



deSignis

ISSN: 1578-4223

info@designisfels.net

Federación Latinoamericana de
Semiótica
Argentina

Martinez, Ana Paola; Díaz, Jorge Andrés
"¡Mundialistas! Pero Son Mujeres". Ideología, discurso radial, fútbol y sexismo.
deSignis, vol. 26, enero-junio, 2017, pp. 187-195
Federación Latinoamericana de Semiótica

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=606066846012>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

“¡Mundialistas! Pero Son Mujeres”. Ideología, discurso radial, fútbol y sexismo.

“Mundialistas! But they are women”. Ideology, radial discourse, football and sexism

Jorge Andrés Díaz y Ana Paola Martínez

(pág 187 - pág 195)

El artículo expone el análisis de un contenido de radio reportado como presuntamente discriminatorio difundido por “Radio Zapotillo” (Loja- Ecuador). Se caracteriza al medio y el contexto sociocultural para elaborar un análisis textual desde la perspectiva de género. Se concluye que existe contenido discriminatorio por razones de sexo.

Palabras clave: Análisis de Discurso, discriminación, género, radio, mujeres.

The following article analyze contents reported as allegedly discriminatory, transmitted by Radio Zapotillo (Loja, Ecuador), characterization of this media outlet and identification of the socio-cultural context . As a conclusion a textual analysis is carried out from the gender perspective. It is concluded that there is discriminatory content regarding sexual gender.

Keywords: Discourse analysis, discrimination, gender, radio, women.

Ana Paola Martínez es Magister en Comunicación por la Universidad Andina Simón Bolívar. Especialista en Evaluación de Contenidos del CORDICOM. E-mail: Ana.Martinez@cordicom.gob.ec

Jorge Andrés Díaz es Sociólogo por la Universidad de Caldas, Colombia, y Magister en Ciencias Políticas por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador. Director de Evaluación de Contenidos del CORDICOM. E-mail: Jorge.Diaz@cordicom.gob.ec>

Referenciado: 13/12/2016 Universidad de Lille III - 18/01/2017 UCM

1. INTRODUCCIÓN

El presente análisis establece la caracterización del medio de comunicación, el tipo de producto comunicativo que recibe la audiencia, los principales actores que participan en él, las características de la información que se presenta, así como el posible impacto que podría alcanzar dicha cobertura. Radio Zapotillo es un medio de carácter comercial-privado, su señal llega a nueve cantones de la provincia de Loja. El noticiero “Primer Plano” en el que aparece el fragmento analizado ha permanecido al aire durante 13 años en diferentes emisoras y desde el 2012 por Radio Zapotillo. Su transmisión se efectúa de 06h30 a 09h00 en Franja Horaria Familiar y de Protección Reforzada¹. A continuación, el estudio ofrece el análisis del contexto sociocultural, el textual y las conclusiones.

2.. EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL

El programa “Primer Plano” transcurre entre la emisión de varios comentarios del locutor Freddy Aponte y la interacción con varios radioescuchas que llaman por teléfono. Tras la participación de un oyente que se identifica como Edison Solano, el conductor del programa realiza varios comentarios frente a una noticia de primera plana que registró el diario de circulación nacional *El Telégrafo* y que circuló el 3 de diciembre de 2014, comentarios que son el objeto del presente análisis:

