinta del



«código preferente» por parte de la recepción puede configurar espacios de resistencia y agenciamiento capaces de resignificar los discursos dominantes y generar transformaciones, pero estas posibilidades «se complejizan cuando, al situarse desde una perspectiva crítica, se puede afirmar que el principio normalizador suele permanecer implícito en las regulaciones, siendo difíciles de leer los efectos que producen, naturalizando las mismas nociones que se buscan cuestionar» (Echeverría & Maturana, 2016, p. 1486).

### Consideraciones finales

La distinción a partir del género en el deporte no es una particularidad del fútbol, sin embargo, es en este que tal distinción se destaca más. En Brasil esa realidad tiene explicaciones históricas y sociales, que se reflejan en los contenidos comunicacionales relacionados con ese deporte, pero también la manera como estos productos son consumidos, apropiados y (re)significados. Así, este trabajo buscó analizar la producción de discursos discriminatorios a la mujer a partir de la recepción de las transmisiones televisivas de los partidos de la selección femenina de fútbol durante las Olimpiadas de Río 2016.

A partir de una mirada del sexo y el género como producción discursiva y de la ya no tan nueva realidad de las tecnologías de información y comunicación, que convergen con medios tradicionales volviéndose ellos mismos espacios de circulación y, consecuentemente, de significación y producción de sentido, se observó que ese discurso dominante respecto al fútbol femenino todavía está presente. Sea para hablar de manera positiva o negativa, es constante la práctica de representación social de la mujer a través, principalmente, de estrategias como depreciación, exaltación misericordiosa, argumentación, sensualización y comparación. La mujer es, así, mirada desde una perspectiva masculina aun cuando se la quiere elogiar.

También se identificó la relación de los discursos con el contexto, que hace que la intensidad y los sentidos producidos y reproducidos varíen. En el caso analizado, mientras el rendimiento del equipo femenino fue positivo en relación con el masculino, era más frecuente una representación social de la mujer, mientras que cuando se cambió el contexto, hubo cambios también en el discurso.

Sin embargo, fue posible identificar también discursos de resistencia, que, en la circulación, asumen significados distintos de los sentidos preferidos en la codificación. Durante todo el evento, en todas las transmisiones, fue posible identificar críticas a la presencia de las representaciones sociales machistas y discriminatorias con las jugadoras de fútbol. Estos discursos, aunque tengan potencial transformador, traen implícitas características de los discursos



dominantes, paradoja que suele, al final, muchas veces, naturalizar los discursos que pretende interpelar.

Se percibe así cómo, en el contexto del fútbol femenino, a pesar de todos los avances conquistados, el discurso dominante todavía asigna a las mujeres futbolistas un papel secundario y subalterno. Está presente la naturalización de la condición inferior de la mujer como característica biológica. Los aportes de los estudios de recepción nos permiten percibir que estos discursos se hacen presentes, evidentes o no, apenas en los medios –en el caso analizado, en las transmisiones televisivas–. No están prioritariamente en ellos, sino que adquieren sentido en la circulación, en ese espacio de mediación de los contenidos, donde los discursos ganan materialidad, sea cuando la recepción reproduce lo que viene de los medios o cuando lo critican.

Así, a partir de la pregunta inicial, se identificó que la circulación es el espacio de significación de los discursos discriminatorios a la mujer, producidos y reproducidos desde los medios, pero también desde la recepción, que, al mismo tiempo, presenta resistencia y críticas con potencial transformador.

## Referencias

- Baker, P., Gabrielatos, C., Khosravinik, M., Krzyzanowski, M., McEnery, T., Wodak, R., & Cornea, I. (2011). ¿Una sinergia metodológica útil?: Combinar análisis crítico del discurso y lingüística de corpus para examinar los discursos de los refugiados y solicitantes de asilo en la prensa británica. *Discurso & Sociedad*, 5(2), 376-416.
- Braga, J. L. (2012). Circuito versus campos sociais. En M. Â. Mattos, J. J. Junior, y N. Jacks (eds.), *Mediação & midiatização* (pp. 31-2). Salvador: SCIELO- EDUFBA.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*. Buenos Aires: Paidós.
- Castro, S. de. (2014). Gênero e esporte. En *Filosofia e gênero*. Rio de Janeiro: 7Letras.
- Depexe, S. (2015). Circulação e Consumo da Telenovela Salve Jorge: O Caso de Maria Vanúbia no Twitter. *Novos Olhares*, 4(1), 258-271.
- Dijk, T. A. van. (2000). El estudio del discurso. En *El discurso como estructura y proceso* (pp. 21-65). Barcelona: Gedisa.



- Dijk, T. A. van. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital: Revista de Pensamiento e Investigación Social*, (1), 018-024.
- Dolce, J. (2016). Copa do Brasil feminina sem transmissão televisiva é criticada por especialistas. *Brasil de Fato*. Recuperado de <https://www.brasildefato.com.br/2016/08/28/copa-do-brasil-feminina-sem-transmissao-televisiva-e-criticada-por-especialistas/index.html>
- Echeverría, G., & Maturana, J. M. (2016). Análisis crítico del discurso de políticas públicas en diversidad sexual en Chile. *Universitas Psychologica*, 14(4), 1485-1498.
- Emiliana, C. (2016). Futebol feminino espalha amor nas redes sociais. *Olha só*. Recuperado de <http://blogs.uai.com.br/olhaso/2016/08/16/futebol-feminino-espalha-amor-nas-redes/>
- Exame.com. (2015). 88% dos internautas veem TV e navegam na internet, diz Ibope. Recuperado de <http://exame.abril.com.br/tecnologia/88-dos-internautas-veem-tv-e-navegam-na-internet-diz-ibope/>
- Fausto Neto, A. (2009). Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação. *Encontro da Compos*, 18. Recuperado de [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1164.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1164.pdf)
- Foucault, M. (1991). *Historia de la sexualidad 1: La voluntad de saber*. México: Siglo Veintiuno.
- Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *cic Cuadernos de Información y Comunicación*, (9), 215-236.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Louro, G. L. (2004). Marcas do corpo, marcas de poder. En *Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer* (pp. 75-90). Belo Horizonte, MG: Autêntica.
- Oikawa, E., Silva, L. A. P., & Feitosa, S. A. (2015). Cultura de la telenovela: prácticas de circulación, apropiación y consumo mediático en las redes sociales digitales en Brasil. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, (128), 149-164.





Porpetta, B. (2016). Torcidas gays resistem à homofobia nos estádios de futebol. *Brasil de Fato*. Recuperado de <https://www.brasildefato.com.br/2016/04/14/torcidas-gays-resistem-a-homofobia-nos-estadios-de-futebol/index.html>

Prado, V. (2016). *Globo consegue mais audiência no futebol feminino que masculino nos Jogos Olímpicos*. Recuperado de <http://www.midiaesportiva.net/2016/08/globo-consegue-mais-audiencia-no.html>

Silva, T. T. (2003). A produção social da identidade e da diferença. En *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (pp. 73-102). Petrópolis, RJ: Editora Vozes.

Vaquer, G. (2016). *Globo eleva audiência da tarde com estreia do futebol feminino na Olimpíada*. Recuperado de <http://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/08/03/globo-eleva-audiencia-da-tarde-com-estreia-do-futebol-feminino-na-olimpiada-101084.php>