

Perspectiva Geográfica

Revista del Programa de Estudios de Posgrado en Geografía

Enero - junio de 2024

Vól.29 No.1

ISSN 0123-3769 ▶ e ISSN 2500-8684

Dossier. Deporte, Ocio y Geografía



ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
DE ALTA CALIDAD
MULTICAMPUS
REGULACIÓN 2010 DE 2010 MEN / 6 AÑOS



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI



Perspectiva Geográfica

Revista del Programa de Estudios de Posgrado en Geografía

Perspectiva Geográfica es una revista especializada en estudios geográficos, editada por el Programa de Estudios de Posgrado en Geografía (EPG) en el marco del convenio de colaboración científica entre la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC) y el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC) desde 1997, de periodicidad semestral a partir del 2013. Dirigida a comunidades académicas, investigativas y del desarrollo territorial interesadas en temas geográficos y de ciencias afines. Se publica únicamente en versión *online* desde el primer semestre de 2019. Todos sus números se encuentran disponibles en formato digital.

En la revista se publican artículos originales e inéditos de reflexión, revisión e investigación, en español, inglés y portugués, referidos a la espacialidad de los fenómenos sociales, económicos, políticos, culturales y naturales, desde diversas perspectivas y enfoques teóricos. Del mismo modo, se acogen los estudios sobre aspectos técnicos y metodológicos del quehacer de los geógrafos, así como trabajos de geografía aplicada en los campos de la geomática y la planificación territorial e investigaciones de frontera que redunden en el desarrollo de la ciencia geográfica. También se aceptan otras tipologías de texto como entrevistas a expertos y reseñas de tipo descriptivo o analítico. La recepción de artículos está sujeta a las convocatorias programadas por la revista.

INDEXADA EN:



Web of Science (Emerging Sources Citation Index)



SciELO Citation Index



Clasificación Integrada de Revistas Científicas - CIRC (Ciencias Sociales-C)



Dialnet



European Reference Index for the Humanities and Social Sciences (ERIH PLUS)



Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico (REDIB)

INCLUIDA EN LOS CATÁLOGOS:



JournalTOCs



Publicación financiada por la Vicerrectoría de Investigación y Extensión de la UPTC. Está licenciada bajo los términos de Creative Commons Attribution 4.0 International <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

CANJE

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)

Biblioteca Central

Avenida Central del Norte Tunja, Boyacá, Colombia

biblioteca.informacion@uptc.edu.co

RECURSOS Y SERVICIOS DOCUMENTALES

De consulta en la plataforma:

<http://www.uptc.edu.co/enlaces/rpersgeogra>

Carrera 30 n° 48-51, Edificio CIAF, of. 108, Bogotá (Colombia)

Teléfono: [57-1] 369 4000/4100, ext. 91631

perspectiva.geografica@uptc.edu.co

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO EN GEOGRAFÍA (EPG)

Convenio Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)

Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC)

Publicación coordinada por el Programa de Estudios de Posgrado en Geografía (EPG), Convenio UPTC-IGAC

EQUIPO EDITORIAL

- ▶ **EDITOR**
Wladimir Mejía Ayala
Doctor en Geografía por la Université d'Angers, Francia
Estudios de Posgrado en Geografía (EPG), Convenio UPTC-IGAC, Colombia
- ▶ **ASISTENTE EDITORIAL**
Juan García
Ingeniero y magíster en Generación y Gestión de Contenidos Digitales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Colombia
Alejandra Castro Hernández
Filósofa, Magíster en Geografía por la Universidad Nacional de Colombia
- ▶ **EDITOR EN JEFE UPTC**
Witton Becerra Mayorga
Doctor en Filosofía por la Western University, Canada
Profesor titular de la Escuela de Idiomas y editor en jefe de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia
- ▶ **CORRECCIÓN DE ESTILO (ESPAÑOL)**
Luz Ángela Uscátegui Cuéllar
- ▶ **CORRECCIÓN DE ESTILO Y TRADUCCIÓN (INGLÉS-PORTUGUÉS)**
Luis Fernando Vega
- ▶ **DIAGRAMACIÓN, DISEÑO DE PORTADAS Y RETOQUES GRÁFICOS**
Henry Ramírez Fajardo
- ▶ **CONCEPTO GRÁFICO**
Alba Esperanza Giraldo Vásquez
GIT Comunic. y Marketing Estratégico (IGAC)
- ▶ **ILUSTRACIÓN EN PORTADA**
Pendiente por definir

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

- ▶ **ENRIQUE VERA LÓPEZ**
Rector
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)
- ▶ **GUSTAVO ADOLFO MARULANDA MORALES**
Director general
Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC)
- ▶ **JULIO ALDEMAR GÓMEZ CASTAÑEDA**
Decano Facultad de Ciencias de la Educación
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)
- ▶ **JOHAN ANDRÉS AVENDAÑO ARIAS**
Director de Investigación y Prospectiva
Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC)

