

nómade
comunidad consultora

mujeres con cancha

Realidades y avances de las
mujeres en el fútbol uruguayo



Mujeres con cancha. Realidades y avances de las mujeres en el fútbol uruguayo.



Obra publicada bajo licencia Creative Commons. Está permitida su reproducción total o parcial, su distribución, su comunicación pública y la creación de obras derivadas de ella, incluso con fines comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría.

Publicación: febrero, 2023.

Producción general:

nómade comunidad consultora

Participaron de esta investigación:

Sebastián Bustamante, Aldana Luccini, Sofía Michelini, Mariela Moreno, Yelitza Pernía, Laura Rivero, Florencia Roldán, Daiana Viera.

Agradecimientos:

Valeria Colman, Daiana Fernández, Mariana Fernández, Virginia Ithurbide, Sofía Olivera, Sofía Romano, Bar Luz.

www.nomadeconsultora.uy

escribinos a:

hola@nomadeconsultora.uy

seguinos en:

[facebook](#), [instagram](#), [linkedin](#) y [twitter](#).

nómade
comunidad consultora

mujeres con cancha

**Realidades y avances de las
mujeres en el fútbol uruguayo**

Antecedentes

En nómade consultora nos gustan los nuevos horizontes. Nos interesa investigar a fondo donde nos parece que faltan testimonios. Nos entusiasmos con proponernos explorar nuevas temáticas para volver con nuevos datos y relatos, y así compartirlos con nuestra comunidad.

De esa forma nacimos con la investigación sobre las dinámicas al interior de los hogares en contexto de coronavirus titulada “Violencia en casa”, y después volvimos a explorar nuevos tópicos con un nuevo trabajo sobre infancias y adolescencias en pandemia titulado “Viejos temas, nuevos problemas”.

Hoy, cuando las luces de los estadios de Qatar se apagaron, estamos finalizando una nueva investigación sobre el lugar que ocupan las mujeres en el fútbol desplegando preocupaciones de quienes participan, prejuicio de quienes se acercan y barreras, por cuestiones de género, que se presentan en la mayoría de las actividades humanas.

“El Mundial”, así nos gusta denominar en occidente al mayor evento deportivo, por su difusión y adhesión, al campeonato de fútbol que envuelve múltiples implícitos. Ya que no es necesario aclarar que “El Mundial” es el campeonato masculino de selecciones del mundo que disputaron eliminatorias dentro de sus confederaciones continentales. Tampoco es necesario informar que es organizado por la FIFA, cuya conformación integra a más países que la propia ONU, y por supuesto, no es difícil visualizar que la mayoría de las coberturas periodísticas son realizadas por varones.

Si bien estas características no se modificaron con respecto a otros mundiales, en Qatar 2022, se presentaron otras preguntas: “¿Por qué la FIFA eligió a un país que vulnera los derechos humanos de mujeres y disidencias?”, “¿Cómo se posicionó la comunidad futbolística, periodística y artística con respecto a las leyes islámicas?” y “¿cómo afectaron las restricciones a las hinchas que llegaron desde otros países?”.

El partido inaugural de Qatar frente a Ecuador se vio teñido por una decepción futbolística de los anfitriones y también por la presencia masiva de hombres con vestimenta característica del mundo islámico. Las mujeres que estaban presentes eran extranjeras, estaban trabajando y, si eran parte del público, estaban acompañadas o, contaban con la autorización de su tutor masculino. El sometimiento femenino continúa replicándose en Qatar a partir del tutelaje. De esta forma, los hombres son quienes autorizan a sus tuteladas en decisiones como casarse, viajar al extranjero o trabajar en un empleo público, según Amnistía Internacional.

En el mundo occidental nos hemos horrorizado y hemos juzgado, sí, porque el límite para respetar los valores culturales de cualquier comunidad es la violación de los derechos humanos y parece que existe consenso en ello. Pero, ¿será que solamente podemos visualizar la violación de aquellos derechos humanos que quedan explícitos y desviamos la mirada con los valores implícitos con los que cargamos a nuestra fiesta occidental: “El Mundial”?

Entonces, si despejamos implícitos, podemos decir que la Copa Mundial de Fútbol Masculino se disputó en el año 2022 en Qatar, y la Copa Mundial de Fútbol Femenino se disputará en el año 2023 en Australia y Nueva Zelanda.

mujeres con cancha

Ya no podremos hablar sobre “El Mundial” sino sobre los mundiales. También, si vemos quienes avanzan a semifinales y se colocan como las cuatro mejores selecciones del mundo se puede ver que solamente un país de Latinoamérica ingresa tímidamente: Brasil, que llegó al tercer lugar en “Estados Unidos 1999” y subcampeón en “China 2007”. Entonces, ¿por qué en una región donde el fútbol es el deporte más popular se consiguen mejores resultados en el fútbol masculino que en el fútbol femenino cuando el derecho al deporte se considera un derecho fundamental?.

No obstante, en el año 2018 la CONMEBOL dio un paso significativo en la imposición de que aquel club que dispute con su equipo masculino alguna de las copas internacionales de la región: Copa Libertadores o Copa Sudamericana tendrá que tener profesionalizado su equipo femenino y una categoría juvenil femenina. De esta forma, no solo la confederación garantiza la formación de equipos femeninos que puedan competir internacionalmente sino que también les garantiza a las mujeres un lugar para entrenar y prepararse.

El cuadro de los amores, la cancha y la televisión es una terna para que el hecho social y cultural se concrete y, quien esté de intermediario como periodista, podrá ponderar el interés de la audiencia, el discurso y la opinión sobre la preparación y el desempeño en el juego de los equipos y, sobre todo, qué rol tiene cada cuadro y jugador en una sociedad que no puede evitar comparar los avatares de sus vidas con analogías futboleras. Por lo tanto, la presencia femenina en las transmisiones de los partidos y en los paneles de periodismo deportivo, se vuelve relevante, y en el Mundial de Qatar quedó reflejado cuando en cada uno de los equipos periodísticos hubo presencia de al menos alguna mujer entre diez o doce varones.

Por tal motivo, esta investigación se mueve y se escabulle por los implícitos del fútbol. Así que llenamos las mochilas con mapas y binoculares para buscar las opiniones del público, de las jugadoras de fútbol, de las dirigentes, de las árbitras y de las periodistas, y así, en el retorno de nuestra expedición, les contamos porque el fútbol está dejando de ser solamente masculino, que existe una institucionalidad que busca respaldar la práctica del deporte como derecho humano, y que es necesario que las voces femeninas se amplifiquen, tanto en los medios como en las directivas, y no se les impongan tutores masculinos para que puedan actuar libremente en los micrófonos y en la cancha.

Índice

10. Introducción.

12. Objetivos.

15. La opinión pública y el fútbol femenino.

22. Estereotipos de género: los espacios de socialización con el deporte desde la infancia.

23. La relación entre las niñas y el deporte.

26. El fútbol infantil mixto y sus consecuencias.

27. ¿Qué dice la población uruguaya sobre los estereotipos?

29. La situación actual del fútbol femenino.

29. Condiciones materiales e infraestructura.

32. Los recursos y la inversión adecuados para el fútbol femenino según los y las uruguayas.

37. Los efectos de la normativa y la obligación sobre los clubes.

41. La profesionalización del fútbol femenino.

41. Cuando se habla de profesionalización, ¿qué entienden los y las uruguayas?

41. Pero, ¿en qué consiste realmente la profesionalización? La voz de las protagonistas.

44. La cuestión salarial.

47. La relación con la Mutual.

50. Los “pases” y los contratistas, ¿indicadores del camino hacia la profesionalización?

54. La realidad de las mujeres: el ciclo menstrual, el embarazo y la maternidad.

- 54. El ciclo menstrual de las deportistas: del tabú a las canchas.
- 56. Ocultar e ignorar: el embarazo.

60. Las mujeres y los medios de comunicación.

- 60. El juicio de los y las uruguayas.
- 65. La escasa cobertura de los medios al fútbol femenino.
- 70. El fútbol femenino como espectáculo.
- 74. Las comunicadoras en los ámbitos deportivo.

78. ¿Qué es ser mujer en el fútbol? La violencia que sufren ellas.

- 78. Lo que sucede dentro de la cancha.
- 80. La violencia en los medios.
- 81. Qatar 2022: la violencia en forma de incomodidad.

84. Las mujeres en el poder.

- 84. Autoridad en los clubes.
- 84. Autoridad en la AUF.
- 86. Autoridad en la cancha.

87. Conclusiones.

89. Para repensar el futuro.

91. Referencias.

Introducción

El fútbol es el deporte que mayor expectación genera en Uruguay. Según cifras que datan del año 2018, la Asociación Uruguaya de Fútbol (AUF), cuenta con aproximadamente 8.600 afiliados (contemplando entre ellos futbolistas juveniles y profesionales), la Organización Nacional de Fútbol Infantil (ONFI) con 48.000 (lo que implica casi un tercio de la población uruguaya de niños y niñas de 6 a 13 años), la Organización de Fútbol del Interior (OFI) declara alrededor de 100 mil y la Liga Universitaria 8.000 más. En total, cerca de 165.000 personas se encuentran activamente vinculados al fútbol, en un país de aproximadamente 3 millones y medio de habitantes (Arocena, et al., 2018).

Sin embargo, no solo es el deporte más practicado, también es el más visto y el que mayor interés y entusiasmo genera en los uruguayos y uruguayas. Incluso es uno de los principales distintivos a nivel internacional de nuestro país, que en la actualidad es líder mundial en la exportación de jugadores por cantidad de habitantes.

Dicha práctica e interés no se concentra únicamente entre los varones, sino que también se extiende a las mujeres. Aunque a pasos pequeños, el fútbol femenino en nuestro país crece y se hace un lugar en la historia de los deportes. Hoy en día, en el fútbol femenino uruguayo se juegan campeonatos de primera, segunda y tercera división, y tres torneos juveniles, sub-19, sub-16 y sub-14. Son nueve los equipos que en el año 2022 compiten en el campeonato uruguayo de fútbol femenino en primera división.

Pero, ¿en qué condiciones se desarrolla el fútbol femenino en nuestro país? ¿Cuál es –en caso de existir– la cobertura que realizan los medios de comunicación? ¿Cuánto conoce la población uruguaya sobre esta realidad? ¿Cuáles son sus opiniones? ¿Cómo ha sido la trayectoria de las mujeres que cumplen un rol en el mundo del fútbol?

Dichas preguntas guiaron nuestra expedición anual y para responderlas se realizaron una serie de entrevistas en profundidad a mujeres representantes de diferentes ámbitos dentro del fútbol. A su vez también se aplicó una encuesta *online* autoadministrada la cual fue respondida por 508 personas de todo el país.

El informe se divide en ocho secciones. La primera refiere al conocimiento y gusto de la población uruguaya sobre el fútbol, en particular el femenino. La segunda expone la relación entre los estereotipos de género y el desarrollo de las deportistas. En tercer lugar, se abordan las condiciones materiales del fútbol femenino en nuestro país. Posteriormente se explicita a qué se hace referencia cuando se habla de “profesionalización” en el fútbol y la situación actual de las jugadoras. A continuación, se plantea la incidencia del ciclo menstrual y el embarazo en las trayectorias deportivas de las mujeres, y la atención de los clubes a estos tópicos. La sexta trata la relación entre el fútbol femenino y los medios de comunicación. Luego, se analizan las vivencias de las mujeres cuya trayectoria personal y profesional está vinculada al fútbol y el deporte. Y por último, se examina el acceso de las mujeres a los lugares de autoridad o toma de decisiones dentro de las estructuras de poder en el deporte.

mujeres con cancha

introducción

objetivos

Objetivo general:

Relevar las percepciones de la población uruguaya respecto al fútbol y los ámbitos que abarca.

Objetivos específicos:

1. Indagar acerca del conocimiento que tiene la población general sobre el fútbol femenino.
2. Conocer la opinión de la población uruguaya acerca de la profesionalización, inversión y desarrollo de este deporte.
3. Identificar la cobertura que se le da en los medios.
4. Identificar las dificultades en el desarrollo profesional de las mujeres vinculadas al mundo del fútbol.
5. Derribar mitos vinculados a la participación de las mujeres en este deporte.
6. Conocer las diferencias entre las lógicas de funcionamiento del fútbol femenino y masculino.

metodología y ficha técnica

Para dar respuesta a todos los objetivos planteados se pensó un diseño metodológico mixto, el cual incluyó técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación. El abordaje cuantitativo supuso el análisis de datos primarios recogidos a partir de una encuesta en línea que se aplicó entre el 7 y el 13 de diciembre de 2022.

Tabla N° 1. Ficha metodológica del estudio cuantitativo.

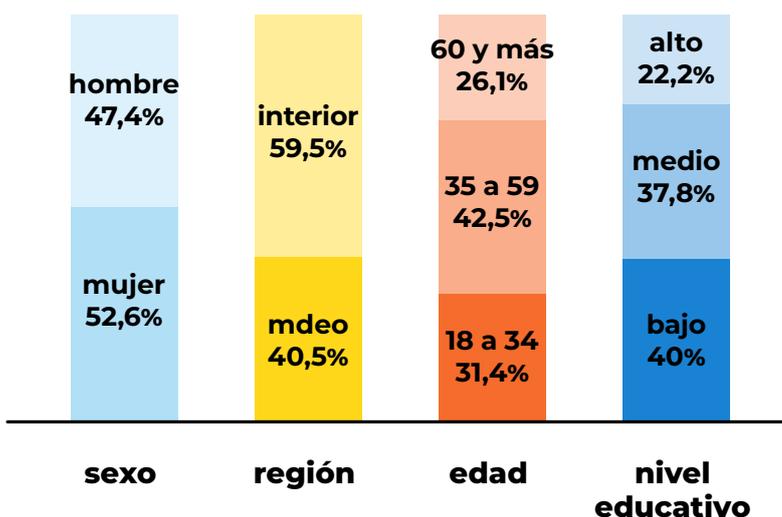
| |
|---|
| Tipo de estudio: Encuesta en línea autoadministrada de carácter voluntario. |
| Fecha de aplicación: Entre el 7 y el 13 de diciembre de 2022. |
| Cantidad de casos: 508. |
| Marco muestral: Personas mayores de 18 años, usuarias de Facebook e Instagram y residentes en todo el país. |
| Ponderación: La muestra se encuentra ponderada por género, zona de residencia, edad y nivel educativo. |

1. El nivel bajo corresponde a la no educación, primaria incompleta o completa y Ciclo Básico de Secundaria, UTU o Liceo Militar incompleto. El nivel medio corresponde a Ciclo Básico de Secundaria, UTU o Liceo Militar completo y bachillerato de Secundaria, UTU o Liceo Militar incompleto o completo. El nivel alto corresponde a educación terciaria o universitaria incompleta o completa.

La encuesta contenía diferentes módulos que interrogaban acerca del gusto y conocimiento respecto al fútbol masculino y femenino. También se pusieron a consideración algunos mitos sobre la práctica de este deporte según si se es varón o mujer. Se relevaron ideas generales respecto a lo que implica la profesionalización del fútbol femenino.

La misma fue respondida por 508 personas de todo el país y la muestra fue ponderada por género, tramos etarios, zona de residencia (Montevideo o Interior) y nivel educativo¹ con el objetivo de ajustar las cuotas a las existentes en la población uruguaya. De tal manera, la muestra utilizada para este estudio se compone tal como se describe en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 1. Caracterización sociodemográfica de la muestra utilizada.



El abordaje cualitativo incluyó entrevistas individuales en profundidad a seis mujeres cuyo desarrollo profesional ha estado vinculado al fútbol en diferentes roles. Las mismas se realizaron en modalidad presencial, y se aplicó una

mujeres con cancha

introducción

pauta que indagó respecto a los espacios de socialización con el deporte en la infancia, la trayectoria profesional, las ventajas y desventajas de ser mujer en el ámbito futbolero, las condiciones materiales y económicas del fútbol femenino, la relación con los medios de comunicación, y los espacios de trabajo.