¿Qué dice el diario *El Telégrafo*? Que ya mismo pasamos una entrevista. Eh, el diario *El Telégrafo* en primera plana, en realidad dice: ¡Mundialistas!, mundialistas. Yyy (...) ¿sabe qué? Es una y, no hay, no hay un titular así eh, pero es una fotografía a colores que parece de Alianza País, todo está verde aquí el fondo. No, es el estadio hombre, ¡debe ser el estadio! ¡Mundialistas! pero son mujeres. Si quieren algún día yaaa, el penúltimo día cuando est [...], ya sea para largarme de esta tierra, de este mundo, de donde sea, yo le di [...], yo no estoy de acuerdo con eso, yo no estoy de acuerdo, o sea, no tiene nada que ver el periódico aquí en esto, me refiero al fútbol de las mujeres ¡Por Dios santísimo, solo porque dice aquí!, se nota que son mujeres porque el aspecto si es de ¡hombre!, y yo soy exageradamente machista, y tienen que respetarme, es mi opinión tambiénff (*Sic*). También tengo derecho a decir lo que pienso. Es decir, bien feito el aspecto aquí de la seleccionada de fútbol. Como ser la selección de hombres, no se les nota la diferencia, incluso utilizan pantaloneta, por lo menos póngase un shortcito hombre, de mujer. Hay que ser feminista, o sea las mujeres tienen que ser femeninas y los hombres bien varones, bien, bien, lo dice así es la naturaleza pues ho [...] por eso es que se complica lo otro pero, por ejemplo yo no me siento orgulloso de esto. ¡Imagínense ustedes!, ¡un cabezazo!, ¡un balonazo! de una mujer allí, son deportecitos medio fuertes. Ta bien un fútbol con, con una, con, con un globo ahí que, que juegan en la playa, con un globito, una de plástico ta bien hombre, pero esto ya es fuerte. De mi parte yo si (aspiración...) respeto, pero hasta ahí no más llevo”.

El conductor comenta sobre la clasificación de la Selección Ecuatoriana Femenina de Fútbol al Mundial de Canadá 2015, a partir de la lectura del titular de la primera plana del diario *El Telégrafo*. Esta portada, que para efectos del análisis funciona como hipertexto, es la base sobre la cual se expresan los comentarios del locutor:

En primer lugar, al observar el texto original de la noticia (Imagen N° 1), ubicado en la primera plana del medio impreso, se muestra a un grupo conformado por once



Imagen N° 1. Portada de diario El Telégrafo del 3 de diciembre de 2014, donde se lee: “Esta clasificación es histórica para el país, ya que nunca una selección femenina nacional ha disputado un mundial de fútbol”.

mujeres que utilizan indumentaria de color amarillo, azul y rojo y que están ubicadas en el centro de una cancha. Es de ellas de quien está hablando el conductor. Se puede observar en la imagen que mientras varias de las futbolistas sostienen la bandera del Ecuador, una de ellas sujeta el banderín de la Federación Ecuatoriana de Fútbol. De fondo se puede apreciar al público ubicado en el sitio de las graderías del estadio. En esta portada, el título de la noticia dice “¡Mundialistas!”, acompañado por el marcador, así como el texto de apertura que reseña la estrategia de juego que le mereció la clasificación a las representantes nacionales.

Con esta información podemos identificar a qué situación y a quiénes hace referencia el locutor del programa. Adicionalmente, cuando el locutor lee el titular: “¡Mundialistas!, mundialistas”, con respecto a la Selección Ecuatoriana Femenina de Fútbol, también hace alusión a un contexto social y cultural de la incursión de las mujeres en un deporte tradicionalmente considerado para hombres.

Al igual que el rugby y el fútbol americano, el fútbol *soccer* se ha configurado históricamente como un espacio de actividad “masculina”, social y culturalmente “definida” como una práctica exclusiva de los hombres. A continuación analizaremos el contexto de incursión de la mujer en este espacio social. La masculinización del fútbol, el discurso que se crea entorno al mismo, es aún producido principalmente por hombres; de tal forma, si el fútbol es narrado por los hombres, es el discurso del otro el que define el campo de las prácticas de las mujeres, sean estas espectadoras mediáticas, deportistas, asistentes a los estadios, hinchas militantes o barras bravas (Binello *et al.* 2000: 34).