COORDINADOR ACADÉMICO

WLADIMIR MEJÍA AYALA
Ph. D. en Geografía por la Université d'Angers, Francia
Estudios de Posgrado en Geografía
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

DIRECTOR ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

WILLIAM PACHECO VARGAS
Doctor en Historia por la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)

CUERPO EDITORIAL

EDITOR

- ▶ **WLADIMIR MEJÍA AYALA**
Doctor en Geografía por la Université d'Angers, Francia
Estudios de Posgrado en Geografía (EPG), Convenio UPTC-IGAC, Colombia

EDITORES ASOCIADOS

- ▶ **JEAN FRANCOIS MAS**
Doctor en Percepción Remota / Ecología Tropical por la Universidad Paul Sabatier, Toulouse, Francia
Centro de Investigaciones en Geografía Ambiental Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México
- ▶ **DANIEL HIERNAUX**
Doctor en Estudios de Sociedades Humanas Latinoamericanas con especialidad en geografía por la Universidad de la Sorbona, París, Francia
Universidad Autónoma de Querétaro, México

COMITÉ CIENTÍFICO

- ▶ **ALICIA LINDÓN VILLORIA**
Doctora en Ciencias Sociales con especialidad en Sociología por el Colegio de México, México
Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México
- ▶ **MARCOS AURELIO SAQUET**
Doctor en Geografía por la Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil

COMITÉ EDITORIAL

- ▶ **LUIS BERNETH PEÑA REYES**
Doctor en Geografía Social por la Universidad de Rennes, Francia
Universidad de Jena, Alemania
- ▶ **ALEXANDER ARIZA**
Doctor en Tecnología de la Información Geográfica por la Universidad de Alcalá de Henares, España
Visiting Scientist. Bonn Office, UN-SPIDER Programme United Nations Office for Outer Space Affairs (UNOOSA)
- ▶ **LUIS FELIPE CABRALES BARAJAS**
Doctorado en Geografía y Ordenación Territorial por la Universidad Complutense de Madrid, España
Universidad de Guadalajara, México

- ▶ **DIEGO SÁNCHEZ GONZÁLEZ**
Doctor en Geografía por la Universidad de Granada, España
Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España
- ▶ **CARMEN EGEA JIMÉNEZ**
Doctora en Geografía por la Universidad de Granada, España
Universidad de Granada, España
- ▶ **CARLOS WALTER PORTO-GONÇALVES**
Doctor en Geografía por la Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil
Universidad Federal Fluminense, Brasil
- ▶ **LOURDES POUJOL**
Doctora en Ciencias Naturales Antropología por la Universidad Nacional de La Plata, Argentina
Universidad Nacional de La Plata, Argentina
- ▶ **OSCAR FRAUSTO MARTÍNEZ**
Doctor ingeniero por la Universidad Bauhaus - Weimar, Alemania
Universidad de Quintana Roo, México
- ▶ **JULIO CÉSAR SUZUKI**
Doctor en Geografía Humana por la Universidad de São Paulo, Brasil
Universidad de São Paulo, Brasil
- ▶ **BONNIE CAMPOS CÁMARA**
Doctora en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México
Universidad de Quintana Roo, México
- ▶ **FERNANDO LÓPEZ MARTÍN**
Doctor en Geografía por la Universidad de Zaragoza, España
Director de Instituto Geográfico de Aragón (IGEAR), España
- ▶ **CLARA JUDITH BOTIA FLECHAS**
Doctora en Geografía por el programa Estudios de Posgrado en Geografía, Colombia
Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia

COMITÉ CIENTÍFICO INSTITUCIONAL

▶ JORGE VICENTE RUIZ LINARES

Doctor en Recursos Naturales por la Universidad de Connecticut, Estados Unidos
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

▶ NOHORA INÉS CARVAJAL SÁNCHEZ

Doctora en Geografía por la Université de Montreal, Canadá
Estudios de Posgrado en Geografía (EPG), Convenio UPTC-IGAC, Colombia

EDITORES INVITADOS

▶ MARÍA VERÓNICA IBARRA

Doctora en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México
Universidad Nacional Autónoma de México

▶ DANTE GUILLERMO CELIS

Doctora en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México
Universidad Nacional Autónoma de México

▶ JONATHAN MONTERO OROPEZA

Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara
Escuela Nacional de Estudios Superiores

LOS COMITÉS CIENTÍFICO Y EDITORIAL AGRADECEN A LOS JURADOS QUE HICIERON POSIBLE ESTE VOLUMEN:

▶ ANDREA PIMENTEL RIVERA

Doctorante en Geografía por la University of Illinois, Urbana-Champaign, Estados Unidos
University of Illinois, Urbana-Champaign