Tabla N° 2. Ficha informativa del estudio cualitativo.

| Entrevistada | Rol | Descripción |
|--------------------|--|--|
| Mariana Fernández | Presidenta del fútbol femenino de la AUF | Dedicada al fútbol desde el año 2015. |
| Virginia Ithurbide | Comunicadora | Coconductora y productora de <i>13 a 0</i> en DelSol FM, y de <i>Línea de Tres</i> en Tv Ciudad. Locutora comercial y voz institucional de Tv Ciudad. |
| Daiana Fernández | Árbitra | Estudiante de nutrición. Árbitra desde el año 2013 y asistente internacional desde 2017. |
| Sofía Olivera | Jugadora | Semiprofesional en el club UAI Urquiza de Argentina, y jugadora de la selección nacional. Hasta 2020 jugadora del Club Atlético Peñarol. |
| Valeria Colman | Jugadora | Licenciada en Educación Física. Jugadora del Club Nacional de Fútbol y entrenadora en la categoría sub 14 y sub 13 femenina. Formó parte y fue capitana del seleccionado uruguayo. |
| Sofía Romano | Comunicadora | Comunicadora de radio y televisión. Panelista en <i>De fútbol se habla así</i> en DSports, y <i>Dale al medio</i> en TyC Sports. Realizó la cobertura mundialista desde Qatar, enviada por DirecTV y por TyC Sports. |

La opinión pública y el fútbol femenino

Más de 7 de cada 10 mujeres manifestó que le gusta el fútbol (72,3%). Más de 9 de cada 10 varones (91,3%) manifestó que le gusta el fútbol. Más de 8 de cada 10 personas manifestaron que le gusta el fútbol (81,3%) en Uruguay.

Estos son los tres datos principales que arrojó la primera pregunta realizada: “¿Te gusta el fútbol?”. El gusto oscila entre estos altos porcentajes según se analice por edad, lugar de residencia o nivel educativo de las personas. Ante tales resultados, se puede verificar que la importancia y el interés que despierta este deporte en la sociedad uruguaya va más allá del género (ver cuadro N° 1).

Cuadro N° 1. ¿Te gusta el fútbol?

| | Total | Sexo | | Zona de residencia | | Edad | | | Nivel educativo | | |
|-----------|-------|-------|--------|--------------------|----------|---------|---------|----------|-----------------|-------|-------|
| | | Mujer | Hombre | Mdeo. | Interior | 18 a 34 | 35 a 59 | 60 y más | Bajo | Medio | Alto |
| Sí | 81,3% | 72,3% | 91,3% | 81,1% | 81,5% | 86,2% | 78,2% | 79,7% | 79,8% | 83,9% | 79,6% |
| No | 18,7% | 27,7% | 8,7% | 18,9% | 18,5% | 13,8% | 21,8% | 20,3% | 20,2% | 16,1% | 20,4% |

mujeres con cancha

la opinión pública y el fútbol femenino

Entre quienes manifiestan que les gusta el fútbol, varones y mujeres siguen los campeonatos en un 96,8% y 83,1% respectivamente. Es decir que las mujeres aunque les guste el fútbol siguen en menor medida que los varones los campeonatos.

Ante la pregunta: “¿Conocés algún campeonato de fútbol femenino? De Uruguay o del resto del mundo.”, la mayoría (55,1%) reconoció no conocer ninguno. La respuesta entre varones y mujeres es la que muestra mayores diferencias. El 62,2% de los varones responde afirmativamente, mientras que en el caso de las mujeres lo hace un 29,6%. A su vez, del 44,9% total que manifestó conocer al menos un campeonato, solo el 75% pudo mencionar campeonatos femeninos cuando se les fue solicitado². Dejando entonces solo un 33,2% de la población total encuestada que reconoce conocer al menos un campeonato de fútbol femenino y que puede mencionar al menos uno.

2. Se tomaron en cuenta como respuestas válidas nombres incompletos y alusiones al país del campeonato.

Cuadro N° 2. Conocimiento de campeonatos de fútbol femenino.

| | Total | Sexo | | Zona de residencia | | Edad | | | Nivel educativo | | |
|-----------|-------|-------|--------|--------------------|----------|---------|---------|----------|-----------------|-------|-------|
| | | Mujer | Hombre | Mdeo. | Interior | 18 a 34 | 35 a 59 | 60 y más | Bajo | Medio | Alto |
| Sí | 44,9% | 29,6% | 62,2% | 44,7% | 45% | 40,6% | 46,3% | 48,1% | 47,3% | 45,8% | 38,9% |
| No | 55,1% | 70,4% | 37,8% | 55,3% | 55% | 59,4% | 53,7% | 51,9% | 52,7% | 54,2% | 61,1% |

Sobre estos datos es relevante preguntarse por qué este deporte no logra captar la atención de ellas aún gustándoles tanto este deporte, o por qué capta mejor la atención

de ellos, en torno a seguir los campeonatos y/o conocer campeonatos de fútbol femeninos.

Al preguntarles “¿Escuchaste hablar del campeonato uruguayo de fútbol femenino?” 8 de cada 10 personas encuestadas responden afirmativamente y las respuestas tanto de mujeres como varones se distribuyen de manera similar.

Cuadro N° 3. Conocimiento de la existencia del campeonato uruguayo de fútbol femenino.

| | Total | Sexo | |
|----|-------|-------|--------|
| | | Mujer | Hombre |
| Sí | 80,3% | 76,9% | 83,8% |
| No | 19,7% | 23,1% | 16,2% |

El 44% escuchó hablar del campeonato uruguayo de fútbol femenino a través de medios de comunicación tradicionales como la televisión o la radio. En segundo lugar fueron mencionadas las redes sociales y por último el conocer a alguien que participa del campeonato desde algún rol (ver gráfico N° 2).

Respecto al nivel de conocimiento que las personas encuestadas entienden tener sobre el tema, el 65,5% manifestó tener poco conocimiento. Igualmente es interesante observar por quienes está constituido ese 6,2% que dice saber mucho y el 26,1% que dice saber poco. En el primer grupo se encuentran principalmente varones (76,9%) de 35 a 59 años

mujeres con cancha la opinión pública y el fútbol femenino

(46,2%). Por otro lado, entre quienes dicen saber poco, el 69,2% son mujeres y el 30,8% varones (ver cuadro N° 4).

Gráfico N°2. Medios a través de los cuales la población uruguaya escuchó hablar del campeonato uruguayo de fútbol femenino.



- **44,5%** Medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, etc.).
- **37,9%** Redes sociales.
- **15,9%** Conozco a alguien que juega / que va a los partidos/ que arbitra/ del cuerpo técnico.
- **1,7%** Otro.

Cuadro N°4. Nivel de conocimiento que las personas encuestadas manifiestan tener sobre el campeonato uruguayo de fútbol femenino.

| | Total | Sexo | | Zona de residencia | | Edad | | | Nivel educativo | | |
|------------------------------|-------|-------|--------|--------------------|----------|---------|---------|----------|-----------------|-------|-------|
| | | Mujer | Hombre | Mdeo. | Interior | 18 a 34 | 35 a 59 | 60 y más | Bajo | Medio | Alto |
| Mucho | 6,2% | 2,9% | 9,9% | 6% | 6,3% | 5% | 7% | 7% | 6% | 8,9% | 2,3% |
| Poco | 65,5% | 59,2% | 71,4% | 62,9% | 67,5% | 69,4% | 62,8% | 65,2% | 67,5% | 62,4% | 66,3% |
| Nada | 26,1% | 35,9% | 16,3% | 29,3% | 23,8% | 24% | 27,9% | 26,1% | 23,5% | 26,8% | 30,2% |
| Prefiero no responder | 2,2% | 2% | 2,4% | 1,8% | 2,4% | 1,6% | 2,3% | 1,7% | 3% | 1,9% | 1,2% |

Cuadro N° 5. Composición de género de los distintos niveles de conocimiento que las personas encuestadas dicen tener sobre el campeonato uruguayo de fútbol femenino.

| | Sexo | |
|------------------------------|-------|--------|
| | Mujer | Hombre |
| Mucho | 23,1% | 76,9% |
| Poco | 45,7% | 54,3% |
| Nada | 69,2% | 30,8% |
| Prefiero no responder | 44,4% | 55,6% |

Ante la pregunta: “¿Sabés qué equipos participan en el campeonato uruguayo de fútbol femenino de primera división?” nuevamente los varones responden que sí en un 63,4% y las mujeres responden negativamente en un 70,9%. Conociendo la distribución de los sexos de la población es posible identificar rápidamente que el grupo de personas (46,2%) que dice saber cuales son los equipos participantes son mayoritariamente varones (68,1%).

Cuadro N° 6. Conocimiento sobre los equipos participantes del campeonato uruguayo de fútbol femenino.

| | Total | Sexo | | Zona de residencia | | Edad | | | Nivel educativo | | |
|-----------|-------|-------|--------|--------------------|----------|---------|---------|----------|-----------------|-------|-------|
| | | Mujer | Hombre | Mdeo. | Interior | 18 a 34 | 35 a 59 | 60 y más | Bajo | Medio | Alto |
| Sí | 46,2% | 29,1% | 63,4% | 47,3% | 45,2% | 49,2% | 47,1% | 42,1% | 44% | 49,7% | 44,7% |
| No | 53,8% | 70,9% | 36,6% | 52,7% | 54,8% | 50,8% | 52,9% | 57,9% | 56% | 50,3% | 55,3% |

mujeres con cancha

la opinión pública y el fútbol femenino

Cuadro N° 7. Composición de género de los grupos con y sin conocimiento sobre los equipos participantes del campeonato uruguayo de fútbol femenino.

| | Sexo | |
|----|-------|--------|
| | Mujer | Hombre |
| Sí | 31,9% | 68,1% |
| No | 66,4% | 33,6% |

A quienes respondieron afirmativamente la pregunta anterior se les pidió mencionar hasta tres equipos que actualmente participan del campeonato uruguayo de primera división femenino y el 90,8% de las respuestas fueron correctas, mientras que un 7,4% mencionó equipos que no participan de este torneo (ver cuadro N° 8).

Las diferencias se hacen mucho menos notorias al indagar sobre su conocimiento de jugadoras de fútbol. El 31,6% admite conocer alguna jugadora y mujeres y varones reconocen no conocerlas en un 75,7% y 60,2% respectivamente.

Las jugadoras más nombradas pertenecen tanto a equipos uruguayos como extranjeros. Las principales de ellas fueron Belén Aquino (uruguaya, selección nacional, Club Atlético Peñarol), Wendy Carballo (uruguaya, selección nacional, Sport Club Internacional Brasileño), Esperanza Pizarro (uruguaya, selección nacional, Santa Teresa CD), Josefina Villanueva (uruguaya, selección nacional, Club Nacional de Fútbol) y Yamila Badell (uruguaya, selección nacional, Club Nacional de Fútbol).

Cuadro N° 8. Equipos mencionados al consultar qué equipos conocen que participen actualmente del campeonato de primera división femenino .

| Equipo | % |
|------------------------------------|----------|
| Nacional | 31,6% |
| Peñarol | 29,9% |
| Defensor | 14,4% |
| Liverpool | 5,8% |
| River | 2,4% |
| Náutico | 2% |
| Fenix | 2% |
| Wanderers | 1,7% |
| Atenas | 1% |
| Menciona equipos que no participan | 7,4% |
| No corresponde | 1,8% |

Estereotipos de género: los espacios de socialización con el deporte desde la infancia

Entendemos por estereotipo la construcción de un modelo, aceptado por la sociedad, que se convierte en la idea inmutable que colectivamente se tiene sobre un determinado grupo, al que se le atribuyen conductas, características, rasgos y habilidades distintivas o comunes. Dichas atribuciones se realizan en base a generalizaciones, que posteriormente se transforman en prejuicios que condicionan el comportamiento de los individuos.

Históricamente los estereotipos de género han determinado el desarrollo personal y profesional de mujeres y varones en relación a las llamadas cualidades naturales de ambos géneros. La designación de estas cualidades edifica estructuras de poder y opresión en detrimento de las mujeres (ONU mujeres, 2021). El deporte es una de las áreas que por excelencia se encuentran impregnadas por estos estereotipos. Bajo el argumento de características físicas y diferencias biológicas, así como intereses de “nene” y de “nena”, o atributos masculinos y femeninos, se han establecido patrones que condicionan el ingreso a determinadas prácticas deportivas. El fútbol, habitualmente relacionado

con la fuerza, la velocidad y la agresividad, ha sido equívocamente asociado a la idea de “masculinidad”.

La relación entre las niñas y el deporte

En los relatos surgidos de las entrevistas aparece que el comienzo de todos los vínculos de las niñas con el deporte está influenciado por la presencia de una figura masculina –en su mayoría hermanos mayores o menores– con intereses similares. Esta influencia, en más de un caso, parece opacar a ojos de los adultos los deseos de las niñas frente a la actividad deportiva y provoca resistencia a su incorporación.

“Mi padre estuvo muy inserto en lo que es el fútbol, mi hermano dos años mayor hombre, baby fútbol, bla bla bla. Yo atrás. Eso me llevó a disfrutarlo y mientras fui creciendo dije ‘quiero hacer esto’, al principio como hobby y después cómo algo más que hobby.” Sofía Olivera, jugadora.

“Tengo un hermano más chico y lo intentaron llevar al baby. Yo intenté sumarme pero no tuve chance. Cuando la abuela de mi prima me comentó de una convocatoria mi madre al principio tuvo un poco de rechazo pero mi padre no, y enseguida me acompañó (...).” Valeria Colman, jugadora.

“Me gustaba el fútbol por mi hermano –cuatro años mayor– que siempre jugaba y yo iba a las canchas con él, a las prácticas y todo. Mi madre no me dejaba jugar por eso de que la mujer no puede jugar al fútbol. Le dije que quería jugar y me dijo que no. En esa semana salió en la tele que había cursos para árbitros y dije ‘yo quiero ser árbitra’ (...). Me dejaban jugar con mi hermano, pero para meterme a un cuadro estaba eso de ‘Ay no, ¿qué van a decir? ¿Qué va a pasar contigo? Te vas a meter en un mundo (...) de hombres’.” Daiana Fernandez, árbitra.

mujeres con cancha estereotipos de género

Esta resistencia se desvanece, por lo general, frente a la insistencia y seriedad que adquiere la práctica deportiva de esas niñas en la adolescencia y la adultez.

“[Después] la contención de mi madre fue fundamental para todo. (...) Dije ‘tengo que preparar una prueba física de hombres porque quiero subir a primera’. En ese momento estudiaba y llegaba a casa y tenía toda la comida pronta (...) Eso es fundamental, sino capaz no podría haber entrenado todo lo que tenía que entrenar para salvar las pruebas de hombre.” Daiana Fernandez, árbitra.

“Mi madre se terminó acostumbrando y ahora siempre me acompaña.” Valeria Colman, jugadora.

“A los 16 años me llamaron de la primera selección, y empecé a entender que quería que fuera parte de mi vida. Verlo como un trabajo era un montón, pero si como una diaria, una rutina.”

Sofía Olivera, jugadora.

La desigualdad en los ámbitos de socialización con el deporte en la infancia también aparece mencionada. La escuela es el primer lugar identificado donde las diferencias de género empiezan a establecer mandatos que se reproducen en el resto de la vida de los niños, niñas y adolescentes. Los espacios públicos, de diversión y, por supuesto, deportividad son mayoritariamente habitados y absorbidos por los varones.

“Siempre fui una chiquilina que le gustaron los deportes. Era de las pocas gurisas que salía a jugar a la calle, porque socialmente los espacios públicos son de los hombres. Las plazas, las canchas, incluso los recreos de la escuela los ocupan los varones, las nenas están sentadas. Yo era de las únicas que jugaba en los recreos, los chiquilines me iban a buscar para jugar. Era bastante común y nunca me dijeron que no lo podía hacer.” Valeria Colman, jugadora.

«(...) Las plazas, las canchas, incluso los recreos de la escuela los ocupan los varones, las nenas están sentadas. (...)»

Valeria Colman, jugadora.

mujeres con cancha estereotipos de género

3. La Organización Nacional de Fútbol Infantil (ONFI), funciona en la órbita de la Secretaría Nacional del Deporte, y actualmente tiene la rectoría única del Fútbol infantil en niños y niñas de entre 0 y 13 años de edad, en todo el territorio nacional (ONFI, s.f.).