Esta masculinización del fútbol se fundamenta en una tradición cultural, de naturaleza androcéntrica, que ha limitado a lo largo de los años la participación de las mujeres en el deporte, la cual tuvo sus orígenes en buena medida en la misma sociedad que creó los juegos deportivos, la Antigua Grecia, en donde la mitología dominante asignaba a los dioses las cualidades masculinas de la fuerza, vigor y actividad y a las diosas los rasgos

de belleza, pasividad y sexualidad (Carrión, 2006). Esta tradición cultural permanece vigente en la actualidad, es así como:

El estadio ofrece a los hombres un sitio donde desplegar su virilidad, donde construir un orden y un mundo estrictamente masculino, donde se lleva a cabo un discurso moral de lo que teóricamente se define como masculino: la autonomía, la independencia, el control, la dignidad, la autoestima y la fidelidad a los compromisos, constituyendo un mundo pleno de significados donde aparecen de manera clara las fronteras simbólicas a partir de la reflexión sobre un conjunto de relaciones sociales importantes: padre/hijo, adulto/niño, hombre/mujer (Archetti. 1998: 302).

Esto se puede apreciar en los estereotipos que se han elaborado para los deportes que emplean acciones delicadas en el caso de las mujeres y deportes bruscos, masculinos, en el caso de los hombres.

En este contexto, mujeres de muchos países, incluidas las ecuatorianas, han participado en el fútbol. Según el Informe de Actividades de la FIFA 2002-2004, en los últimos 25 años, la participación femenina en este deporte ha sido creciente. Las demandas de las jugadoras consiguieron que en 1986, en un Congreso celebrado en México, el ex presidente de la FIFA, Joan Havelange, se comprometiera a organizar una Copa Mundial para Mujeres. Desde entonces se han realizado seis torneos entre 1991 y 2011. Entre tanto, la próxima Copa Mundial Femenina se realizará en Canadá en 2015. Justamente fue a este último campeonato mundial al que clasificó la Selección Ecuatoriana Femenina de Fútbol.

Cabe resaltar que en una sociedad como la nuestra, los roles de género se han delimitado rígidamente, incluso a nivel deportivo, donde las futbolistas han enfrentado una serie de problemas asociados al espacio en que se desempeñan:

Si por un lado, en el espacio privado, las mujeres experimentan una fuerte oposición por jugar fútbol, en el espacio público, ellas están expuestas al maltrato verbal por atreverse a incursionar en un “deporte de varones”, soportando agresiones, especialmente acerca de su feminidad, que provienen sobre todo de hombres que no logran aceptar que el fútbol es un deporte para todos y que las mujeres pueden desarrollarse en esta disciplina también” (Carrión. 2006: 149).

Como se puede apreciar, se conserva aún en la cultura el estigma que señala con calificativos despectivos a la mujer que realiza actividades, supuestamente propias del varón. Este tipo de ataques “muestran el nivel de machismo y homofobia existente en nuestro medio, algo que afecta directamente, de una u otra manera, la vida de las jugadoras, y las conduce a esforzarse por cumplir con los estereotipos de feminidad impuestos por la sociedad”, dado que la supuesta feminidad “es a menudo una forma de complacencia respecto a las expectativas masculinas”. (Carrión. 2006:150)

Finalmente, es importante señalar que “El luchar por continuar practicando la actividad futbolística, ha permitido a las mujeres empoderarse como sujetos y desafiar

posiciones absurdas que impiden su desarrollo en este deporte, por el solo hecho de ser mujer (...) logrando que la condición de 'masculino' entre en disputa, desde el mismo momento en que existen espacios donde las mujeres pueden dedicarse a este deporte" (Carrión. 2006: 147 y 152).

3. ANÁLISIS TEXTUAL

Desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso, se puede identificar que el tema, como un significado global en la acción comunicativa, hace referencia a las deportistas que participarán en el campeonato mundial de fútbol de 2015. Sin embargo, a partir de un análisis semántico local podemos observar otras características interesantes:

En el segmento objeto de análisis, el locutor Fredy Aponte afirma: "¡Mundialistas! Pero son mujeres". En esta primera parte aparece un *disclaimer*, pues el emisor utiliza la conjunción adversativa "pero" para enlazar al adjetivo "¡Mundialistas!" con el término "mujeres". Según van Dijk, el concepto de *disclaimer* se refiere a:

Jugadas (moves) semánticas con una parte positiva sobre Nosotros, y una parte negativa sobre Ellos, por ejemplo: Negación aparente: No tenemos nada en contra de los negros, pero... Concesión aparente: algunos de ellos son inteligentes, pero en general... Empatía aparente: por supuesto los refugiados han tenido problemas, pero... Ignorancia aparente: no sé, pero... Excusas aparentes: perdón, pero... Revocación (culpar a la víctima): no ellos, sino nosotros somos las verdaderas víctimas. Transferencia: a mí no me importa, pero mis clientes (van Dijk. 2001: 197).