▶ ENRIQUE CASTILLO FIGUEROA

Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara, México
Universidad de Guadalajara

▶ ANDRÉS ANTONIO FÁBREGAS PUIG

Doctor en Antropología por la Universidad Autónoma Metropolitana, México
CIESAS-Occidente, México

▶ JAFET QUINTERO VENEGAS

Doctorado en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México
Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México

▶ BRENDA URBANO HERNÁNDEZ

Doctora en Estudios Urbanos y Ambientales por El Colegio de México
Centro de Estudios en Geografía Humana, El Colegio de Michoacán, México

▶ MARINA MOSCOSO

Doctorante en Geografía por la University of Illinois, Urbana-Champaign, Estados Unidos
Universidad de Puerto Rico

▶ EDGAR TALLEDOS SÁNCHEZ

Doctor en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México
Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (Conahcyt)/El Colegio de San Luis, A.C., México

▶ MÓNICA ELENA ORTIZ LIÑAN

Doctora en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México
Universidad Nacional Autónoma de México, ENES León

▶ EMMA OROPOEZA

Doctorante en Geografía por la Universidad de Guadalajara, México
Universidad de Guadalajara, México

▶ NORMA ANGELICA RODRÍGUEZ VALLADARES

Doctora en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México
Centro de Estudios en Geografía Humana de El Colegio de Michoacán, México

▶ **OSCAR RAMÓN LÓPEZ CARRILLO**

Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara Universidad de Guadalajara

▶ **PATRICIA MEJÍA**

Doctorante en Ciencias Sociales por El Colegio de Michoacán, México El Colegio de Michoacán, México

▶ **PAULA CAROLINA SOTO VILLAGRÁN**

Doctora en Ciencias Antropológicas Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, México

▶ **ROCÍO MARISOL ALANIS**

Doctora de Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México Colegio de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional Autónoma de México

▶ **ROSALÍA CAMACHO LOMELI**

Doctora de Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México CONAHCYT-Instituto Tecnológico de Oaxaca, México

CONTENIDO

CONTENT

SUMÁRIO

1-4 Editorial

Wladimir Mejía Ayala • Verónica Ibarra • Jonathan Montero Oropeza •
Dante Guillermo Celis

1-16

Los organismos deportivos internacionales: la FIFA y el COI vistos a través de la geografía política

International sports organizations: FIFA and the IOC seen through political geography

Organizações esportivas internacionais: a FIFA e o COI visto através da geografia política

Dante Guillermo Celis Galindo • Octavio Augusto Montes Vega

1-21

La relación del turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deportivas: un análisis bibliométrico

The relationship of tourism and geography for the development of sports activities: a bibliometric analysis

A relação do turismo e da geografia para o desenvolvimento das atividades esportivas: uma análise bibliométrica

Tannia Álvarez Meneses • Eliana Leonor Valderrama Orozco • Jorge Enrique Gamba Niño

1-20

Prácticas deportivas y ocio en el parque lineal Periférico Oriente en Iztapalapa, Ciudad de México, 2020-2022

Sports practices and leisure in the “Periférico Oriente linear park” in Iztapalapa, Mexico City, 2020-2022

Práticas esportivas e de lazer no “parque linear Periférico Oriente” em Iztapalapa, Cidade do México, 2020-2022

Jonni Méndez Atempa • María Guadalupe Ávila Reyes

1-11

Niñas, fútbol y emociones: una mirada desde la geografía feminista

Girls, football and emotions: a look from feminist geography

Meninas, futebol e emoções: um olhar a partir da geografia feminista

Montserrat Vanessa Quintana López

1-15 Promoviendo geografías deportivas feministas: la inserción del baloncesto femenino en el paisaje cultural de Puerto Rico

Promoting feminist sports geographies: the insertion of women's basketball into the cultural landscape of Puerto Rico

Promovendo geografias esportivas feministas: a inserção do basquetebol feminino na paisagem cultural de Porto Rico

Rafael R. Díaz Torres

1-12 Fútbol e interseccionalidad: la trayectoria de Monarcas Colima

Football and intersectionality: the trajectory of Monarcas Colima

Futebol e interseccionalidade: a trajetória de Monarcas Colima

Ciria Margarita Salazar C. • Emilio Gerzaín Manzo Lozano

1-15 El carnaval de los hinchas en Bogotá: un estudio social sobre la fiesta en el fútbol

The fans' carnival in Bogotá: a social study on the celebration in football

O carnaval de torcedores em Bogotá: um estudo social sobre a festa do futebol

John Alexander Castro Lozano

1-19 Trialéctica de un espacio deportivo: *Strong Girls*

Trialectic of a sports space: strong girls

Trialética de um espaço desportivo: meninas fortes

Edith Cortés Romero • Elizabeth Valenzuela Ornelas

1-16 Ponte la verde: futbol y consumo cultural de jóvenes universitarios de Oaxaca, México