El fútbol infantil mixto y sus consecuencias

El avance más importante en esta materia fue de la mano al establecimiento del Baby Fútbol mixto. A pesar de que continúan existiendo campeonatos femeninos, en el año 2005 ONFI³ comenzó a organizar campeonatos de fútbol infantil mixtos, donde niños y niñas juegan juntos. En 2005 había solamente 42 niñas fichadas en ONFI, pero según datos expuestos por Plada Pais y Ramallo Bonvin (2015), ya para el año 2015 eran aproximadamente 3.000 las niñas jugando al fútbol frente a 60.000 niños en todo el territorio nacional. Los cambios producidos a partir de esta disposición son evidentes numéricamente pero también incalculables en términos de mejora en las habilidades futbolísticas de las futuras jugadoras –el “semillero”– hasta un cambio en la composición social que ayude a combatir estos mandatos presentes en los espacios de socialización de los niños, niñas y adolescentes.

“El boom del baby fútbol mixto llegó tres, cuatro años después que yo empecé el fútbol. [Viví ese momento] con un poco de desazón. Si hubiera nacido tres o cuatro años después se hubiera visto más normal. [De todas formas] tuve que enfrentar a muchas jugadoras que ya habían hecho una base de baby fútbol y en lo futbolístico había una notoria mejoría.” Sofía Olivera, jugadora.

La irrupción de esta nueva forma de habitar el fútbol en la infancia, donde niños y niñas juegan y aprenden juntos, funciona como un precedente en la lucha por la igualdad de condiciones. La experiencia, e incluso la habilidad, de quienes comienzan a relacionarse con este deporte en la adolescencia o juventud no es la misma a la de quienes dan sus primeros pasos desde los seis, siete u ocho años. Asimismo, el poder habitar los mismos ambientes que sus pares varones, le da a las niñas la posibilidad de adquirir visibilidad frente a los clubes y principalmente frente a

las familias. Anteriormente, el primer contacto de las jugadoras con la institucionalidad podía ser mediante una convocatoria en el seleccionado nacional juvenil, sin haber competido en un equipo afiliado a AUF.

“Yo que trabajo con nenas chiquitas me doy cuenta la que ya viene jugando hace un par de años. Vienen con otra experiencia motriz, otra técnica, su formación va a ser mucho mejor que las jugadoras más grandes, van a poder ser mejores jugadoras por su desarrollo (...) La apertura a las niñas desde los clubes es otra, se están creando cada vez más equipos de niñas chicas.”

Valeria Colman, jugadora.

En su página web, dentro del apartado referente a la filosofía de la institución, ONFI explicita sus valores fundamentales, entre los que se encuentran la igualdad y la inclusión. Respectivamente son explicados de la siguiente manera:

“Trabajamos diariamente para favorecer la igualdad en todas sus expresiones. Creemos que el universo del fútbol infantil permite compartir instancias y valores que desplazan todas las barreras existentes y favorecen la equidad. Entendemos al fútbol infantil como un escenario que reúne e integra a todas las personas de nuestro país, invitándoles a participar, contribuir y beneficiarse de él, realzando su sentido de pertenencia y reconocimiento.”
(ONFI, s.f.)

¿Qué dice la población uruguaya sobre los estereotipos?

“El fútbol es un deporte masculino.”

El 77,2% de las personas encuestadas se manifestaron en desacuerdo con esta afirmación, y el 3% que estuvo de

mujeres con cancha estereotipos de género

acuerdo esgrimió argumentos tales como el hecho de ser un deporte de contacto y agresivo incompatible con la feminidad de la mujer o la tradición.

“Porque es un deporte agresivo muy competitivo y las chicas pierden la feminidad delicada.”

“Porque no me gusta ver mujeres jugando fútbol.”

“Porque el fútbol se hizo para los varones.”

“Porque el fútbol siempre se dijo es para hombres.”

Gráfico N° 3. Opinión de la población encuestada ante la afirmación “El fútbol es un deporte masculino”



- **3%** De acuerdo.
- **13,1%** Ni acuerdo ni desacuerdo.
- **77,2%** En desacuerdo.
- **6,7%** Prefiero no responder.

La situación actual del fútbol femenino

Condiciones materiales e infraestructura

Al tratar las problemáticas en torno al fútbol femenino, el primer tópico al que nos enfrentamos son las condiciones de desarrollo del mismo. Los primeros hallazgos refieren a la infraestructura y las condiciones materiales a disposición de las jugadoras y el plantel.

Los testimonios relatan que hasta hace pocos años la falta de transporte, indumentaria, e incluso espacios de entrenamiento era lo habitual. Frente a esta situación las jugadoras debían utilizar prendas particulares, diseñadas para los equipos masculinos o indumentaria restante de algún torneo internacional. Asimismo, los entrenamientos ocurrían en canchas alquiladas o prestadas, plazas y otros lugares públicos. En este sentido se observa un avance importante en los últimos años.

“Desde el 2020 entrenamos en los Céspedes [Nacional]. (...) Llegar es usar los recursos que ya están en el complejo deportivo. Tenés gimnasio, una cancha. Al principio te veían con cara rara, nunca habían estado mujeres entrenando en el complejo. Pero hoy por hoy ganamos el espacio y es totalmente común estar ahí.”

Valeria Colman, jugadora.

El acceso al complejo deportivo, canchas de entrenamiento, vestuarios, indumentaria e incluso transporte han sido algunas de las facilidades adquiridas por las jugadoras. De todas formas, su situación permanece siempre más

mujeres con cancha

la situación actual del fútbol femenino

cercana a las inferiores de las categorías masculinas –con quienes incluso pueden compartir transporte, en caso de ser proporcionado por el club–.

No obstante, dicho avance no se ha desarrollado de manera simultánea en todos los clubes de primera división. Son pocas las instituciones mencionadas como promotoras de estos avances, mientras que en la gran mayoría las jugadoras aún entrenan y juegan en las condiciones anteriormente descritas (canchas anexas, parques, con vestimenta propia). Esto se debe, en gran medida, a una lógica que enlaza –o incluso relega– el avance de las condiciones del fútbol femenino a los resultados obtenidos y la consecución de objetivos.

“Por el objetivo, la meta, se pierde el camino y no se hace nada. Todo el año estuvieron sin camiseta, pero no pasa nada porque quedaron terceras. Me fue bien sin hacer nada. (...) Y los clubes no dicen ‘Si pongo un poquito me va a ir mejor’, dicen ‘Si con esto alcanzó...’. Ese es el debe de las instituciones del fútbol uruguayo.”
Sofía Olivera, jugadora.

“[Todo] va acompañado de los títulos que logra el club. Cuando el club empieza a crecer en ese sentido se nota el aumento en el apoyo. Cuando no, se nota que va lo mínimo indispensable. ¿Qué necesito para tener femenino? ¿Estas tres cosas? Estas tres cosas doy, no me pidas cuatro. También está de la mano el “para tener tenés que ganar’ (...) que no pasa en el masculino. (...) Tanto en Uruguay como en Argentina se nota lo que es la conexión dirigente-jugadoras con el resultado. Si te va bien “que bueno, te voy a apoyar’, si te va mal no hay tanto apoyo o demostración de interés.” Sofía Olivera, jugadora.

“Rampla, un cuadro multicampeón, de los más ganadores de lo que hay en femenino, entrenaban al costado del Estadio

Centenario. No el de hoy, era pasto y nada más, canchitas de tierra. Ahí entrenó el mejor equipo del fútbol femenino hasta el día de hoy, es el mejor equipo, el más ganador.” Sofía Olivera, jugadora.

Dichas condiciones precarias se ven profundizadas en las categorías B y C de fútbol femenino, donde la realidad es descrita como “peor y totalmente diferente”.

Son dos las razones que las propias protagonistas le adjudican a esta situación: la falta de inversión de los clubes y la ausencia de obligatoriedad por parte de la AUF.

“El fútbol femenino es inversión, siempre fue inversión (...). Hay muchas instituciones con mucho dinero que igual no apoyan o no invierten. (...) Si empiezan a invertir el fútbol femenino se va a ver mejorado en un 100%. Lo demostraron Nacional y Peñarol en este último tiempo. Fueron los primeros dos clubes que empezaron a entrenar todos los días y en lo futbolístico se mejoró un montón. De hecho en este último tiempo Nacional llegó a ser cuarto en una Copa Libertadores. Cuarto de diez equipos en América del Sur es pila porque hay varios países que ya son profesionales. Y eso fue porque Nacional invirtió.” Sofía Olivera, jugadora.

“El responsable del crecimiento del fútbol femenino es la AUF. Los ingresos que llegan desde FIFA son destinados a la selección (...).” Virginia Ithurbide, comunicadora.

Los problemas de inversión e infraestructura no se reflejan únicamente en las condiciones y resultados de los equipos. Afectadas por la convocatoria y consumo del público –como abordaremos en profundidad más adelante–, las labores aledañas en torno al fútbol femenino son valoradas de manera muy diferente a las vinculadas al masculino, perjudicando el desarrollo de este deporte. Ejemplo de eso es la retribución salarial percibida por árbitros/as y

mujeres con cancha

la situación actual del fútbol femenino

asistentes. La remuneración por el arbitraje y la asistencia de un partido del campeonato femenino A es similar a la de un partido masculino en las categorías inferiores.

“La diferencia de lo que nos pagan [por arbitrar] un partido femenino y uno masculino es muy grande (...) [En] un partido femenino en primera, como árbitra, te pagan más o menos como un sub-14 maculino. Como asistente es la mitad.”

Daiana Fernandez, árbitra.

Los recursos y la inversión adecuados para el fútbol femenino según los y las uruguayas

“El fútbol femenino debería contar con los mismos recursos (económicos, materiales, humanos, etc.) que el fútbol masculino.” El 85,6% se manifestó de acuerdo y un 2,4% en desacuerdo. Las mujeres están de acuerdo con esta afirmación en un 91,4% mientras que en el caso de los hombres lo están en un 79,6%. El nivel educativo bajo es el que se manifiesta más a favor de esta consigna (91,2%) y decrece en la medida que aumenta el nivel educativo. Complementariamente el desacuerdo decrece en la medida en que disminuye el nivel educativo. En cuanto a los distintos tramos etarios de las personas encuestadas, ningún grupo se destacó por su inclinación preferencial por alguna de las opciones, salvo por estar levemente más predispuestas aquellas personas mayores de 60 años a no hablar del tema.

Si tuviéramos que describir cómo están compuestos los grupos que responden que están en desacuerdo o ni de acuerdo ni en desacuerdo podríamos afirmar que ambos están en su amplia mayoría compuestos por varones (83,3%

en el primer caso y 78,9% en el segundo). Los discordantes son principalmente montevideanos (83,3%) y quienes prefieren no responder son mayoritariamente residentes del interior (77,3%).

Los argumentos esgrimidos por quienes están a favor de esta afirmación tienen que ver con la necesidad de subsistencia del fútbol femenino, el impulso para su desarrollo, una distribución desigual de los recursos, la ausencia de apoyo por parte de la AUF, el carácter popular del fútbol y una reivindicación a las capacidades deportivas de las mujeres.

Gráfico N° 4. Opinión ante la afirmación “El fútbol femenino debería contar con los mismos recursos que el fútbol masculino”.



- **85,6%** De acuerdo.
- **7,6%** Ni acuerdo ni desacuerdo.
- **2,4%** En desacuerdo.
- **4,4%** Prefiero no responder.

mujeres con cancha **la situación actual del fútbol femenino**

Argumentos a favor y en contra sobre la afirmación:

“El fútbol femenino debería contar con los mismos recursos que el fútbol masculino”



ARGUMENTO EN CONTRA

“Porque aún el fútbol femenino no ha alcanzado un nivel de desarrollo suficiente para tener iguales recursos”



ARGUMENTO EN CONTRA

“Que cada grupo se busque su sponsor”



ARGUMENTO A FAVOR

“Porque es un deporte popular y todos merecen las mismas oportunidades”



ARGUMENTO A FAVOR

“Para entrenar jugar y competir necesitas dinero”





ARGUMENTO EN CONTRA

“Pues en todos los deportes se necesitan años de competencia para adquirir protagonismo en la sociedad”



ARGUMENTO EN CONTRA

“Porque las mujeres... son de la cocina”



ARGUMENTO A FAVOR

“Porque sería interesante poder seguir el fútbol femenino”

ARGUMENTO A FAVOR

“Porque todos tienen el mismo derecho de desarrollar su pasión y profesión”



ARGUMENTO A FAVOR

“Para que no sea una carga para las jugadoras”



ARGUMENTO EN CONTRA

“Porque para mí la mujer no tiene que jugar al fútbol”

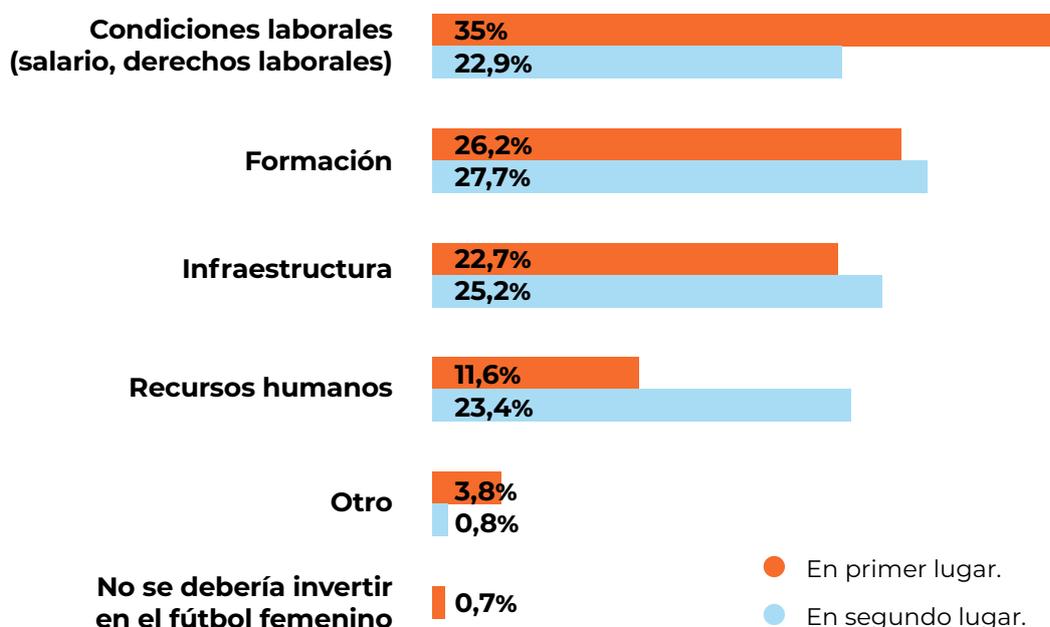
mujeres con cancha

la situación actual del fútbol femenino

Por otro lado, quienes se manifiestan en desacuerdo con la existencia de recursos igualitarios en el deporte o bien eligen la opción “ni acuerdo ni desacuerdo” utilizaron argumentos idénticos, por ello sus explicaciones fueron agrupadas. De hecho no es posible sacar características diferenciales de cada grupo e incluso la procedencia de los argumentos es indistinguible una vez fueron agrupados.

Inversamente a lo esgrimido por el grupo anterior expresaron la necesidad de que el fútbol tenga mayor difusión y desarrollo para poder acceder a los mismos recursos que el fútbol masculino. En otros casos entienden que se trata de una cuestión estrictamente de mercado.

Gráfico N° 5. Opinión de la población encuestada al consultarle sobre posibles destinos dentro del fútbol femenino a los que destinar una inversión de capital extranjero.



Por otro lado, en el marco del capital provisto por la FIFA para destinar al fútbol femenino se les consultó a la personas encuestadas en qué se debería comenzar a invertir

dinero en caso de contar con capital extranjero para ello. El 35% eligió como primera prioridad las condiciones laborales de los planteles, seguida por la formación de los mismos (26,2%). La segunda prioridad de los/as encuestados/as se dirigió a la formación (27,7%) seguido por la inversión en infraestructura (25,2%).