Se puede observar que el significado de ¡Mundialistas! se contrapone, restringe o limita con el uso de la conjunción "pero". Es decir, la utilización de ese término anula o resta valor al significado de mundialistas porque sus participantes son mujeres. Esta negación aparente lleva en su estructura semántica una denominación positiva de "Nuestro grupo": locutor-hombre- selección de fútbol- "mundialista", clásicamente conformada por hombres, en contraste con los aspectos negativos de los "Otros-Otras": Mujeres, lo que permite identificar aquí un prejuicio por parte del locutor. "En los discursos con prejuicios es muy típico el juego de la negación" (vanDijk. 2011: 65). Se evidencia, por lo tanto, una contradicción en el discurso guiada por una ideología que ve mal la asociación entre fútbol y la participación de las mujeres en él.

Ante lo expuesto, es importante tomar en cuenta que las estructuras discursivas disponen de dispositivos argumentativos donde el punto de vista de las o los actores adquieren prominencia, así los significados de los argumentos son signos importantes de las actitudes ideológicas que se expresan: "la elección del punto de vista no es trivial, ya que se trata de una de las posibilidades de que disponen los usuarios del lenguaje para poner énfasis en el significado y las creencias subyacentes" (vanDijk. 2011: 72). De allí que el punto de vista del locutor respecto a la participación de las mujeres en la actividad futbolística evidencie un prejuicio que se configura como el argumento central de esta crítica.

Cuando el locutor expresa: “¡Por Dios santísimo, solo porque (lo) dice aquí! se nota que son mujeres porque el aspecto sí es de ¡hombre!” , utiliza una frase que relaciona el aspecto de las seleccionadas y lo masculino con la belleza, como parámetros que excluyen aquello que se consideraría estéticamente como no “femenino”, en función de una asociación al sexo.

Así mismo, cuando el locutor afirma: “Bien feíto el aspecto aquí de la seleccionada de fútbol. Como ser la selección de hombres, no se les nota la diferencia, incluso utilizan pantaloneta, por lo menos póngase un shortcito hombre, de mujer”, podemos apreciar que los comentarios del segmento tienen una connotación de diferenciación que aluden a las futbolistas en dos dimensiones: por un lado, comparando su aspecto con los jugadores masculinos de fútbol, es decir, negando su feminidad, reduciendo el “ser mujer” al “deber verse como mujer” y, por otra parte, por su forma de vestir, considerada como “no adecuada”, no acorde con la cultura patriarcal que delimita las maneras de verse de la mujer, la misma que “debe” complacer el criterio masculino.

Posteriormente el locutor menciona: “hay que ser feminista, o sea las mujeres deben ser femeninas y los hombres bien varones, bien, bien, lo dice así, es la naturaleza pues ho... (sic) yo no me siento orgulloso de esto”. En esta parte se aprecia primero, la confusión del locutor frente a los términos “feminista” y “femeninas”, que son utilizados como sinónimos de la idea de feminidad promulgada por el locutor. En segundo lugar, cuando se refiere a “las mujeres deben ser femeninas y los hombres bien varones”, reproduce estereotipos sobre el “deber ser del hombre y la mujer”, los mismos que se basan en dicotomías establecidas como representativas de un género u otro, del masculino: lo fuerte, lo hábil, lo ágil, lo público; y del femenino: lo débil, lo torpe, lo lento, lo privado, en el marco de una sociedad patriarcal. Tal construcción discursiva, a nivel social representa una normativización de la existencia de los géneros masculino y femenino, de su comportamiento en base a los roles y estereotipos que se generan sobre el “ser hombre” o “ser mujer” y sus valorizaciones:

Los roles de género son el conjunto de papeles y funciones que conforman el modelo preestablecido de ser hombre o ser mujer en una sociedad determinada. Los niños aprenden a ocupar los espacios sociales, materiales y simbólicos reservados a lo “propio de un hombre”. Las niñas aprenden a ocupar los espacios sociales, materiales y simbólicos reservados a lo “propio de una mujer”. Los roles de género son cambiantes y culturalmente específicos. El problema no es la diferencia de roles sino su jerarquización y el modo en que se valoran: Los roles masculinos están asociados al ámbito público y son prestigiados porque conllevan independencia económica, poder, influencia y estatus. Los roles femeninos están asociados al ámbito privado, afectivo y relacional: no son remunerados ni reconocidos, se desarrolla en un ámbito más limitado y reducido y es menos visible que el público (López. 2007:45).

Por su parte, al mencionar la frase “así es la naturaleza”, se otorga a esta diferenciación de género, basada en roles y estereotipos, una connotación “natural” como principio universal, es decir que esta división de roles y de la organización semiótica que los articula termina socializándose como algo que va acorde a la cualidad o propiedad de los hombres y de las mujeres.

Esta concepción androcéntrica universal se establece sutilmente como el orden natural de las cosas, de manera que se arraiga, se interioriza, se asume y se normaliza en la conciencia de la sociedad. Según esta concepción, el papel a desempeñar por mujeres y hombres en la sociedad es diferente, como también lo son los espacios asignados, las responsabilidades, las oportunidades y las tareas desempeñadas (García. 2009:18).

En el fragmento final, el locutor dice: "¡Imagínense ustedes! ¡Un cabezazo!, ¡Un balonazo! De una mujer allí, son deportecitos medio fuertes. Ta... bien un fútbol con, con una, con un globito, una de plástico, ta bien hombre, pero esto ya es fuerte". Con estas afirmaciones se configura una utilización de dispositivos semióticos -apelativos e imágenes- que diferencian al género femenino como débil y falto de habilidad competitiva en un deporte "rudo", para "hombres fuertes".

Este tipo de valoraciones se asocian con la hegemonía de lo androcéntrico que implica también el uso del lenguaje, donde a nivel simbólico se reproduce en el imaginario social una especie de estándar de lo masculino, orden que ha afectado no solo a mujeres, sino también a hombres.

Justamente a lo largo del texto analizado existen dos afirmaciones que realiza el locutor. La primera: "Y yo soy exageradamente machista [...] y tienen que respetarme, es mi opinión también" (*sic*); la segunda: "De mi parte yo si (aspiración...) respeto, pero hasta ahí no más llego".

La primera afirmación da cuenta explícita de una actitud machista e implícitamente de una ideología sexista, bajo la cual se entretejen todas las opiniones vertidas sobre la nota de las seleccionadas de fútbol femenino que fue difundida por el diario *El Telégrafo*. Si bien los comentarios caben como opiniones, no dejan de ser construcciones de naturaleza semiótica marcadas por ese sistema de ideas que históricamente han reforzado un dominio simbólico y material de los hombres hacia las mujeres e incluso hacia los propios hombres.

Las proposiciones emitidas por el conductor guardan coherencia lógica y argumentativa que evidencia, de principio a fin, un hilo discursivo basado en la ideología sexista, tal como se vio en la cita anterior.

Cuando los medios de comunicación transmiten estereotipos o prejuicios sobre un determinado grupo social, que históricamente ha sido excluido o invisibilizado, su poder de influencia en la construcción o perpetuación del imaginario social estereotipado llega a tener efectos profundos y duraderos, lo cual, a su vez, refuerza procesos de exclusión hacia dicho grupo, ya que los estereotipos, debido a su rigidez y densidad semióticas, funcionan como una clase de economía cognitiva que da la sensación de "ya conocer todo lo necesario" sobre el grupo estereotipado (Molina. 2000), perpetuando el "deber ser" establecido como "normal" para los géneros.