Put on the green one: Soccer and cultural consumption of young university students from Oaxaca, México

Coloque o verde: Futebol e consumo cultural entre jovens universitários de Oaxaca, México

Jorge Alberto Meneses Cárdenas

1-13 Mujeres al aire libre: una reflexión sobre la práctica deportiva y el género

Women Outdoors: A Reflection on Sports Practice and Gender

Mulheres ao ar livre: uma reflexão sobre a prática esportiva e o gênero

Leidy Johana Ariza Marín • Edwin Arcesio Gómez Serna • María Fernanda Mojica Céspedes • Claudia Bibiana Ruiz

Neil Smith sostiene que el espacio no es reflejo de la sociedad, sino la manifestación de esta, porque la sociedad y el espacio no son dos cosas separadas, sino una misma. En ese sentido, los espacios de las actividades físicas, el deporte y el ocio nos muestran cómo es la sociedad actual, qué es lo que importa en la práctica deportiva o la actividad física, para quién se producen y quién produce esos espacios, y quiénes se benefician de ellos. También podemos evaluar si son espacios justos, incluyentes y respetuosos, o sus opuestos, injustos, excluyentes e irrespetuosos.

Analizar la producción de los espacios del ocio y el deporte nos permite también conocer la sociedad y cómo intervienen los diferentes sujetos desde sus diferentes agencias: por un lado, los grandes entes del poder económico y político y cómo intervienen en las producciones del espacio urbano y las infraestructuras, pero también en los espacios domésticos, educativos y rurales cuando las máximas justas deportivas se realizan a miles de kilómetros y, sin embargo, logran tener su impronta espacial en la vida cotidiana de las personas, jóvenes y niños.

Otros actores importantes son los gobiernos locales y regionales, que pueden contribuir en la producción de espacios más justos, incluyentes, respetuosos y democráticos para sujetos que han sido históricamente excluidos de estos espacios como las mujeres y niñas a quienes les ha sido negado históricamente el acceso a las prácticas deportivas. Pero no son los únicos colectivos a quienes se les ha negado el acceso al deporte, todos los cuerpos no hegemónicos que no responden a los estereotipos de la cultura occidental han sido excluidos sistemáticamente, como la comunidad LGBTIQ+, así como las personas con discapacidad, las niñas y los niños en general. La exclusión se ha dado por edad, clase, género, orientación sexual, raza y hacia las personas con discapacidad.

La geografía, en tanto ciencia social, puede explicar estas deudas sociales que son, por ende, espaciales. Este *dossier* muestra una gran variedad de elementos que operan en estas producciones espaciales y, por ello, se divide en tres partes.

1. Miradas generales sobre la problemática a partir de los grandes organismos internacionales que intervienen en los procesos espaciales; un estado de la cuestión a partir de la triada deportes, turismo y geografía, con metodolo-



Editor

Wladimir Mejía Ayala

Doctor en Geografía por la Université d'Angers, Francia.

Estudios de Posgrado en Geografía, Convenio UPTC-IGAC, Colombia.



Editora invitada

Dra. Verónica Ibarra

Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM

<https://orcid.org/0000-0002-5478-2592>



Editor invitado

Dr. Jonathan Montero Oropeza

Escuela Nacional de Estudios Superiores (ENES)- unidad León, UNAM

<https://orcid.org/0000-0002-3516-6081>



Editor invitado

Dr. Dante Guillermo Celis

Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM

<https://orcid.org/0000-0002-8015-7918>

gías cuantitativas y cualitativas; y la intervención de un gobierno local que al renovar un espacio deportivo en una zona marginal brinda una mejora para niños, niñas, mujeres, jóvenes y personas de la tercera edad.

2. Un grupo de artículos que dan cuenta de poblaciones tradicionalmente excluidas de los espacios deportivos: niñas, mujeres y hombres gay que no representan a los cuerpos hegemónicos del mundo capitalista, occidental, patriarcal y heteronormado, así como el grupo tradicional al que se ha asociado el deporte; a los hombres que viven el fútbol desde las barras no tradicionales, como espacios de performatividad, identidad y reproducción de masculinidades hegemónicas. Los primeros dan cuenta de las resistencias y los avances que se han logrado, sin dejar de reconocer que aún falta mucho para tener espacios que respondan a las necesidades sociales y no solo al capital, porque, a decir verdad, al parecer el capital va ganando en la producción de los espacios, sustentado en las desigualdades de clase, género, raza, orientación sexual y adultocentrismo.
3. El último apartado está conformado por dos artículos en los cuales se muestra la importancia de los medios de comunicación en el reconocimiento, difusión y forma de vivir el deporte. Al mismo tiempo, se presentan metodologías, por demás, innovadoras en la geografía, que pueden contribuir en estudios de caso que nos permitan conocer mejor y con mayor profundidad este mundo deportivo, del ocio y las actividades físicas que reproducen lo mejor y lo peor de la sociedad.