Los efectos de la normativa y la obligación sobre los clubes

Frente a los presupuestos brindados por la FIFA, CONMEBOL y AUF, el desinterés de los clubes, causa de la ausencia de inversión directa en los planteles femeninos, es consecuencia de la falta de más normativa que regule espacios e instancias en torno al fútbol femenino. En el 2018 la CONMEBOL estableció en su reglamento de licencia de clubes –capítulo IV, artículo D.04 “Equipo femenino”– que todos los equipos del continente clasificados para la Copa Libertadores y la Copa Sudamericana, a partir de sus ediciones 2019, deben tener un plantel femenino en sus clubes para poder participar en los torneos masculinos. Además de un primer equipo de mujeres, la norma también solicita a cada club la formación de, por lo menos, una categoría juvenil femenina. Se exige que ambos equipos cuenten con infraestructura e instalaciones adecuadas para que las mujeres puedan entrenar y jugar los partidos en correctas condiciones, así como su participación en torneos de su federación, nacionales o regionales. Esta disposición es ratificada por la AUF para la participación en Ligas Profesionales, en su propio reglamento de concesión de licencias de clubes, artículo 30 “Equipo femenino”.

Por otra parte, en el reglamento de licencias de clubes en el fútbol femenino –capítulo IV–, la confederación sudamericana demanda a los equipos femeninos, para poder participar de la Copa Libertadores, que entre los oficiales

«(...) También hay una obligación de que al menos un integrante del cuerpo técnico sea mujer. Ahí te das cuenta lo que es la inserción de la mujer en muchos ámbitos. [Ya que] algunos clubes tienen solo una.»

de la delegación, obligatoriamente dos sean mujeres, entre ellas pueden ser entrenadora, asistente, médica, kinesióloga, preparadora de arqueros, administrativa u otra (D.01 “Oficiales de la Delegación del Club”). A esta demanda se le suma, desde el año 2020, la obligación de contar con un director/a técnico/a responsable del primer equipo cuya licencia, desde el 2022, debe ser de entrenador “A” (D.02 “Director/a Técnico/a del Primer Equipo”). Desde 2021, la AUF reconoce este programa de licencias establecido por CONMEBOL en la mencionada copa.

Estos casos de intervención de la mayor autoridad regional y nacional de fútbol han tenido impactos reconocidos como positivos y fundamentales en el desarrollo del fútbol femenino.

“En 2003 cuando yo empiezo estaba el técnico y amigos del técnico que ayudan, no había profe, no había médico (...) Hoy existe una obligación de que los equipos que se presentan a campeonato tengan un cuerpo técnico. Técnico, ayudante técnico, fisioterapeuta o kinesiólogo, médico y ‘profe’ [preparador físico]. (...) Este es un avance que tuvo AUF, pero desde CONMEBOL se baja la línea. Fue recontra productivo para el fútbol femenino.”

Sofía Olivera, jugadora.

“De parte de CONMEBOL también hay una obligación de que al menos un integrante del cuerpo técnico sea mujer. Ahí te das cuenta lo que es la inserción de la mujer en muchos ámbitos. [Ya que] algunos clubes tienen solo una.” Sofía Olivera, jugadora.

El aumento de políticas que encadenen el accionar y desempeño de una institución deportiva en todas sus ligas, al desarrollo del fútbol femenino y la inserción de mujeres en los ámbitos deportivos, técnicos y directivos, sería una

mujeres con cancha

la situación actual del fútbol femenino

forma de derribar la lógica de dependencia a los resultados que se sostiene aún hoy en la liga femenina.

“Hay políticas que hacen que el espacio se tenga que generar. En AUF se obliga a que los equipos de primera división [masculina] tengan femenino. (...) Ahora ocurre lo mismo con el femenino. Si estás en primera tenés que tener dos categorías formativas, cada vez el espacio se va generando más a través de esas políticas.”

Valeria Colman, jugadora.

La profesionalización del fútbol femenino

Cuando se habla de profesionalización, ¿qué entienden los y las uruguayas?

Al indagar sobre el concepto de profesionalización del fútbol femenino, 1 de cada 3 encuestados/as lo relaciona con la existencia de contratos de trabajo formales seguido por la posesión de infraestructura para la práctica deportiva (24,1%). Las condiciones adecuadas de trabajo y la formación de los distintos roles del rubro fueron ubicados en el cuarto y quinto puesto respectivamente con 15,5% y 13,1% en cada uno de los casos. Los salarios elevados, la fama y el reconocimiento y la visibilización en medios de prensa masivos no están tan asociados al concepto de profesionalización (ver gráfico N° 6).

Pero, ¿en qué consiste realmente la profesionalización? La voz de las protagonistas

“El profesionalismo total es vivir de y para el fútbol. Hay muchas jugadoras que viven para el fútbol (...) [Pero] ser profesional implica poder vivir de eso, que sea total.” Sofía Olivera, jugadora.

A pesar de las múltiples concepciones e ideas en torno al término ‘profesionalización del fútbol femenino’, las protagonistas entienden que esta depende de tres componentes fundamentales: un salario acorde, recursos materiales y humanos suficientes, y la deportividad adecuada.

mujeres con cancha la profesionalización del fútbol femenino

Gráfico N° 6. Asociaciones de la población encuestada sobre la profesionalización del fútbol femenino.



- **33,1%** Contratos de trabajo formales.
- **24,1%** Infraestructura para la práctica deportiva (canchas adecuadas, insumos materiales, gestión logística, etc.).
- **15,5%** Condiciones adecuadas de trabajo.
- **13,1%** Formación de los distintos roles que existen (jugadoras, árbitras, gestoras, etc.).
- **7%** Visibilización en medios de prensa masivos.
- **3,5%** Fama y reconocimiento de las jugadoras y árbitras.
- **2%** Salarios elevados.
- **1,7%** Otro.

“Hay dos maneras de ver la palabra profesionalización. Una que es con un sueldo, sos profesional porque te pagan. Y también cuál es el valor que tiene ser profesional. El masculino tiene un mínimo de sueldo, si cobrás menos de eso ya no sos profesional. Hay otra manera de verlo, sobre todo en el fútbol femenino que está en desarrollo, que es el ámbito en el que te movés, en el que practicás, qué recursos materiales y humanos tenés. Para mi ser profesional en el fútbol hoy, va más por los recursos que tenés (...) Ya cuando la igualdad de condiciones sea mejor para todos, se va a poder hablar de ser profesional con un dinero.”

Valeria Colman, jugadora.

“Para que sea realmente profesional hay dos aspectos. Uno es económico, que yo pueda dedicarme solamente a eso y recibir un dinero que me lo permita. El otro es el ámbito deportivo, alimentación, el típico entrenamiento fantasma, ir todos los días a entrenar y llegar a una exigencia física increíble. Esto último es vivir para el deporte, [pero sin el componente económico,] no del deporte. Hoy no puedo considerar al fútbol femenino en Uruguay como profesional porque no se junta con lo económico. Por más que yo quiera ser lo más deportivamente profesional no puedo porque capaz no puedo comer bien en el día porque tengo que trabajar nueve, diez horas (...) o estudiar seis horas. (...) Cuando hay profesionales totales que viven del fútbol se siente.”

Sofía Olivera, jugadora.

A la cotidianidad, rigurosidad y disciplina de las jugadoras, se le debe sumar la existencia de una infraestructura junto a un entorno material y recursos humanos suficientes, y el poder vivir de la práctica deportiva con un salario digno y acorde a la exigencia. Estos dos últimos componentes son los que no se encuentran presentes en el fútbol femenino uruguayo, y que obligan a catalogarlo como “amateur” o “semiprofesional”.

“En Uruguay, no solo el femenino, en su mayoría, es amateur. (...) Al fútbol femenino tenés que darle condiciones –más que el sueldo–, apelar a condiciones mínimas: conos, pelotas, campera para entrenar en invierno, un lugar donde bañarte sin que te mueras de frío, una red de cuidados y protección (...).”

Virginia Ithurbide, comunicadora.

Solo un equipo de primera división (Nacional) ofrece contratos de trabajo formales a todas sus jugadoras. Los demás otorgan contratos a una parte del plantel –mientras que el resto solo cobra viáticos–, pagan únicamente viáticos o no ofrecen retribución alguna. Se destaca como

mujeres con cancha

la profesionalización del fútbol femenino

especialmente problemática la situación de tener una parte del plantel con contratos de trabajo y otra parte sin ellos, por las exigencias que se les puede hacer a las jugadoras en cada condición y por la relación entre las mismas.

“(...) [La semi profesionalización provoca] una desigualdad muy notoria. (...) Hay muchas jugadoras que dejan porque no están encontrando esa igualdad, ni ese interés o disposición de poder hacer cosas que otras [jugadoras] sí.” Sofía Olivera, jugadora.

“La diferencia genera incomodidad (...) y la exigencia no puede ser la misma.” Sofía Olivera, jugadora.

Para evitar que exista esta desigualdad, las entrevistadas manifiestan el deseo de que el camino al profesionalismo se dé a la par, “todas juntas”.

La cuestión salarial

Indistintamente de la existencia de un contrato de trabajo o no, las jugadoras expresan que el nivel del salario no permite a ninguna poder vivir del fútbol. Por esa razón, se le adjudica un carácter más simbólico a los contratos que netamente beneficioso en términos económicos. Dicho salario no fue sometido a un acuerdo que establezca un mínimo salarial por cantidad de horas, tareas o desempeño. No existe, sin embargo, una intención real de establecerlo en el corto plazo por parte de algunas jugadoras, ya que hacerlo supondría reconocer y aceptar una diferencia o desigualdad entre las y los jugadores “profesionales”.

‘No hay un mínimo porque no está reglamentado. Tampoco lo queremos reglamentar ya que, ¿por qué la mujer tendría que cobrar menos por ser profesional? Queremos llegar a que el sueldo masculino y femenino sea el mismo’ Valeria Colman, jugadora.

“Las mujeres futbolistas deberían tener igual salario que los varones futbolistas de la misma categoría/división.” Esta fue la afirmación que generó más desacuerdo entre las personas encuestadas. El 72,7% se manifestó a favor mientras que el 5,7% se manifestó en contra. Además 1 de cada 10 encuestados/as prefirió no responder.

Gráfico N° 7. Opinión ante la afirmación “Las mujeres futbolistas deberían tener igual salario que los varones futbolistas de la misma categoría o división”.



- **72,7%** De acuerdo.
- **10,8%** Ni acuerdo ni desacuerdo.
- **5,7%** En desacuerdo.
- **10,8%** Prefiero no responder.

Respecto a esta consigna las mujeres opinaron favorablemente en un 82,7% en oposición a los varones que lo hicieron en un 61,8%. A su vez 1 de cada 10 varones se encuentra en desacuerdo con que jugadores y jugadoras futbolistas de la misma división tengan un salario igualitario.

El nivel educativo bajo se sigue comportando de la manera explicitada anteriormente. En este caso acumula el mayor acuerdo con la consigna (75,2%) y la mayor elección de la respuesta “prefiero no responder” (13,9%).

mujeres con cancha la profesionalización del fútbol femenino

Si bien la opinión favorable a esta consigna es idéntica en capitalinos como residentes del interior, sigue observándose la mayor tendencia en estos últimos a preferir la no respuesta y el mayor desacuerdo en el caso de los montevideanos.

Cuadro N° 8. Opinión de la población encuestada ante la afirmación “Las mujeres futbolistas deberían tener igual salario que los varones futbolistas de la misma categoría o división”.

| | Sexo | | Zona de residencia | | Edad | | | Nivel educativo | | |
|---------------------------------|-------|--------|--------------------|----------|---------|---------|----------|-----------------|-------|-------|
| | Mujer | Hombre | Mdeo. | Interior | 18 a 34 | 35 a 59 | 60 y más | Bajo | Medio | Alto |
| De acuerdo | 82,7% | 61,8% | 72,8% | 72,8% | 68,8% | 75,9% | 72% | 75,2% | 70,8% | 71,7% |
| Ni acuerdo ni desacuerdo | 6% | 16,2% | 12,1% | 9,9% | 12,5% | 8,8% | 12,1% | 8,4% | 14,6% | 8,8% |
| En desacuerdo | 1,1% | 10,8% | 7,3% | 4,6% | 5,6% | 7,4% | 3% | 2,5% | 4,7% | 13,3% |
| Prefiero no responder | 10,2% | 11,2% | 7,8% | 12,7% | 13,1% | 7,9% | 12,9% | 13,9% | 9,9% | 6,2% |

A la hora de identificar quiénes componen cada grupo se observa que el grupo favorable al salario igualitario está mayoritariamente compuesto por mujeres en un 59,6% y residentes del interior en un 59,5%. Por otro lado, el grupo en desacuerdo se encuentra compuesto por varones en un 89,7% y nivel educativo alto en un 51,7%. Los varones también son mayoritarios (70,9%) en la opción “ni acuerdo ni desacuerdo”. Por último, el grupo que prefiere no responder es en un 70,4% residente del interior.

Los argumentos igualitaristas hablaron de merecimiento, brecha salarial y “techo de cristal”, incluso surgieron

comparaciones con otros países en donde se han llevado a cabo innovaciones en este sentido.

Los argumentos “en desacuerdo” o “ni de acuerdo ni en desacuerdo” recurren nuevamente a explicar que tiene que ver con las leyes de mercado y a los talentos individuales independientemente del género (ver página siguiente).

La relación con la Mutual

Es de vital importancia en el contexto actual, de desarrollo y camino a la profesionalización, la relación entre las jugadoras y la Mutual Uruguaya de Futbolistas Profesionales (MUFP). En la actualidad esta relación está consolidada y dentro de la Mutual existe un departamento dedicado exclusivamente al fútbol femenino.

El departamento nace a partir de una organización creada por la capitana de la selección uruguaya y las capitanas de algunos clubes, posterior a un seminario organizado por la Federación Internacional de Futbolistas Profesionales (FIFPRO) junto con la organización de jugadoras de Chile –sede de la Copa América Femenina 2018-. A las capitanas se le sumaron diversas profesionales de otras áreas laborales (abogadas, “profes”) vinculadas al mundo del fútbol. Cuando se establecieron los primeros contactos con la Mutual, desde allí “se sorprendían” por la cantidad de mujeres deportistas que integraban la organización, y además ejercían otra profesión.

Durante años la Mutual mantuvo una postura de apoyo y brindó a las jugadoras los mismos beneficios que a los jugadores masculinos, hasta finalmente, entre fines del año 2021 y principios de 2022, absorber la organización.

mujeres con cancha **la profesionalización del fútbol femenino**

Argumentos a favor y en contra sobre la afirmación:

“Las mujeres futbolistas deberían tener igual salario que los varones futbolistas de la misma categoría o división”



ARGUMENTO EN CONTRA

“Los futbolistas del mismo sexo tienen inmensas diferencias salariales entre ellos. No pasa por su género”



ARGUMENTO EN CONTRA

“Como en todo trabajo ganas por tu desempeño”



ARGUMENTO A FAVOR

“A mismo trabajo misma remuneración”



ARGUMENTO A FAVOR

“Porque sería una buena manera que pudieran dedicar tiempo suficiente a practicarlo”





ARGUMENTO EN CONTRA

“Porque pasa por tema económico y además la gente tiene que estar preparada para aceptar los cambios”



ARGUMENTO EN CONTRA

“El lugar y espacio se lo tienen que generar y ganar ellas”



ARGUMENTO A FAVOR

“Porque son pocas las futbolistas que pueden vivir de este deporte”

ARGUMENTO A FAVOR

“Porque es necesario para tener una sociedad más justa e igualitaria con las mujeres”



ARGUMENTO A FAVOR

“Porque existen muy buenas futbolistas que lo merecen”



ARGUMENTO EN CONTRA

“Recién se inicia esta competición más adelante debe ser igualitario”

mujeres con cancha

la profesionalización del fútbol femenino

“En un principio creamos una organización de jugadoras [que] siempre tuvo el apoyo de la Mutual, pero no podíamos incluirnos porque es para profesionales y nosotros no lo éramos. [De todas formas] siempre hubo un vínculo cercano y apoyo en lo que necesitáramos, abogados, cualquier profesional que trabaje en la Mutual. (...) Siempre se apoyó a la jugadora y se le brindó los mismos beneficios que a un jugador. Este año se creó el Departamento de Fútbol Femenino dentro de la Mutual, y hay una jugadora a la que se le paga (...) por estar trabajando para el fútbol femenino y mejorar los recursos de las jugadoras. (...) Este departamento absorbió a esta organización” Valeria Colman, jugadora.

