

Tropos e imágenes de los discursos misóginos sobre el fútbol femenino en espacios de comunicación

Carolina Arrieta-Castillo

Department of Communication, Universidad a Distancia de Madrid, Spain,

carolina.arrieta@udima

El ámbito del fútbol femenino ha cobrado relevancia en los espacios deportivos españoles con la eclosión de un grupo de jugadoras que han conseguido distintos hitos en poco tiempo: la victoria en la Copa del Mundo de Australia y Nueva Zelanda (2023) con la Selección Española de Fútbol y la conquista de tres Champions League por parte del Fútbol Club Barcelona femenino (2021, 2023, 2024). Esta eclosión ha hecho que caiga sobre las futbolistas el foco mediático y ha generado palabras de elogio y admiración al tiempo que ha desatado prejuicios misóginos por parte de comunicadores en medios tradicionales y usuarios anónimos de comunidades virtuales que generan discursos misóginos y violencia verbal contra las protagonistas.

En este estudio nos centramos en identificar y analizar las imágenes y lugares comunes recurrentes en los discursos misóginos dirigidos hacia las futbolistas y el fútbol femenino en general en medios de comunicación tradicionales (como Marca, Cope o el Chiringuito) y en comunidades virtuales (como forocoches, burbuja.info o marca.com). A través de un análisis del discurso, de enfoque crítico, que tiene en consideración categorías lingüísticas y literarias, el estudio aborda el modo en que los espacios deportivos tradicionales (televisión, radio y prensa) y no tradicionales (foros, redes y comunidades virtuales) construyen y refuerzan imágenes negativas de las mujeres en el deporte, utilizando lugares comunes, metáforas e imágenes visuales que desvalorizan su participación y logros deportivos. Los resultados apuntan al funcionamiento de dos imágenes predominantes: la de la mujer no femenina, que ampara discursos lesbófobos para despojar a las futbolistas de cualidades humanas y da pie a la cosificación de las protagonistas, y la imagen de la mujer caprichosa, cuya construcción trasciende a las deportistas y suele implicar estrategias discursivas y audiovisuales de infantilización de todas las mujeres, que derivan en una minusvaloración del universo femenino contrastable con la deificación del masculino, a través de atributos como el raciocinio y el sentido común asignados recurrentemente a los hombres que rodean a las futbolistas. Estas imágenes misóginas no solo se limitan a los comentarios de aficionados o usuarios en redes sociales, sino que también están presentes en los medios de comunicación tradicionales, lo que contribuye a la consolidación de una narrativa que margina el fútbol femenino y refuerza la idea de que las futbolistas no deben ocupar un espacio mediático relevante. Sobre todo, estas imágenes constituyen una violencia discursiva hacia las

jugadoras (y hacia todas las mujeres) y generan una brecha entre el reconocimiento social de los logros de las futbolistas y sus homólogos masculinos, lo que perpetúa la desigualdad de género dentro del deporte. Es por ello que el estudio subraya la necesidad de cuestionar y transformar las imágenes y lugares comunes sobre fútbol femenino para promover una mayor equidad y visibilidad para las mujeres en el deporte.