Este número inicia con la demostración de la importancia de los organismos internacionales que intervienen en el deporte y por ende en las producciones espaciales del deporte no solo a través de las infraestructuras, sino de las legitimaciones que han dado a quiénes, dónde, cuándo y cómo se práctica el deporte. También se identifica su relación con el capital y con la organización de los megaeventos deportivos, donde el análisis desde la geografía política nos brinda una lectura renovada de esta rama de la geografía.

El segundo texto, “La relación del turismo y la geografía para el desarrollo de las actividades deportivas: un análisis bibliométrico”, es un trabajo de investigación cuantitativo y cualitativo que nos brinda elementos para conocer el estado de la cuestión de esta temática, por demás ilustrativa de su reciente integración a los estudios desde la geografía, pero también de su crecimiento en los últimos años, al tiempo que nos permite identificar en qué países se ha desarrollado esta temática; en América Latina, destacan Brasil, Colombia, México y Ecuador.

El tercer trabajo, “Prácticas deportivas y ocio en el parque lineal Periférico Oriente en Izta-palapa, Ciudad de México, 2020-2022”, da cuenta de la recuperación de un espacio deportivo para una comunidad y cómo un gobierno local puede contribuir en la construcción de espacios que benefician a su comunidad, integrada por niños y niñas, adolescentes, mujeres, hombres y personas de la tercera edad, y, sin embargo, sin considerar aún a las personas con discapacidad. Es decir, aunque hay avances, aún hay deudas con personas que también tienen el derecho al ocio, al tiempo libre y a las actividades físicas.

El siguiente artículo, “Niñas, fútbol y emociones: una mirada desde la geografía feminista”, es un estudio realizado en el marco del 8 de marzo de 2023 en una alcaldía de la Ciudad de México en donde se colocan en el centro del análisis las emociones de las niñas al participar en actividades de las que históricamente han sido excluidas. Su sorpresa, placer y gusto por participar con otras niñas es una muestra de lo que se puede descubrir desde una geografía feminista de la niñez, y nos cuestiona acerca de toda la geografía que no considera que las infancias son parte importante de este mundo.

El artículo “Promoviendo geografía deportiva feminista del baloncesto femenino en el paisaje cultural de Puerto Rico” es un ejemplo de la participación de las mujeres en el baloncesto de Puerto Rico, sus aportaciones y su invisibilidad en el paisaje a pesar de las contribuciones, lo que revela cómo el patriarcado deja su impronta en el espacio, que no es neutral ni objetivo. Una mirada feminista puede decodificar esos elementos que hacen del espacio un espacio patriarcal.

“Fútbol e interseccionalidad: la trayectoria de Monarcas Colima” analiza la participación de hombres gay en una liga de fútbol en el estado de Colima, donde lograron romper los estereotipos de la masculinidad hegemónica para producir un espacio deportivo diverso, incluyente y respetuoso a partir de su agencia, más allá de una política pública. Este grupo social también ha sido excluido históricamente de estos espacios, aunque afortunadamente la sociedad está cambiando y, por ende, el espacio. Identificar su impulso para la transformación social es parte del reconocimiento de su aportación en la producción de otros espacios sociales.

“El carnaval de los hinchas en Bogotá: un estudio social sobre la fiesta en el fútbol”, por el contrario, muestra la masculinidad hegemónica de los espacios deportivos y explica la espacialidad de las barras bravas, dónde surgen, cómo se distribuyen y cómo se imponen frente a las barras tradicionales. Los espacios deportivos también son espacios de conformación de identidades que subvierten a los espectadores, que se transforman a sí mismos y también transforman el espacio deportivo. Son espacios de fiestas y carnavales y, como fiestas, hacen parte indisoluble de lo humano en toda su complejidad y contradicción.

El penúltimo artículo muestra cómo a partir de las nuevas formas de comunicación se da a conocer la participación y aportaciones de las mujeres en diferentes deportes, así como los obstáculos que enfrentan en sus respectivas disciplinas deportivas. El artículo, titulado “Trialéctica de un espacio deportivo: *Strong Girls*”, recupera la apuesta metodológica de Edward Soja sobre la trialéctica del espacio y cómo a través del *streaming*, en este caso, en la plataforma StreamYard, la locutora realiza una serie de entrevistas a deportistas, entrenadoras, periodistas, investigadoras y todas aquellas mujeres que tienen que ver con los diferentes tipos de deporte, convencional, adaptado, *amateur*, profesional, individual o por equipos. Los retos aún son innumerables, pero si se quiere una transformación se debe integrar a los medios de comunicación, ya que sin ellos no se puede transformar el espacio.