Los beneficios y derechos adquiridos junto a la Mutual son gozados por jugadoras tanto profesionales como amateurs. Esto se debe al escaso número de jugadoras que poseen un contrato de trabajo.

“La relación con la Mutual, por ser el fútbol femenino todavía amateur, es indistinta si tenés contrato o no. El día de mañana probablemente tengas que ser profesional. Si hoy fuera así, hay solo 35 jugadoras de más de mil que pudieran estar en la Mutual.” Sofía Olivera, jugadora.

“(...) Te da otra posibilidad, conocemos los beneficios que tienen los hombres, es necesario que la mujer sepa que también los tiene por ser futbolista.” Sofía Olivera, jugadora.

Los “pases” y los contratistas, ¿indicadores del camino hacia la profesionalización?

En referencia a la rotación de jugadoras, históricamente el “pase” de una jugadora de un club a otro estuvo determinado exclusivamente por una decisión personal. El “amiguismo” o tener amigas en determinado equipo fue

el principal impulso de rotación entre clubes. Asimismo, la movilidad hacia el extranjero se visualizó siempre como una posibilidad lejana.

Empero, frente a la visibilidad ganada en el último tiempo, hoy en día existe interés por parte de cuerpos técnicos y clubes por “fichar” a jugadoras y aparecen las ofertas, tanto del medio local como del exterior. A este interés se le suma la existencia de becas de formación ofrecidas en otros países para jugar diferentes campeonatos y desarrollar nuevas habilidades.

“Hay muchas jugadoras que apuntan a irse a Estados Unidos y a Europa mediante una beca. (...) Es una posibilidad. [En el tema de los pases] en las formativas se baja el reglamento del masculino y el club te puede retener. (...) Ya cuando sos mayor de edad, al terminarse el año sos jugadora libre y podes decidir si seguir ahí o irte a otro club. Antes la rotación de las jugadoras iba mucho por el amiguismo, ‘tengo amigas en este club y me voy para ahí’, buscar ese lugar donde me siento bien. Hoy por hoy la rotación de las jugadoras es más por el interés de los cuerpos técnicos, te llaman.” Valeria Colman, jugadora.

“Irse a otro país está cada vez más latente. Mis compañeras casi todas tienen representante. Ese actor se incorporó al fútbol femenino. Incluso tengo varias compañeras que han tenido propuestas del exterior. Ahora que se está televisando por AUF TV la jugadora puede generar su contenido para venderse al exterior, antes era mucho más difícil. (...) Es mucho más posible emigrar hoy, (...) hay muchas uruguayas que se han ido y eso abre las puertas de los mercados.” Valeria Colman, jugadora.

“En el medio local podés decir que se fue una jugadora pero no hay un pase al exterior que genere un ingreso. Es imposible decirles que no porque es la posibilidad de crecer, de que les den

mujeres con cancha

la profesionalización del fútbol femenino

mejores cosas como tecnología. Mariana Fernández, Presidenta de la Comisión de Fútbol Femenino.

Sin embargo, la principal novedad en los últimos años fue la aparición del contratista o representante como un actor cada vez más relevante en el fútbol femenino. Esta presencia es consecuencia de la incipiente creación de un mercado de pases que se observa en el mediano y largo plazo, no de rédito económico actual para la jugadora, el representante o la agencia.

“Trabajé hasta hace unos meses con un contratista. (...) Está dentro de los gastos y es, en mi caso, más responsabilidad que beneficio. Depende de cuanto ganes si el porcentaje es más o menos. (...) Si bien te ayudan con algo es más la pérdida. (...) Depende del contratista. En Uruguay es favorable que tengas porque él te hace todos los trámites sin cobrarte un peso por ser amateur, entonces vos no ganas, él no gana. Cuando te vas al exterior es el tema. En el fútbol amateur sí te sirve un montón.”

Sofía Olivera, jugadora.

“El representante tiene un conocimiento que la jugadora no. Él que se acerca al fútbol femenino sabe que esto no es un negocio. No sé cuánta plata le puede sacar a una jugadora. Capaz en Europa sí, pero acá hoy es como un apoyo e ir aprovechando el crecimiento del fútbol femenino para instalarse en un mercado que un futuro seguramente va a ser bueno.”

Valeria Colman, jugadora.

La mejora en la naturaleza de los pases femeninos y la apertura o creación de este mercado no debe ignorar que las condiciones frente al fútbol masculino aún son muy desiguales. Por esta razón, las propias jugadoras recomiendan que los contratos, en caso de existir, sean a corto plazo, puesto que las condiciones económicas externas

pueden variar y desfavorecer a la jugadora. Y, frente a esta situación, ningún club o representante pagará una cláusula para liberarla, porque el mercado aún no ofrece la seguridad y beneficios necesarios.

“Mi consejo sería ‘Firmá por un año’ (...) Para un hombre cuanto más mejor, porque es estabilidad y porque existe ese mercado de compraventa donde el club o el contratista paga la cláusula. [En cambio] en las mujeres el club no la va a pagar, te dice ‘Cuando termines vemos’. Si firmás por dos años te atás, no son dos años de beneficio. Es fundamental, con esta inestabilidad de mercado, firmar por un año.” Sofía Olivera, jugadora.



La realidad de las mujeres: el ciclo menstrual, el embarazo y la maternidad

El ciclo menstrual de las deportistas: del tabú a las canchas

Si pensamos en las particularidades de la trayectoria de la mujer en el mundo del deporte, existen dos hitos a destacar: el ciclo menstrual y el embarazo.

En primer lugar, existe evidencia que vincula el ciclo menstrual con el rendimiento de las mujeres en el deporte. Esto se debe a que el período interviene en la producción y niveles hormonales generando diferentes sensibilidades corporales frente al esfuerzo y la actividad física. Por esta razón, son cada vez más los equipos de fútbol femenino profesional –a nivel de clubes y selecciones– que incorporan el conocimiento sobre el ciclo menstrual de sus jugadoras para poder calendarizar sus entrenamientos y diseñar rutinas particulares que maximicen el rendimiento tanto individual como colectivo. Entre los aspectos a destacar se encuentra la relación entre las diferentes fases del ciclo y la posibilidad de lesión de las jugadoras, así como

la consecuente adecuación nutricional que se puede desprender de dicho ciclo.

A pesar del avance en la investigación y la literatura sobre el tema a nivel nacional e internacional, en la actualidad, ningún club de nuestro país contempla las especificidades de cada momento del ciclo menstrual a la hora de diseñar las actividades de entrenamiento y preparación de las futbolistas. Podemos encontrar las causas de esta desatención en los anteriormente mencionados estereotipos de género y su incidencia en el mundo del deporte. El diseño y adecuación de los entrenamientos, dietas, e incluso estrategias en el fútbol se adapta a una realidad masculina e ignora las diferencias que supone la práctica de este deporte por parte de una mujer.

La ausencia de una calendarización repercute de manera negativa en el desempeño de las jugadoras y desaprovecha las oportunidades de optimizar y maximizar el rendimiento de las mismas. A su vez, las propias jugadoras denuncian enfrentarse a situaciones de destrato al sufrir cólicos menstruales o similares, producto del tabú y la invisibilización de las que suelen ser víctimas estos malestares y todo lo relacionado al periodo menstrual.

“En Argentina está estudiado que en el ciclo menstrual en el post y en el ante, hay hormonas que podés ir trabajando desde la velocidad, la potencia. Por ejemplo, al momento de la menstruación es mejor hacer más peso y no tanto impacto y así. En un club que estuve dividían los grupos de entrenamiento en las fases, en la fase menstrual hacían fuerza, en la fase lútea otra cosa. (...) Esto favorece el rendimiento, (...) es productivo el individualizar muchas cosas. (...) En Europa se usa mucho”

Sofía Olivera, jugadora.

mujeres con cancha

la profesionalización del fútbol femenino

“Desde el club [Nacional] no se contempla el tema de la menstruación. No hay un plan específico que se tenga en cuenta para planificar los entrenamientos. Nunca se nos preguntó en qué fecha del ciclo estamos. (...) A veces cuando alguna se siente muy mal ha habido una discusión con el cuerpo técnico, (...) ‘es la excusa para no entrenar’. (...) Le sacan importancia a ese tipo de dolor (...) En formativas quisimos empezar a generar información sobre qué pasa con la jugadora, si el nivel disminuye, si hay que bajar la intensidad de los entrenamientos. Y no hubo mucho interés desde la coordinación” Valeria Colman, jugadora.

“En el fútbol solo pensamos en desgarros, pubalgia, no en endometriosis, porque la mujer menstrúa todos los meses. Nadie se lo imagina, no aparece”. Virginia Ithurbide, comunicadora.

“La menstruación es parte de nuestro ciclo y tiene un tabú gigante. No se habla y hasta se le han dado características que no tienen que ver con la realidad, se le relaciona con una imposibilidad (...)” Sofía Romano, comunicadora.

“La menstruación es un ciclo que incide en las mujeres y vamos a trabajar sobre esto. Conozco gente que lo está tratando. Es como la salud mental o la nutrición, debemos incluirlo para el desarrollo de la deportista” Mariana Fernández, Presidenta de la Comisión de Fútbol Femenino.

Ocultar e ignorar: el embarazo

Por otro lado, el embarazo y la maternidad aparecen como uno de los temas que más preocupación y alarma genera entre las deportistas. A pesar de existir una normativa a nivel internacional aprobada por la FIFA, en nuestro país la posibilidad de tener familia no se encuentra contemplada ni siquiera en los casos donde existe un contrato de trabajo mediante. La incorporación de esta reglamentación se encuentra siendo trabajada y estudiada por la Mutual y las

«(...) En el fútbol solo pensamos en desgarros, pubalgia, no en endometriosis, porque la mujer menstrúa todos los meses. Nadie se lo imagina, no aparece.»

Virgina Ithurbide, comunicadora.

mujeres con cancha

la profesionalización del fútbol femenino

propias jugadoras, de manera que sea admitida en los estatutos nacionales. De momento, existe un caso actual de una jugadora embarazada, cuyo caso fue pactado individualmente con el club.

“El fútbol femenino nuestro es bastante joven, el grupo de jugadoras que está en primera división está entre los 20 y 22 años. Hemos hablado con la Mutual de ese tema. Este año se aprobó desde FIFA un reglamento para la maternidad y todo lo relacionado a la licencia. Estamos trabajando con la Mutual para que esa reglamentación se pueda cumplir acá también. Hay un caso este año de una jugadora de Peñarol que está embarazada, no sé cómo se está tratando ese vínculo pero creo que el club le dio trabajo desde otro lado. No sé si la Mutual va a trabajar con ella. (...) [El reglamento todavía no se está cumpliendo], si la FIFA lo tiene la federación lo tendría que cumplir pero lo tiene que incluir en su reglamentación. La Mutual tiene que hacer que se incluya.”

Valeria Colman, jugadora.

“(...) Hoy en día que la organización más importante del gremio de mujeres se insertó en la Mutual, una mujer que tiene familia debe poder seguir cobrando viático o lo que sea [según su situación], y post-tener familia poder seguir jugando (...). Hay una jugadora de Peñarol a punto de tener familia, que siguió entrenando –a su manera– y cobrando viáticos, y postparto va a seguir. Se empieza a naturalizar más por cosas que pasan en el exterior que hace que vayamos agarrando. Desde Alex Morgan (...) que con una bebé de dos meses en la tribuna ya estaba jugando a nivel profesional (...)”

Sofía Olivera, jugadora.

“Una jugadora mujer debería tener la posibilidad de maternidad contemplada en su contrato” Valeria Colman, jugadora.

Al vacío de una normativa, en el caso de las jugadoras, se le agregan las dificultades económicas y físicas que

un embarazo produce. La mujer embarazada debe tener seguridad en las condiciones económicas con las que contará durante el proceso, y también que dispondrá de un momento de recuperación para, deportivamente, poder volver a competir con la exigencia de un nivel profesional. Diferente es el caso de las árbitras, donde la normativa sí prevé y contempla, tanto a nivel local como internacional, la situación de aquellas mujeres que vayan a tener hijos/as. No obstante, el problema continúa siendo la vuelta a una exigencia profesional donde, en el caso de quienes arbitren o asistan partidos de primera división masculina, al volver deberán rendir nuevamente un prueba con estándares masculinos.

“Al momento que vas a planificar una familia tenés que pensar muchas cosas, en qué momento empiezas a buscar un embarazo, cuanto tiempo podés estar parada, qué es lo que te vas a perder y lo que no, más si sos internacional, qué perdes a nivel internacional.” Daiana Fernandez, árbitra.

“(...) El problema es que tenés que mantenerte después del embarazo porque para volver a primera tenés que dar una prueba de hombre (...). Los riesgos son personales por la pérdida del físico, después tenés que volver a entrenar y salvar las pruebas. El problema no es contractual, en eso estamos muy protegidas. A nivel local y a nivel internacional está contemplado.”

Daiana Fernandez, árbitra.

Las mujeres y los medios de comunicación

El fútbol, en particular, es un deporte mediático; esto supone la creación del espectáculo futbolístico como un producto de consumo gestado por diversos actores con similar protagonismo dentro de los cuales se encuentran los medios de comunicación masiva (Arocena, et al., 2018, p. 8).

El fútbol femenino, junto con el deporte femenino en general, es víctima de una indiscutible invisibilidad en los medios de comunicación. Siempre postergado a un segundo lugar por detrás del fútbol masculino y cualquier otro deporte, aunque de menor extensión en la región, practicado por hombres.

El juicio de los y las uruguayas

“El fútbol femenino debería tener la misma visibilidad que el fútbol masculino”. El 83,2% de las personas encuestadas se manifestó de acuerdo con esta afirmación, en oposición a un 3,1% que está en desacuerdo.

Al interior del grupo de los discordantes podemos identificar principalmente varones (62,5%) montevideanos (66,7%) de 18 a 34 años (53,3%) y de niveles educativos medios (46,7%) o altos (46,7%). En relación al grupo que prefiere no responder sobre el tema lo encontramos nuevamente

predominantemente conformado por residentes del interior (80%) y al nivel educativo bajo (56,1%).

Gráfico N° 8. Opinión de la población encuestada ante la afirmación “El fútbol femenino debería tener la misma visibilidad que el fútbol masculino”.



- **83,2%** De acuerdo.
- **5,8%** Ni acuerdo ni desacuerdo.
- **3,1%** En desacuerdo.
- **7,9%** Prefiero no responder.

Quienes se manifestaron a favor de la consigna argumentaron en torno a los beneficios que le daría al mismo fútbol femenino y a la sociedad la visibilidad de este deporte. Los beneficios mencionados van desde lo atractivo de los campeonatos, el reclutamiento de nuevas deportistas, el derrumbamiento de estereotipos y la obtención de mayores recursos económicos y auspiciantes. También explicaron la ausencia de estos partidos en los medios de comunicación y la necesidad de tener la posibilidad de acceder a ellos para luego como espectadores/as elegir si mirarlos o no.