Los medios de comunicación desempeñan un papel socializador, y la efectividad de su papel se establece a nivel individual: mediante los procesos que se generan en la actividad cognoscitiva del sujeto, expresados en los conocimientos obtenidos, las

convicciones y actitudes que se adoptan y que se traducirán en conductas y modos de actuación; y, a nivel social: mediante la conformación de una tendencia social que se genera a partir de los grupos más pequeños (familia, colectivos laborales, comunidades, etc.) y se extiende en la forma de “opinión pública” (Borges y Ramírez, citado por Molina. 2000:1).

Finalmente, teniendo en cuenta que en Ecuador, la población femenina ha sido históricamente invisibilizada (MIES. 2014: 21), la utilización de todo este conjunto de recursos simbólicos, reproducidos a través de un medio de comunicación, constituyen un acto de violencia simbólica, en virtud de que promueven la naturalización de este imaginario sobre el género, así como la reproducción de las relaciones de poder construidas por el paradigma heteronormal, entendido como el “predominio del patrón heterosexual en las relaciones sexuales y sociales” (CDT. 2012:34).

4. CONCLUSIONES

El tipo de ideología que transmite el locutor del programa “Primer Plano” fomenta la concepción machista y refuerza el sistema patriarcal que ha enmarcado al “deber ser” de la mujer y del hombre bajo esquemas binarios de lo aceptable o no, lo valorizado o no de ciertas conductas, actitudes, elecciones e identidades que reproducen los roles de género, los cuales son social y culturalmente establecidos.

Los comentarios emitidos por el locutor reflejan una ideología sexista, donde la actividad deportiva de las representantes de la Federación Ecuatoriana Femenina de Fútbol se desvaloriza en función del sexo al que pertenecen por no estar dentro de las expectativas de comportamiento con respecto a la “feminidad”, socializadas y naturalizadas desde una concepción patriarcal de la sociedad.

La ideología evidenciada se fundamenta en la representación polarizada entre un Nosotros: hombres à varones à fuertes, y un Ellas: Mujeres à débiles à femeninas, a través de una serie de valorizaciones y opiniones ideológicas respecto al deber ser femenino, lo que refuerza estereotipos respecto a las actividades, capacidades y existencia de las mujeres como sujetos de derechos.

El texto analizado se desarrolla sobre una estructura que organiza dispositivos semióticos que atribuyen ciertos valores a lo masculino y otros a lo femenino; a su vez, dicha estructura está articulada sobre una valoración que se rige en su actualización por un dispositivo semiótico de una gran eficacia simbólica como es el estereotipo. Su reproducción en el discurso radial no solo lo difunde sino que también lo legitima.

NOTAS

¹ “Reglamento que establece los Parámetros Técnicos para la Definición de Audiencias, Franjas Horarias, Clasificación de Programación, Calificación de Contenidos, incluidos los Publicitarios, que se difunden en los Medios de Comunicación Social”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCHETTI, E. (1998) *Masculinidades múltiples. El mundo del tango y el fútbol en Argentina*. Buenos Aires: Paidós.
- CARRIÓN, F. (2006) *El jugador número 12*. Quito: FLACSO.
- DIJK, T. A. van (2001). *Discurso y racismo*. Oxford: Blackwell
- (2003) *La multidisciplinaridad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad*. Barcelona: Gedisa
- (2011) *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.
- GARCÍA, A. (2009) *Género y Desarrollo humano: una relación imprescindible*. España: Estudio Botero.
- GARCÍA, L. y NIETO, M. (2002) *El patriarcado: una estructura invisible*. Disponible en: <http://www.stopmachismo.net/marmar2.pdf>
- LÓPEZ, I. (2007) *Guía sobre el enfoque de género en la intervención social*. Barcelona: Cruz Roja.
- MENGO, R. (2004) *El discurso como acción social*. Canarias Revista Latina de Comunicación social.
- MOLINA, E. (2000) *El poder de la opinión pública. Trayectos y avatares de una nueva cultura política en el Río de la Plata 1800-1852*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.