El artículo “Ponte la verde: fútbol y consumo cultural de jóvenes universitarios en Oaxaca, México” analiza desde el trabajo etnográfico sobre el Mundial de 2010 cómo los eventos depor-

tivos impactan la vida cotidiana de una población rural, la universidad y las casas de los alumnos a través de las señales de TV, en un tiempo en que, aunque ya existían las nuevas tecnologías, aún no tenían el auge que ahora presentan. Los cambios en la cotidianeidad del transporte, la casa e incluso la universidad muestran la performatividad que producen dichos eventos y cómo subvierten la cotidianeidad, pero también cómo las empresas están presentes operando en todo momento, en las identidades, en los consumos, en las muestras de “nacionalismo”, en las actitudes y en la reproducción de lo social.

Por último, el artículo “Mujeres al aire libre, un análisis de género en prácticas deportivas que desafían espacios abiertos”, es una reflexión sobre la relación del deporte, el género y el espacio, desde la geografía del género” que muestra de manera palmaria el potencial de dicha tríada analítica, en este caso en los espacios abiertos, donde la práctica deportiva ha estado históricamente asociada a la masculinidad, mientras que a las mujeres se le reservaba al espacio doméstico. Ambos espacios y actividades refuerzan estereotipos que es necesario cuestionar y transformar. Este análisis desde la geografía abona a ello, al brindar elementos fundamentales para continuar con dicha problematización.

Este *dossier* es una muestra de las nuevas temáticas, metodologías, encuadres y problematizaciones que presenta la geografía latinoamericana a través de un tema por demás importante, aunque parezca superficial y efímero, pero que trabaja en diferentes escalas: desde la escala cuerpo, en donde se alojan emociones, sentimientos, identidades y *performances*, pero también cómo estas actividades operan en las producciones espaciales de las ciudades, las localidades, los espacios deportivos, y todos estos se reproducen en contradicción y nos permiten conocer más el mundo y a los seres humanos que lo producimos, con todas sus contradicciones y en su gran complejidad.

DANTE GUILLERMO CELIS GALINDO   OCTAVIO AUGUSTO MONTES VEGA 

ARTÍCULO ORIGINAL

Los organismos deportivos internacionales: la FIFA y el COI vistos a través de la geografía política

Fecha de recepción: 31 de agosto de 2023 ▶ **Fecha de aceptación:** 12 de diciembre de 2023▶ **Fecha de publicación:** 1 de enero de 2024

Sugerencia de citación. Celis Galindo, D. G., Montes Vega, O. A. (2024). Los organismos deportivos internacionales: la FIFA y el COI vistos a través de la geografía política. *Perspectiva Geográfica* 29(1), 1-16. <https://doi.org/10.19053/01233769.16482>

Resumen. La Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y el Comité Olímpico internacional (COI) son dos organismos deportivos internacionales con un funcionamiento instrumental dentro de las grandes corporaciones internacionales. También poseen injerencia en los Estados nacionales mediante la generación de discursos ecológicos y fondos de inversión en obra pública, lo que los lleva a ser una pieza clave en la producción de espacios de capital. Las empresas deportivas se han convertido en un actor fundamental para entender los mecanismos de enajenación social y cultural para muchos miembros de la clase trabajadora, pero esto no sería entendible sin las organizaciones internacionales del deporte que funcionan como intermediarios entre las empresas y el pueblo consumidor. La geografía política, en su vertiente crítica, resulta crucial para el análisis en este proceso de producción del espacio que genera este proceso de intermediación entre las empresas deportivas, los organismos institucionales y los consumidores del deporte profesional. Para ello, se realizó una metodología inductiva, ya que el trabajo se desprende de una investigación sobre el papel de los organismos internacionales en los países organizadores de megaeventos deportivos.

Palabras clave: *deportes, geografía política, Juegos Olímpicos, organismo internacional, poder, geografía*

1 Dr. En Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesor de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México. México. dantecelis@filos.unam.mx <https://orcid.org/0000-0002-8015-7918>

2 Dr. En Antropología de El Colegio de Michoacán. Profesor de El Colegio de Michoacán, México. octavioamontes@gmail.com <https://orcid.org/0000-0001-7258-8307>

International sports organizations: FIFA and the IOC seen through political geography

Abstract: The International Federation of Association Football (FIFA) and the International Olympic Committee (IOC) are two international sports organizations with an instrumental functioning within large international corporations. They also have influence in national states through the generation of ecological discourses and investment funds in public works, which leads them to be a key player in the production of capital spaces. Sports companies have become a fundamental actor in understanding the mechanisms of social and cultural alienation for many members of the working class, but this would not be understandable without international sports organizations that function as intermediaries between companies and the consumer population. Political geography, in its critical aspect, is crucial for the analysis of this process of production of the space that generates this process of intermediation between sports companies, institutional organizations and consumers of professional sports. For this, an inductive methodology was carried out, since the work arises from an investigation into the role of international organizations in the countries organizing mega sporting events.