Una vez más los argumentos esgrimidos por quienes se encontraban en desacuerdo con la afirmación son similares a los de quienes manifestaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo. En este caso las explicaciones vuelven a rondar la

mujeres con cancha

las mujeres y los medios de comunicación

Argumentos a favor y en contra sobre la afirmación:

“El fútbol femenino debería tener la misma visibilidad que el fútbol masculino”



ARGUMENTO EN CONTRA

“Tiene la visibilidad que tiene por la ‘ley de mercado’, la gente consume más fútbol masculino. No es un tema de género es un tema de interés general de los consumidores de fútbol”



ARGUMENTO EN CONTRA

“Hay que pagar derecho de piso”



ARGUMENTO A FAVOR

“Porque debería tener esa igualdad de oportunidades. El espectador elegirá luego por uno u otro, o por ambos”



ARGUMENTO A FAVOR

“Debería tener más visibilidad para poder conseguir más recursos”





ARGUMENTO EN CONTRA

*“Cada uno mira lo que quiere
nadie puede obligar a nadie
a ver o no ver determinado
fútbol, te gusta el fútbol
femenino lo miras y si no
te gusta no lo miras”*



ARGUMENTO EN CONTRA

*“Me parece que cuando gane
más protagonismo, debería sí
tener los mismos derechos”*



ARGUMENTO A FAVOR

*“Porque yo por ejemplo,
me gusta el fútbol pero
de femenino ni idea”*

ARGUMENTO A FAVOR

*“Porque nadie se entera
que ya hay clubes que
tiene mujeres jugando”*



ARGUMENTO A FAVOR

*“Con más difusión
sería más atractivo
el campeonato”*



ARGUMENTO EN CONTRA

*“Porque no hay
público en Uruguay
que siga el fútbol
femenino”*

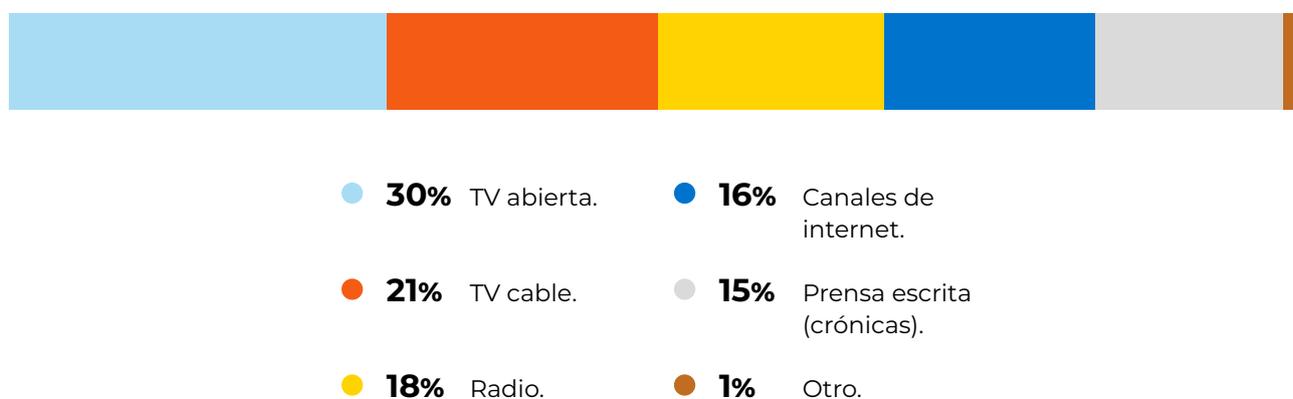
mujeres con cancha

las mujeres y los medios de comunicación

necesidad de un mayor desarrollo del fútbol femenino para que sea merecedor de mayor visibilidad, la defensa del status quo ya establecido por reglas de mercado de oferta y demanda. Se agrega a estas líneas argumentales la idea de que la visibilidad igualitaria implica una imposición con la que no están de acuerdo.

Ante la pregunta: “¿Qué medio de comunicación te gustaría o te parece que debería difundir el fútbol femenino?”, casi 1 de cada 3 personas eligió la TV abierta, seguida por la TV por cable (21%) y la radio (18%).

Gráfico N° 9. Medios de comunicación preferidos por la población encuestada para la difusión de fútbol femenino.



Al ser indagados/as qué tan probable es que sigan el fútbol femenino en los medios mencionados el 69,7% responde que es muy probable que lo haga mientras que las respuestas “nada probable” y “poco probable” acumulan un 25,3%.

A su vez, y a pesar de todo lo mencionado anteriormente, los varones están levemente más dispuestos a mirar fútbol femenino que las mujeres (72,6% y 67% respectivamente eligen la opción “muy probable”). Los residentes del interior

más dispuestos que los capitalinos (71,2% y 67,5% respectivamente), los de nivel educativo bajo más que los de los niveles medio y alto (76,8%, 68,8% y 58,4% en cada caso), y los de más de 60 años más que los de menor edad (77,3%).

Gráfico N° 10. Probabilidad de la población encuestada de seguir los partidos de fútbol femenino de ser transmitidos por los medios de comunicación que seleccionaron previamente.



- **69,7%** Muy probable
- **17,3%** Poco probable
- **8,1%** Nada probable
- **4,9%** Prefiero no responder

Igualmente dadas las cuotas de cada género, nivel educativo, edad y zona de residencia existentes en la población uruguaya obtenemos que el grupo más dispuesto a seguir el fútbol femenino está compuesto en un 50,6% por mujeres y en un 49,4% por varones, en un 60,7% por residentes del interior, 40,7% de personas de 35 a 59 años y 44,1% de niveles educativos bajos.

La escasa cobertura de los medios al fútbol femenino

Al ser consultadas por la visibilidad del fútbol femenino en los medios de comunicación uruguayos, todas las entrevistadas, en primer lugar, hacen referencia a la transmisión de un partido por fecha por medio de AUF TV y DirecTV.

mujeres con cancha

las mujeres y los medios de comunicación

Sin embargo, esta medida es consecuencia de un largo camino de negociación recorrido por las jugadoras, y solo contempla el campeonato local por lo que es reconocida como insuficiente aún.

“En un principio cuando AUF TV empezó a televisar el fútbol femenino televisaba un partido un fin de semana y después pasaba tres fines de semana sin televisar. Era algo que no estaba muy bien armado. Ahí desde la organización nosotras exigimos que se defina si era uno por fin de semana, uno por mes... Pero que sea constante y se genere ese espacio para que la gente sepa (...) Pudimos generar eso y este año se televisó un partido por fin de semana, se decidía el partido más atractivo de la fecha porque se tenía que vender también a un patrocinio. (...) Este año entró DirecTV también a pasar los partidos. ahora se pasa por DirecTV y AUF TV.” Valeria Colman, jugadora.

“La visibilidad es poca (...) Te pasan por la tele cuando sos campeón (...) Uruguay, en cuanto a selecciones juveniles, llegó a 2 mundiales –en 2013 y 2018– y no lo veías todos los días como con el mundial masculino indistintamente de la edad. Hay un debe, donde la justificación es lo económico (...). Pero [se necesita] un espacio más para que se vea y se sepa el crecimiento del femenino.” Sofía Olivera, jugadora.

“No consumo fútbol femenino porque tampoco lo podes seguir, si no lo transmiten (...) Cuando vamos a algún torneo como la Libertadores o Sudamericana nuestras familias lo tienen que buscar por Internet porque no los transmiten.”

Daiana Fernandez, árbitra.

“Las transmisiones de los partidos de fútbol femenino aumentaron el interés y no lo dimensionás hasta que ves los números presentados por el departamento de marketing”

Mariana Fernández, Presidenta de la Comisión de Fútbol Femenino.

El escaso reconocimiento brindado al fútbol femenino en los medios –especialmente en la televisión–, es consecuencia directa de la ya mencionada falta de inversión. En este sentido, la responsabilidad se extiende desde las instituciones deportivas hasta los propios medios. Las condiciones materiales externas al juego repercuten en la calidad del espectáculo, y por esa razón el femenino es considerado un fútbol “poco atractivo” a la hora de ser difundido. En simultáneo, existe un desinterés por parte de los medios en incentivar el deporte femenino mediante su difusión y comenzar a construir un público que genere ganancias.

“El medio televisivo va a buscar algo para vender, no te va a filmar un partido en un complejo porque no es vistoso, tiene que ser en un estadio para que sea vendible (...). El producto tiene que ser bueno, para que se consuma y sea atractivo.”

Valeria Colman, jugadora.

“Ahí entra la frase ‘¿qué fue primero el huevo o la gallina?’ Lamentablemente quienes deciden esa respuesta son los que tienen poder. Y la respuesta para ellos, en un 90%, es ‘No rinde’. No tenemos la posibilidad de decirles ‘Pero mirá que si lo fomentás va a rendir!’” Sofía Olivera, jugadora.

“Hay recursos que vienen de la FIFA, que vienen de CONMEBOL y que vienen de la AUF. Creo que el que tiene que invertir en el fútbol femenino es el club. (...) La mentalidad no está en ver al fútbol femenino como un producto que puede generar cosas por sí mismo.” Valeria Colman, jugadora.

“La televisión es el [medio] que está más cerca de visibilizar más el fútbol femenino; en diario La Diaria; y en radio lo dudo, sigue siendo un poco más arcaico.” Sofía Romano, comunicadora.

mujeres con cancha

las mujeres y los medios de comunicación

Se observa, en otras ligas, la existencia de resultados positivos en la convocatoria a los partidos, posterior a una mayor televisación o difusión en los medios. Ejemplo es el caso argentino, donde en la actualidad se transmiten todos los partidos vía streaming. En ese contexto, el último partido del torneo de fútbol femenino 2022 se jugó ante 25 mil personas en la Bombonera.

La transmisión de los partidos supone además la aparición de sponsors, y permite negociar derechos por parte de las jugadoras. Durante el segundo año de transmisión de un partido por fecha, las jugadoras pactaron vender sus derechos de imagen a cambio de la atención a lesiones en forma de 10 operaciones a cargo de la AUF. Anteriormente no existía un reconocimiento de las lesiones sufridas por las jugadoras, ni institución que atendiera y se hiciera cargo de las mismas. A esta disposición sanitaria se le suma, en la actualidad, el 5% de las ganancias recibidas del patrocinio.

“En un principio teníamos muchos casos de jugadoras que hacían publicidad y no recibían nada. Fue algo que trabajamos con la organización de jugadoras (...). Cuando entró AUF TV a querer televisar hicimos un contrato de derechos de imagen con AUF. El primer año cedimos nuestra imagen de manera gratuita, y el siguiente año exigimos algo a cambio. Se va a televisar todos los fines de semana un partido, se está generando contenido, entró Rexona a sponsorar el campeonato (...). Lo que conseguimos fue algo que el fútbol femenino necesita mucho, la parte de sanidad. Hay muchas lesiones graves y clubes que no tienen los recursos para conseguirle una operación rápida a sus jugadoras, por ejemplo de rodilla. Conseguimos 10 operaciones de las que AUF se hacía cargo (...). Este año seguimos teniendo las operaciones y también el 5% de todos los sponsors (...). Generamos un precedente.” Valeria Colman, jugadora.

“(...) Tenemos el privilegio de que este año contamos con sponsors, se han dado pasos que son muy interesantes, pero es para una elite, porque es para una parte del fútbol, no para todos.”

Mariana Fernández, Presidenta de la Comisión de Fútbol Femenino.

En el actual contexto de avance y expansión de las tecnologías de la información y comunicación, donde gobierna la inmediatez, otro actor de vital importancia en la difusión del fútbol femenino son las redes sociales. A pesar de ser la televisión el primer medio en ser mencionado siempre por las protagonistas, las redes –fundamentales en la posición de temas en la agenda social– son reconocidas como una herramienta de apertura a la difusión y el reconocimiento que ha utilizado tanto la AUF como los propios clubes.

“La visibilidad en los medios ha crecido un montón por AUF TV y porque AUF creó plataformas y redes sociales exclusivas para el fútbol femenino (...) Este año se apostó mucho a eso y se ha creado mucho contenido por redes. Hay clubes que también se han impulsado a visibilizar por redes. Creo que falta mucho, sobre todo en la TV pública o el bloque informativo no hay nada de información (...). Los diarios deportivos hay algunos que tienen una parte de fútbol femenino pero no sé si son todos los que lo tienen.”

Valeria Colman, jugadora.

“Lo de AUF TV fue muy bueno, porque incluso hay un programa semanal ‘Por la tribuna’ –que se transmite los jueves– donde tiene un espacio el fútbol femenino (...) Estaría bueno que acapare otro sector en la tele, pero lo veo más en las redes sociales.” Sofía Olivera, jugadora.

“Como en todos los órdenes, las mujeres venimos peleando. Todo es dinero y lo que no se publicita no se vende. Se reconoce el aumento del interés y el esfuerzo de los medios de comunicación que han ido generando ese espacio que, por supuesto, no es en la misma proporción. Tal vez hay un poco más en las redes que hoy

mujeres con cancha

las mujeres y los medios de comunicación

son las que mandan y ordenan la inmediatez.” Mariana Fernández, Presidenta de la Comisión de Fútbol Femenino.

El fútbol femenino como espectáculo

La divulgación del fútbol femenino en los medios de comunicación también se encuentra permeada por el debate sobre la calidad de este deporte como espectáculo. Son tres las variables reconocidas por las protagonistas como intervinientes en esta cuestión: las diferencias en el juego en comparación al fútbol masculino, el conocimiento de la población sobre el deporte femenino, y la convocatoria o el público presente en los partidos.

Como se explicó anteriormente, los estereotipos de género tradicionales intervienen en la percepción sobre el comportamiento de mujeres y varones; y específicamente, condicionan la participación deportiva de las mujeres. El argumento esgrimido para invalidar el fútbol femenino como espectáculo, ha sido una supuesta “debilidad” femenina, en un deporte que requiere fortaleza. *“(…) El estereotipo de lo femenino se asocia con algunas características tales como la pasividad, la debilidad, la delgadez, la delicadeza, la ternura, la fragilidad. Esa idea de feminidad se convierte en un obstáculo para el desarrollo de algunas actividades deportivas que requieren fuerza, masa muscular, velocidad, dinamismo o agresividad, todas características que son asociadas prejuiciosamente a la ‘masculinidad’.”* (ONU Mujeres, 2021).

Las entrevistadas reconocen la existencia de particularidades en el fútbol femenino, pero estas no se desprenden de diferencias biológicas entre mujeres y varones, sino que corresponden a las formas de habitar el deporte y los espacios de trabajo colectivo. La explicación de las jugadoras es contundente: “el deporte es el mismo”⁴; y no existen

4. En sintonía a este planteo de las jugadoras, durante el 2022 la CONMEBOL lanzó la campaña “Fútbol es fútbol” en búsqueda de transformar el fútbol femenino sudamericano, otorgando oportunidades, y atendiendo el desarrollo de niñas y mujeres, “dentro y fuera de la cancha”. La campaña hace hincapié en que “(…) en el fútbol toda patada se siente, todo penal se sufre, y todo gol se grita con la misma pasión que despierta el fútbol sudamericano, porque juegue quien juegue, el FÚTBOL ES FÚTBOL” (CONMEBOL, 2022).

«(...) Y la respuesta para ellos, en un 90%, es 'No rinde'. No tenemos la posibilidad de decirles 'Pero mirá que si lo fomentás va a rendir'.»

Sofía Olivera, jugadora.

mujeres con cancha

las mujeres y los medios de comunicación

condicionantes físicos que impidan el correcto desarrollo del juego. Sin embargo, reconocen un trabajo más colaborativo y en equipo, frente a la “individualidad” presente en el fútbol masculino.

“El fútbol femenino es mucho más asociado en comparación al masculino. En el masculino hay mucha más individualidad, puedes ver jugadores más destacados. (...) El fútbol femenino tiene muchos más pases, es bastante diferente (...). Para mí es muy diferente como juega al fútbol una mujer que como lo juega un hombre.” Valeria Colman, jugadora.

En segundo lugar, las protagonistas distinguen –como causa y consecuencia de la mayor difusión– pequeños avances en el conocimiento general sobre el deporte femenino. No obstante, denuncian la persistencia de un amplio desconocimiento por parte de la población sobre las condiciones materiales y recursos disponibles con los que cuentan las jugadoras.

“Hoy se habla más. Antes cuando decía que jugaba al fútbol femenino me preguntaban ‘¿Se juega once contra once?’ Y sí, es fútbol. Antes era totalmente desconocido, hoy es algo común.” Valeria Colman, jugadora.

“Ni el 25% [del público] sabe. Hay fábulas de lo que puede ser el fútbol femenino, lo que puede haber pasado con los contratos cuando salieron, cuando pasan por la tele que es campeón equis equipo. Y dicen ‘Cómo apoyan al fútbol femenino’. Pero lo que se ve en la tele no identifica con nada lo que puede ser una infraestructura a nivel interno.” Sofía Olivera, jugadora.

Por último, la poca convocatoria de asistentes en los partidos repercute en la percepción del público que sigue los juegos en vivo por televisión o *streaming*. Acostumbradas

únicamente a la presencia de sus familias, las jugadoras identifican un aumento en la asistencia del público en los últimos clásicos entre Nacional y Peñarol, y un mayor interés por determinados equipos en consecuencia a los resultados obtenidos en copas internacionales. La construcción de este público –una “hinchada”– es mencionada como fundamental para la calidad del espectáculo, en tanto gran parte de su atractivo se desprende de su participación.

“El espectáculo lo hace más el hincha que el jugador o jugadora, y ahí falta. El espectáculo no está porque no está la hinchada que hace al espectáculo más o menos vistoso (...) Hay mucha más gente que ve desde la casa.” Sofía Olivera, jugadora.

“En Nacional el interés por el fútbol femenino ha crecido un montón. En particular en 2020 cuando quedamos cuartas en la Copa Libertadores fue un boom. Por las redes sociales nos escribían y felicitaban, y cuando volvimos a Montevideo a jugar el primer partido había 250 personas mirándonos que no eran familia (...). Te sentís un poco más profesional también. (...) Darse cuenta que nosotras desde nuestro lugar estamos haciendo historia y le estamos dando un lugar al fútbol femenino (...). Es demostrar que el club invierte en nosotras, que nosotras respondemos dentro de la cancha y que eso genera interés.” Valeria Colman, jugadora.

“Siempre está tu familia, la familia de tu compañera y no sale de ahí. Yo pude vivir uno de los momentos más lindos que fue en el Parque Central, jugamos un clásico Peñarol-Nacional, y había venta libre para quien quisiera ir y llegamos a mil, dos mil personas cada tribuna. No se escuchaba nada. Para nosotras era obviamente hermoso, pero [también] una novedad, era algo impensado (...). Ese es el camino donde queremos ir (...) Queremos que nos conozca alguien más, que el fútbol femenino sea vistoso.”

mujeres con cancha

las mujeres y los medios de comunicación

Esto que pasó en el 2019 nos marcó a todas en cuanto a dónde queremos llegar.” Sofía Olivera, jugadora.

Pero, ¿cómo incentivar la creación e intervención de un público en el fútbol femenino frente a situaciones tan adversas? Desde las condiciones materiales hasta en los horarios de los partidos y entrenamientos, se estructuran limitaciones a la visibilidad de las mujeres en el fútbol. Partidos que se coordinan al mismo horario que otros partidos de gran importancia para el fútbol masculino o en conocidas fechas de eventos sociales pertenecientes a la cultura uruguaya, tales como un 24 de agosto a la noche, durante la “Noche de la nostalgia”.

“A veces juega Uruguay un amistoso [la selección mayor masculina] o hay un clásico masculino y un partido femenino a la misma hora. Ahí estás poniendo limitación porque la gente va a prestar atención a otra cosa (...).” Daiana Fernandez, árbitra.

“No tenemos prioridad (...) Se están generando esos espacios para que se haga cancha para el femenino, busquemos el horario donde pueda entrenar. Es difícil pero se ha mejorado mucho.” Sofía Olivera, jugadora.

“Nos decían que era por disponibilidad de canchas. El masculino dice ‘yo necesito la cancha para entrenar, la necesito para los partidos, no te la puedo prestar de noche por la luz, el horario que queda libre es tal’.” Daiana Fernandez, árbitra.

Las comunicadoras en los ámbitos deportivos

Para el avance de la presencia del fútbol femenino en los medios también es primordial el rol que ocupan otras mujeres en diferentes órbitas de visibilidad. El crecimiento y desarrollo de este deporte no solo beneficia a jugadoras, sino que crea una industria donde las mujeres pueden

desempeñar un papel fundamental en más de un rol. Entrenadoras, dirigentes, cuerpo técnico, médicas, y por supuesto comunicadoras, entre otras.

En los últimos años el papel y la cantidad de mujeres que desempeñan funciones como comunicadoras en el ámbito deportivo ha ido en aumento. Este avance queda al descubierto al observar los programas de periodismo deportivo en la actualidad, tanto en televisión como en radio, donde una gran mayoría cuentan con la presencia de, por lo menos, una mujer. Asimismo, todas las delegaciones y equipos periodísticos enviados a Qatar por los medios uruguayos tenían mujeres entre sus designados. Sin embargo, este progreso, aún lejano a la deseada equidad, es descrito por las propias comunicadoras como efecto de una “cuota” de género no explicitada que, aunque puede generar efectos positivos, no es garantía de un avance real que permita expandir la labor periodística o de comunicación de las mujeres en la comunidad deportiva. Esta “cuota” actúa a nivel individual ocasionando la necesidad de contar con alguna mujer en cada programa, así como a nivel general provocando la aparición de programas con exclusiva presencia femenina.

De manera individual la acción de esta cuota está mejor valorada, por ser el mecanismo implícito que permite a las mujeres acceder a puestos donde pueden desempeñar su labor a la par que sus colegas varones y en ámbitos de mayor visibilidad. No obstante, los programas radiales o televisivos compuestos por mujeres en su totalidad son denunciados por intentar captar un público exclusivamente femenino y no dirigirse al público general aficionado a los deportes como sí lo hacen los programas con presencia masculina. Se considera que estos programas pueden

mujeres con cancha

las mujeres y los medios de comunicación

perpetuar la diferenciación y separación entre los temas y opiniones de varones y mujeres en los medios.

“(...) Siento que hoy hay mucha hipocresía con el género, estamos llenas de mujeres en el medio porque siento que es políticamente correcto que estén. No nos deberían dar las cosas por cuotas, pero sí es la forma, hagamos las cosas bien por ese lado.”

Virginia Ithurbide, comunicadora.

“La cuota del género tiene por un lado lo positivo, con una presión, pero también tiene la contracara de poner por poner y ahí la calidad del rol queda un poco relegada. Tenemos que estar en una condición de equidad e igualdad y desde las mismas posibilidades y opciones aunque, las mismas posibilidades no existen, y si entonces es por una cuota de género me parece que está bien. No hay que pensar solo en cuántas somos sino en qué hacemos las que estamos, qué lugar ocupamos, qué podemos hacer con ese rol.” Sofía Romano, comunicadora.

“Los programas deportivos de solo mujeres los siento forzados. Quiero las mismas oportunidades de trabajo. No quiero un programa de mujeres para mujeres porque cuando ellos lo hacen es para todos. Si queremos lograr la igualdad esa no es una buena estrategia.” Sofía Romano, comunicadora.

“Estamos a años luz de que una mujer relate y comente un partido de fútbol [masculino], (...) ya ocurrió pero fue una acción comercial, para una actividad puntual. Hay un programa de radio o televisión que una semana previa al 8M hace una mesa de mujeres. ¿Por qué haces una mesa de mujeres? ¿Un bloque de diez minutos para mostrar qué? Ponelas en la mesa principal de ese programa los domingos, todos juntos por igual, no una mesa de nenas.” Virginia Ithurbide, comunicadora.

Distinta es la situación de las comunicadoras en los escasos espacios de difusión del fútbol femenino. La convocatoria a mujeres para relatar, comentar o cubrir los partidos es mayor en los campeonatos femeninos. De todas formas, son tan pocos los medios que cubren y se hacen eco de dichos eventos que continúa siendo una oportunidad laboral residual frente a la divulgación de los deportes masculinos. Esto provoca una autocrítica de parte de las mujeres insertas en los medios, adjudicándose una parte de la responsabilidad en la creación de “huecos” donde propagar toda información referente al fútbol femenino.

“Laboré para AUF TV en los clásicos femeninos, en DirecTV fui comentarista en la Copa América Femenina y en la final de la Copa Libertadores Femenina. Estando adentro te das cuenta de la diferencia abismal en recursos. Mostrarlo está bueno porque así llegas a otras niñas que tengan ganas.” Sofía Romano, comunicadora.

“Es una autocrítica porque no le hemos dado al fútbol femenino lo que debemos darle, es muy poca la difusión que se hace. El debe cae en mí. También va en la construcción de las narrativas con perspectiva de género, desde ahí rompes un montón de barreras.” Virginia Ithurbide, comunicadora.



¿Qué es ser mujer en el fútbol? La violencia que sufren ellas

La violencia en el fútbol es un fenómeno de larga data en nuestro país. Desde comienzos del siglo XX se registran conductas violentas por parte de las “hinchadas” y las “barras bravas” de los clubes. Sin embargo, la voz de las mujeres ha sido silenciada en estos relatos. La violencia sexista en el fútbol, manifiesta y explícita, ha condicionado la forma de habitar el deporte por parte de las mujeres, a pesar de que paradójicamente ha sido invisibilizada. Desde la calle hasta los estudios de grabación, en las canciones de cancha y en los dichos populares, todos los ámbitos vinculados al mundo del fútbol han sido escenario de destratos sufridos por jugadoras, árbitras, asistentes, hinchas, comunicadoras, noteras, entre otras.

Lo que sucede dentro de la cancha

Los ataques recibidos por jugadoras y árbitras dentro de la cancha son verbales. A diferencia de lo que ocurre en los partidos masculinos que cuentan con la participación de un público multitudinario, la escasa presencia de asistentes anteriormente descrita en los juegos femeninos le otorga notoriedad a los insultos, y permite identificar con mayor claridad a los agresores. Si bien estas situaciones son

descritas como más recurrentes en tiempos pasados, aún hoy quedan vestigios de ellas.

“Antes no había agresiones físicas pero sí verbales. (...) [La diferencia es que] si hay 15 personas y te grita uno lo puedes identificar claramente.” Sofía Olivera, jugadora.

“Estando arbitrando un partido femenino, se vive que te griten ‘Andá a lavar los platos’. No tiene sentido alguno. (...) Me ha pasado también en el masculino que mujeres me griten (...) ‘Estás acá para venir a ver hombres’.” Daiana Fernandez, árbitra.

“(...) A veces se te para alguno atrás (...). Pero también cuando ven esto, uno de la guardia viene y se te pone atrás, como para cuidar. Veo esa diferencia que hacen conmigo y con mis compañeros no.” Daiana Fernandez, árbitra.

“Me pasó en una cancha de sufrir acoso. Tenía dos personas atrás que me dijeron de todo, y en un momento llamé a mis compañeros y les dije ‘Si no me las sacan de atrás yo no sigo, porque ya es acoso’ (...) ¿Por qué lo tengo que permitir si estoy trabajando? (...) Estaba de asistente, llamé a mi compañero, él fue con el delegado y los sacaron de la cancha.” Daiana Fernandez, árbitra.

Hasta hace algunos años, similares vivencias relatan haber sufrido las comunicadoras en otros ámbitos del fútbol masculino, como entrenamientos, conferencias, o entrevistas. Nuevamente, los estereotipos de género interceden al dificultar la labor y el desempeño de las mujeres en tareas históricamente asociadas a los hombres.

“Empecé con 20 años e iba a los entrenamientos y era a la última que le daban entrevistas o me preguntaban ‘¿El periodista cuándo viene? ¿Me vas a hacer vos la entrevista?’ Me pasó con jugadores que se quedaban mirándome el busto. Después comencé a

mujeres con cancha la violencia que sufren ellas

encararlos y preguntarles si me iban a dar la nota (...).”

Virginia Ithurbide, comunicadora.

La violencia en los medios

En los medios de comunicación la violencia ejercida por el público se ve agravada por el anonimato. De parte de la audiencia y los televidentes, las comunicadoras narran anécdotas de vulnerabilidad en forma de juicios y cuestionamientos, hasta acoso. Los relatos siempre tienen una concordancia: estas situaciones no son compartidas por sus colegas varones.

“En 13 a 0 (programa radial) tuve una situación con dos personas. Durante un tiempo una mandaba un mensaje de texto que solo decía ‘Tilinga’, y fue así durante meses. El otro oyente al principio me decía ‘Vicky’ –como todos– y enviaba mensajes a diario. Se tornó intenso hasta que en un momento mis compañeros varones lo notaron y esta persona decía que me iba a caer a la radio con un ramo de flores. Al final no pasó nada. Pero eso a mis compañeros varones no les pasa (...).” Virginia Ithurbide, comunicadora.

“Sabía que ser periodista deportiva no iba a ser fácil, tuve que medir hasta la forma de vestir para cubrir los entrenamientos, sentirme vulnerada en otros aspectos, pero también me sentí así en el ambiente cultural y no encontré una gran diferencia. Cuando comencé la conducción en radio entendí que no se me medía con la misma vara que mis compañeros hombres que son el 95%. Mi voz al ser femenina iba a tener más análisis, criterio y juicio. Entonces, eso a lo que me obligó fue a capacitarme mucho más, medir mis palabras e ir de menos a más. Esa es mi estrategia hasta el día de hoy.” Sofía Romano, comunicadora.

Dentro de los medios de comunicación audiovisuales, de forma similar a los prejuicios a los que se enfrentan las

voces femeninas en la radio, la imagen de las mujeres funciona como un reproductor de los estereotipos de género. El impacto visual es un determinante que limita el desarrollo profesional de las mujeres. A diferencia de sus colegas varones, las mujeres cargan con la adjudicación de ideales de belleza y la construcción de una forma de ser hegemónica. En sus testimonios, las entrevistadas reconocen la presión que sienten en los medios donde deben vender su imagen frente a un público. A este limitante, se le suma el rol que en las mesas de debates deportivos suelen ocupar.

“(...) Lo que sale más natural es criticar negativamente desde el lugar de la imagen sobre todo, cosa que siento no le pasa a mis colegas.” Sofía Romano, comunicadora.

“Estar en televisión fue una decisión difícil de tomar, la propuesta llegó después de conducir una transmisión deportiva. Las comunicadoras en el deporte asumen otro rol y la oportunidad la tomé con una responsabilidad increíble. Cuando acepté hablé sobre algunas características del rol, quería tener el mismo que el de mis compañeros (...). Me dieron el ok y firmé. Igualmente no me han dado la conducción del espacio. Hasta el día de hoy siguen haciéndolo mis colegas a pesar de que en radio fui conductora. Recién cuando me fui a Doha me dieron la conducción del informativo para toda la región.” Sofía Romano, comunicadora.

Qatar 2022: la violencia en forma de incomodidad

Por último, no puede faltar una mención a la cobertura periodística de las mujeres en el mundial de fútbol masculino Qatar 2022. La doctora en sociología Karina Batthyány, definió este campeonato mundial, por el lugar en donde se organiza, como “(...)un símbolo de expresión de las desigualdades. Además, es un símbolo de no respeto de muchos de los derechos humanos. Claramente todo lo que tiene que ver, por ejemplo, con mujeres, disidencias,

mujeres con cancha la violencia que sufren ellas

diversidad sexual y un largo etcétera” (CLACSO, 2022). Mucha fue la incertidumbre en torno a la experiencia de las figuras femeninas enviadas al país sede de la copa, donde las mujeres aún se encuentran sometidas a una tutela masculina.

Una de las entrevistadas, realizó desde allí la cobertura del mundial para dos importantes señales de televisión. En su relato descarta haber sufrido cualquier tipo de exclusión, sin embargo reconoce una incomodidad generada por su presencia en los sitios ajenos e independientes a la celebración del mundial tales como supermercados o restaurantes alejados de los circuitos deportivos y turísticos. Su vestimenta, imagen y la ausencia de una figura masculina que la acompañe y tutele fueron el detonante de miradas de sorpresa, incredulidad y desagrado por parte de los habitantes del país asiático. Estas vivencias sirvieron para visibilizar y denunciar la situación frente a sus colegas varones. Ellos percibieron la discriminación y la desigualdad de género presente en el país de manera mucho más evidente por ser efecto de una cultura ajena, que no requiere de una revisión personal y autocrítica para erradicar. En este contexto, fue de vital importancia el sostén y compañerismo entre las mujeres integrantes de los equipos de trabajo enviados al torneo.

“En algunos momentos le pedí a mis colegas hombres que me acompañaran al supermercado, a comprarme comida, no por miedo sino para que ellos vieran lo que era estar en esa. En las miradas cosificadoras en esos lugares. En todo lo implicado a la FIFA, los circuitos turísticos y deportivos ahí estaba todo un poco más maquillado y no sentía esa cosificación pero en otros lugares sí. (...) Había un local de comida rápida al que concurrí donde los que atendían le decían a los mozos, estos a los cocineros y así... todos me miraban de forma incómoda, así que tenía que esperar afuera” Sofía Romano, comunicadora.