Keywords: *sports; political geography; Olympic Games; International organization; can; geography.*

Organizações esportivas internacionais: a FIFA e o COI visto através da geografia política

Resumo: A Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA) e o Comitê Olímpico Internacional (COI) são duas organizações desportivas internacionais com um funcionamento instrumental dentro de grandes corporações internacionais. Também têm influência nos Estados nacionais através da geração de discursos ecológicos e de fundos de investimento em obras públicas, o que os leva a ser um ator-chave na produção de espaços de capital. As empresas desportivas tornaram-se um ator fundamental na compreensão dos mecanismos de alienação social e cultural de muitos membros da classe trabalhadora, mas isso não seria compreensível sem as organizações desportivas internacionais que funcionam como intermediárias entre as empresas e a população consumidora. A geografia política, na sua vertente crítica, é crucial para a análise deste processo de produção do espaço que gera este processo de intermediação entre empresas desportivas, organizações institucionais e consumidores de desporto profissional. Para isso foi realizada uma metodologia indutiva, uma vez que o trabalho surge de uma investigação sobre o papel das organizações internacionais nos países organizadores de megaeventos esportivos.

Palavras-chave: *esportes; geografia política; Jogos Olímpicos; Organização Internacional; pode; geografia.*

Introducción

El deporte profesional se ha convertido en un negocio importante a nivel mundial. Los Juegos Olímpicos o los mundiales de fútbol son megaeventos que generan miles de millones de dólares, incluso más que algunos Estados nacionales en el planeta, por lo que los organismos que los regulan asumen un poder político y económico determinante en acciones gubernamentales en diferentes ámbitos.

Con la misma lógica que los organismos internacionales políticos y económicos, como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y la Organización Mundial del Comercio, funcionan como reguladores en el mundo. Son instituciones que aparecen como “vigilantes” y se escudan en la cooperación internacional y en el progreso para imponer sus agendas y difundir sus estructuras que les permitan adquirir y lograr más poder.

LA Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y el Comité Olímpico Internacional (COI) tienen un funcionamiento similar a esos organismos internacionales y, como corporaciones mundiales, tienen injerencia en la vida política de diversas naciones. Imponen normas, estructuras e infraestructura y condicionan de una u otra forma la aparición de una nación en sus eventos deportivos, a la que le darán visibilidad y beneficiarán desde la inversión económica. Esto a cambio de generar actividades o acciones que se centren en la producción de espacios acordes con los intereses capitalistas, ya que esto les permitirá a las marcas patrocinadoras y a los mismos organismos asumir mayor poder. Siempre con el discurso de fomentar la libre competencia, la equidad y el desarrollo de las naciones, vistas como comunidades imaginadas y entendidas como espacios territoriales conformados por clases políticas y económicas que representan la hegemonía de un país (Anderson, 1993).

La geografía política permitirá entonces identificar esta diferenciación de espacios a partir de indagar en la forma en que funcionan o se comportan estos

organismos mediante la fragmentación ordenada de territorios mediante confederaciones.

La geografía política en el estudio del espacio y los deportes

El espacio, desde la perspectiva geográfica, es un producto social en el que intervienen una variedad de elementos y actores. La producción alude a las fuerzas productivas, al trabajo o al trabajador, a la generación de imaginarios o ideales, así como a las relaciones de poder entre diversos organismos o actores. Entonces, en la producción del espacio intervienen elementos económicos, políticos y culturales (Lefebvre, 2013, pp. 55-56). Es por ello que el espacio puede ser analizado desde diferentes líneas de estudio, ya que esto permitirá entender cómo, para qué y quiénes han sido sus principales impulsores. La geografía política nos brinda una dimensión desde el poder para su análisis.

La geografía política es una disciplina que ha servido para la conformación de territorios nacionales y la generación de identidades o imaginarios (Anderson, 1993). Su análisis enfatiza las interacciones entre la sociedad, con las gestiones políticas administrativas, así como con la toma de decisiones. En la práctica, los Estados veían a la geografía política como un elemento estratégico en la obtención de recursos o explotación de la naturaleza (Talledos, 2014, p. 20).

Pero la geografía política actual abarca mucho más de lo mencionado, pues los estudios de las relaciones políticas no pueden estar exentos de las causas económicas ni de las relaciones globales en todos los aspectos y el Estado debe ser analizado como productor, como consumidor y también como disciplina (Cairo, 1997, p. 56). Por ello se pueden analizar las consecuencias territoriales de los agentes económicos que actúan en concordancia con los Estados, por lo cual es importante señalar este tipo de relaciones, entenderlas e indagarlas en sus diferentes escalas para así identificar las consecuencias que estas relaciones

tienen, ya que lo político es, hoy en día, una variable de lo económico en las sociedades capitalistas (Cairo, 1997, p. 56). Los Estados están en relación con organismos internacionales y con corporaciones mundiales que manejan gran parte de la economía en la urbe. Es por ello que los mercados o intereses globales se ubican en un espacio geográfico específico con sus particulares formas de poner en valor lo deportivo de cada lugar (Ortega, 2000).