“En la vestimenta también tuve que tomar decisiones teniendo en cuenta las repercusiones que podía tener.”

Sofía Romano, comunicadora.

“A mis colegas varones los hacía reflexionar sobre las cosificaciones. De alguna forma era parte de mi trabajo. (...) A mis compañeros les fue mucho más fácil ver la misoginia en Qatar porque no se tienen que hacer cargo. Es mucho más fácil criticar desde lo ajeno. No desde la responsabilidad de cómo puedo hacer para cambiar esto.” Sofía Romano, comunicadora.

“En Doha el staff era de 150 personas y había cuatro mujeres: una productora, una operadora de gráficos, otra presentadora y yo. Tuve la suerte de convivir con dos mujeres allá y se dio una confraternidad hermosa, el poder conversar, sentirme contenida y saber que no estaba tan sola.” Sofía Romano, comunicadora.



Las mujeres en el poder

Autoridad en los clubes

No sólo los lugares de autoridad para la mujer en los clubes son pocos, sino que también están condicionados por la preexistencia de vínculos fuertes entre determinados núcleos familiares con el club.

“Dentro del club hay pocas mujeres y no en lugares de poder. (...) Es un ambiente muy machista, entrar al fútbol masculino es mucho más difícil. En el femenino es más fácil porque a los hombres no les interesa el fútbol femenino y se genera más lugar. En el fútbol masculino para poder entrar tenés que ser de familia de futboleros o familia de dirigentes. Ser la hija de un dirigente que vivió toda su vida en el club, es como un legado. Las que hay en Nacional es así (...) Son de la sangre del club. El fútbol en general es poco profesional.” Valeria Colman, jugadora.

Esto perjudicaría las chances de que mujeres interesadas en el fútbol sin una familia con una larga trayectoria futbolera logren acceder a estos lugares. Esto se ve acentuado por la ausencia de cualificaciones formales necesarias para ocupar este tipo de cargos de la industria futbolera.

Autoridad en la AUF

El vínculo de la actual presidenta de la Comisión de Fútbol Femenino con el fútbol, inicia con el fanatismo de su padre por el cuadro de Independiente, club desde el cual le llegaron las primeras propuestas para integrar listas que luego la llevan a volverse la presidenta del club. Este mismo cargo

le sirvió además para generar nuevos contactos, compañeros que más tarde le propondrían integrar una lista para las elecciones de los cargos ejecutivos de OFI. Esta sería la primera vez que el club sumara mujeres a estos puestos. Es así como finalmente recibe la propuesta de integrar la Comisión de Fútbol Femenino en donde actualmente se desempeña como presidenta.

A pesar de la trayectoria descrita, no dejó de tener obstáculos basados en su género, menciona siempre haber notado el trato diferencial que recibía. Incluso, su retirada de OFI según menciona tiene que ver con ello.

“(...) Pensaron que al poner mujeres en el ejecutivo de la OFI por ejemplo, íbamos a ir a sentarnos a levantar la mano cuando ellos nos dijeran, y yo realmente levanté la mano cuando entendí que era lo mejor para el colectivo y no para una parte sola. Y lo voy a seguir haciendo, y duermo todas las noches tranquila en mi casa. Capaz que eso me costó no estar más en la organización, pero no renuncié a eso.” Mariana Fernandez, Presidenta de la Comisión de Fútbol Femenino.

Además, recuerda almuerzos en OFI en los que –aún siendo una autoridad–, se veía obligada a tolerar algunos comentarios.

“El chiste de ‘Te toca fregar los platos’ (...) lo tienen normalizado. (...) Por supuesto que yo una más, riéndome, como que no me lo decían a mí.” Mariana Fernandez, Presidenta de la Comisión de Fútbol Femenino.

La trayectoria de la presidenta se percibe como una con muchos obstáculos, algunos a los que decidió enfrentar de manera más combativa y otros en los que entendió mejor evitar el enfrentamiento.

mujeres con cancha

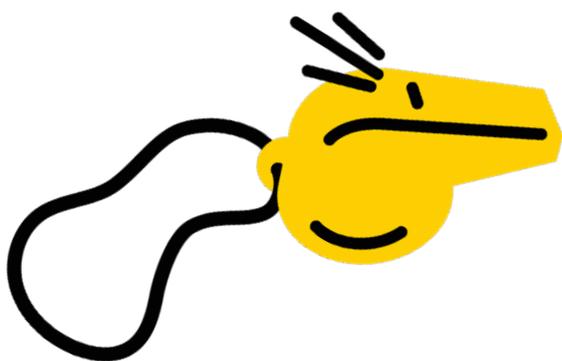
las mujeres en el poder

Autoridad en la cancha

Para impartir el reglamento la voz de las árbitras debe ser escuchada y respetada. Según lo que comenta una de ellas, esto no fue un problema hacia dentro de la cancha pero sí lo fue hacia afuera.

Siempre protegida por sus compañeros que entendían las dificultades que ella podría afrontar, se sintió segura llevando a cabo su labor con el resto de los profesionales de este deporte. Pero con los hinchas no se da de la misma manera. Si bien el rol del árbitro es el menos simpático y está siempre expuesto a las quejas y disconformidades del público del espectáculo respecto a las decisiones futbolísticas tomadas, recuerda situaciones de acoso puntuales en las que logra comunicar lo sucedido a sus compañeros árbitros los cuales se encargan de solucionar el problema y finalmente retirar a quienes estaban llevando a cabo el acoso.

Igualmente, no es menor que el respeto llegue a esta árbitra solamente después de que sus compañeros varones funcionen como intermediarios en el conflicto.



Conclusiones

- 01** Existe entre las entrevistadas un consenso acerca de una sociedad uruguaya no preparada para ver fútbol femenino que se encuentra en total discordancia con los datos que arroja la encuesta. El público uruguayo se encuentra según lo relevado altamente dispuesto a seguirlo y mayoritariamente a favor de su crecimiento.
- 02** En torno a lo relevado, se puede concluir que los sectores de la población que se posicionan en contra de un apoyo a este deporte son habitualmente varones de niveles educativos medios y altos. Los montevideanos se sienten más cómodos manifestándose en contra, y los residentes del interior son quienes tienen más presencia entre quienes prefieren no dar su opinión sobre el tema.
- 03** Tanto las entrevistadas como las personas encuestadas reconocen la falta de recursos e inversión como el problema clave detrás de la baja visibilidad y desarrollo del fútbol femenino. Tanto las deportistas como las personas encuestadas que se manifiestan a favor de recursos, salarios y visibilidad igualitarios entienden que esta escasez es la que no permite que este espectáculo se vuelva más atractivo, genere mayores adeptos y consecuentemente ingresos significativos.
- 04** Por el contrario, quienes se manifiestan en contra de recursos, salario y visibilidad igualitaria argumentan paradójicamente que el fútbol femenino aún no adquiere el derecho a obtenerlos. Para estos encuestados primero deben llegar los resultados, el desarrollo y los adeptos, y luego la inversión. Similar es el discurso que las entrevistadas

mujeres con cancha

conclusiones

atribuyen a las instituciones deportivas y los medios de comunicación. La ausencia de una mayor inversión y difusión brindada a los equipos y torneos femeninos es justificada por el supuesto escaso interés y por consiguiente ganancia que estos generan. Amparados bajo las leyes de mercado le exigen a este deporte una prosperidad que no le dan la oportunidad de alcanzar.

05

En el camino recorrido hasta la fecha, han sido de vital importancia las normativas y reglamentos dispuestos por las autoridades a nivel regional y nacional que obligan y condicionan el accionar de los clubes y la participación de los equipos masculinos, la organización de campeonatos de baby fútbol mixtos y la absorción y reconocimiento al fútbol femenino por parte de la Mutual.

06

Frente a los argumentos que, basados en los estereotipos de género, deslegitiman la calidad del espectáculo y el juego femenino, las protagonistas explican que no existen diferencias que sostengan esta creencia. Sin embargo, tanto la convocatoria como la cobertura de los medios de comunicación, fundamental para la expansión de este deporte, aún es escasa y lejana a la que reciben los deportes masculinos.



Para repensar el futuro

En su “estrategia de fútbol femenino” la FIFA establece tres objetivos clave a desarrollar en el corto y mediano plazo: aumentar la participación, potenciar el valor comercial, y sentar las bases. Para alcanzar las metas propuestas se proponen cinco planes de acción con sus respectivas tácticas o estrategias que consisten en: desarrollar y crecer; competir; comunicar y comercializar; gobernar y liderar; formar y empoderar.

Entre sus objetivos específicos se destacan el alcanzar los 60 millones de jugadoras en el año 2026, el desarrollo de programas de fútbol escolar que capten y retengan niñas, consolidar y duplicar los torneos juveniles para fomentar el fútbol a edades tempranas. También se pretende desarrollar el marco regulador del fútbol femenino, proyectar una estrategia de comunicación clara y un programa comercial, y realizar una mayor cobertura en las plataformas digitales y de comunicación de la FIFA. Asimismo se aspira a continuar profesionalizando el fútbol femenino, contar en el 2026 con al menos una mujer en los comités ejecutivos de todas las federaciones miembros, fomentar y concientizar a las jugadoras y toda la comunidad futbolística sobre salud femenina –reunir datos médicos para prevenir lesiones y estudiar la biología femenina– y abordar las problemáticas específicas de niñas y mujeres (FIFA, 2022).

En sintonía a estas metas propuestas por el organismo rector del fútbol a nivel global y a la luz de los hallazgos

mujeres con cancha para repensar el futuro

obtenidos en nuestra expedición, en búsqueda de continuar el camino hacia la equidad y el respeto en el fútbol uruguayo –no sólo femenino, sino también masculino– a continuación invitamos a profundizar a futuro en las siguientes líneas:

- 01** La inversión en recursos materiales y humanos, condiciones laborales y difusión es inequívocamente el atributo que todos reconocen como primordial y el primer paso para el pleno desarrollo del fútbol femenino en el país.
- 02** Para concretar dicho desarrollo es necesario dejar de adecuar y relacionar toda problemática del fútbol a la realidad masculina. Por esta razón es indispensable atender, regular y trabajar sobre los hitos presentes en las trayectorias de las mujeres, tales como el ciclo menstrual, el embarazo y la maternidad.
- 03** El desmantelamiento de los estereotipos de género en el deporte y el progreso del fútbol femenino necesitan de una mayor presencia de mujeres habitando sitios de visibilidad, dirigencia y autoridad, trabajando conjuntamente con sus pares varones. Así como la existencia de programas que apunten a acercar a más niñas a la deportividad y la práctica futbolística.
- 04** Asegurar la permanencia y buen trato a las mujeres en los ámbitos deportivos debe ser una prioridad en la lucha contra la violencia en el fútbol. Es necesario para ello prestar atención y escuchar las vivencias particulares de jugadoras, árbitras, entrenadoras, dirigentes, asistentes, comunicadoras e incluso aficionadas, en pro de construir entornos con perspectiva de género que sean más sanos y seguros para su crecimiento.

Referencias

Amnistía Internacional (s.f.). *Qatar, la copa mundial de la vergüenza*. <https://www.amnesty.org/es/latest/campaigns/2016/03/qatar-world-cup-of-shame/>

Arocena, F., Cristiano, J., Dominguez, P., Paternain, R. y Traverso, D. (2018). *¿Qué significa el fútbol en la sociedad uruguaya? Resumen ejecutivo y Conclusiones finales*. Montevideo: Convenio AUF - Universidad de la República.

Asociación Uruguaya de Fútbol [AUF] (s.f.). *Reglamento de concesión de licencias de clubes profesionales*.

Asociación Uruguaya de Fútbol [AUF] (13 de mayo de 2021). *Licencia de Clubes de fútbol femenino*. <https://www.auf.org.uy/licencia-de-clubes-de-futbol-femenino/>

Biolatto, L. (21 de junio de 2022). *¿Cómo influye el ciclo menstrual en el fútbol femenino?* Mejor con salud. <https://mejorconsalud.as.com/influye-ciclo-menstrual-futbol-femenino/>

Cendrero, M. (27 de mayo de 2022). *Deporte y menstruación: los equipos se adaptan a los ciclos de las mujeres*. El Español. https://www.elespanol.com/mujer/salud-bienestar/20220327/deporte-menstruacion-equipos-adaptan-ciclos-mujeres/659434350_0.html

CNN Español (25 de noviembre de 2022). *¿Cómo es la vida para las mujeres en Qatar? ¿Qué tienen prohibido?* <https://cnnespanol.cnn.com/2022/11/25/vida-mujeres-qatar-orix/>

mujeres con cancha

referencias

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales [CLACSO] (29 de noviembre de 2022). *“Qatar es un símbolo de no respeto de los Derechos Humanos”* - Karina Batthyány. <https://acortar.link/RMu6I6>

Confederación Sudamericana de Fútbol [CONMEBOL] (2018). *Reglamento de licencia de clubes*. <https://cdn.conmebol.com/wp-content/uploads/documents/reglamento-de-licencia-de-clubes-espanol.pdf>

Confederación Sudamericana de Fútbol [CONMEBOL] (2020). *Reglamentos de licencias de clubes en el Fútbol Femenino de la Confederación Sudamericana de Fútbol*. <https://www.conmebol.com/wp-content/uploads/documents/reglamento-licencias-de-clubes-femenina-esp.pdf>

Confederación Sudamericana de Fútbol [CONMEBOL] (29 de julio de 2022). *Colombia va por historia y Brasil por mantener la hegemonía*. <https://acortar.link/cEbbld>

Confederación Sudamericana de Fútbol [CONMEBOL] (2022). *El fútbol es fútbol*. <https://www.conmebol.com/el-futbol-es-futbol/>

Embajada de Estados Unidos en Uruguay (16 marzo de 2022). *¡Un golazo! Estados Unidos ofrece 5 becas para campamento de fútbol femenino y liderazgo*. <https://acortar.link/lw1MOP>

ESPN (25 de noviembre de 2025). *Uruguay es el líder mundial en producción de jugadores de fútbol*. https://www.espn.com.uy/futbol/uruguay/nota/_/id/9572657/uruguay-es-el-lider-mundial-en-produccion-de-jugadores-de-futbol

Federación Internacional de Fútbol Asociación [FIFA] (2022). *Estrategia de fútbol femenino*. <https://digitalhub.fifa.com/m/4d5b84ac932db91e/original/jor8jikrnmjulndmyoip-pdf.pdf>

González Ayestarán, M. (6 de abril de 2019). *El futuro del fútbol mixto*. *La Diaria*. <https://acortar.link/3lgBFX>

Guijarro, E., de la Vega, R. y del Valle, S. (2009). *Ciclo menstrual, rendimiento y percepción del esfuerzo en jugadoras de fútbol de élite*. En Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. vol. 9 (34), pp. 96-104. Disponible en: <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista34/articulo100.htm>

Human Rigths Watch (24 de marzo de 2021).

Qatar: La tutela masculina cercena los derechos de las mujeres. <https://www.hrw.org/es/news/2021/03/29/qatar-la-tutela-masculina-cercena-los-derechos-de-las-mujeres>

Organización de las Naciones Unidas Mujeres [ONU Mujeres] (2021). *Perspectiva de género en el periodismo deportivo. Para una información deportiva libre de estereotipos*. Argentina.

Plada Pais, S. y Ramallo Bonvin, V. (2015). *Programa de Comunicación Corporativa: Organización Nacional de Fútbol Infantil (ONFI)* [Tesis de licenciatura, Universidad ORT Uruguay, Facultad de Comunicación y Diseño]. Repositorio académico digital - Universidad ORT Uruguay.

Sancho Sanmartin, A. (2022). *El fútbol en el mundo árabe: Un asunto de mujeres*. En Revista Española de Educación Física y Deportes, vol. 436 (2), p. 50-56.

Uruguay Presidencia (23 de marzo de 2017). *Inmujeres y Organización del Fútbol Infantil acordaron capacitación sobre género que beneficiará a 60.000 niños*. <https://www.gub.uy/presidencia/comunicacion/noticias/inmujeres-organizacion-del-futbol-infantil-acordaron-capacitacion-sobre>

www.nomadeconsultora.uy

escribinos a:

hola@nomadeconsultora.uy

seguinos en:

**twitter, facebook, instagram
y linkedin.**