Los espacios no son estáticos, se transforman con el tiempo y con la aparición de nuevos actores, por lo que se transforman, regeneran o reproducen. Los organismos deportivos van adquiriendo importancia con el pasar de los años para lograr una reproducción espacial que se logra con la construcción de recintos deportivos (por ejemplo, estadios) y que llega a ser fundamental para la visibilidad de una marca, gobierno o ideas, so pretexto de un megaevento, debido a que estas edificaciones muestran la capacidad de los actores para su construcción y para legitimar un proyecto que va a redefinir la ciudad (Montero, 2019, p. 18).

Las relaciones de poder se manifiestan y se consolidan a partir de representaciones ideológicas, por lo que es necesario adentrarse en los mecanismos de transmisión y generación de ideas en las distintas sociedades. La geografía política analiza la transmisión de poder mediante la interpretación de los espacios y contribuye a la explicación y comprensión del funcionamiento del poder en la sociedad (Uribe, 1996, p. 102-103). Analiza cómo surge el poder, cómo se manifiesta y se “normaliza”, logrando una aceptación social en sus representaciones y controlando algunas relaciones sociales.

La geografía política abarca los procesos o sistemas mundiales, también es multiescalar al considerar lo internacional, local e individual, y debe considerarse como una geografía del poder en una multilateralidad de elementos, como en distintos organismos internacionales y a distintas escalas. Sin embargo, siempre es necesario considerar que el poder es di-

fuso y difícilmente rastreable, ya que las mismas relaciones por las que se conforma le permiten ocultarse o pasar desapercibido (Raffestin, 2011, pp. 17-25). La geografía política está “constreñida por dilucidar la dimensión espacial del poder”, en una dinámica organizativa en la que intervienen distintos actores como instituciones nacionales e internacionales que imponen “reglas y valores dominantes que preseleccionan de las propuestas admisibles en el proceso de decisión” (Stoppino, 1982, p. 1226, citado en Tallados, 2014, p. 33).

Los organismos internacionales como la FIFA y el COI han acrecentado su poder debido a la legitimación que les ha otorgado la práctica deportiva, al servir o funcionar como intermediarios entre empresas, gobiernos, trabajadores y consumidores, además de que colaboran en la producción espacial que las empresas globales buscan para lograr sus objetivos, entre otros, la acumulación del capital.

Estas instituciones influyen y generan transformaciones políticas, económicas, urbanas y sociales en una nación a partir de sus relaciones con los Estados y con empresas patrocinadoras de sus eventos, sin embargo, sus métodos o consecuencias pocas veces son cuestionados, además de ser poco analizados a partir de los estudios de las relaciones de poder. Esto se debe a que el deporte funciona como el gran legitimador de lo establecido y se configura para ser visto como un sistema positivo y que genera la idea de que busca el orden y el progreso (Rodríguez, 2003, p. 205). Esto no es nuevo, ya que los diversos usos que se les dan a las actividades deportivas datan de, al menos, el siglo XIX; sin embargo, el poder e influencia que tienen el COI y la FIFA creció conforme avanzó el siglo XX.

Los organismos internacionales

El siglo XIX es el comienzo de los nacionalismos de Estado y es en la segunda mitad de este siglo que surgen los dos organismos deportivos de los que damos

cuenta, la FIFA y el COI. El siglo XX provocó un reacomodo en todos los sentidos. Visibilizó la necesidad de generar estructuras “pacíficas” que se volvieran la principal alternativa a los constantes conflictos bélicos. Se buscaba que, al menos en el papel, se generaran las condiciones para que todos los países del mundo crecieran a la misma velocidad y que no surgieran nuevos y distintos conflictos.

Se generaron instituciones como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización Mundial del Comercio (OMC) y el Banco Mundial (BM) principalmente. Pero estos, lejos de brindar una solución a las dificultades mundiales, se convirtieron en órganos al servicio de los países con mayor poderío (Peet, 2004). Como ejemplo, tenemos el derecho a veto que tenían las grandes potencias mundiales como EE. UU. o la URSS. Es decir, las instituciones mundiales, en realidad, funcionaron para que los Estados no solo conservaran, sino que aumentaran su hegemonía en el mundo.

EL FMI, el BM y la OMC funcionan como “órganos oficiales del poder económico mundial”, cuyo papel de mayor importancia es generar las condiciones adecuadas para “despejar la entrada del gran capital en los países subdesarrollados y dictar las normas para su incorporación al mercado mundial” (Uribe, 1996, p. 12). Los organismos deportivos no tienen esas mismas funciones como normas básicas, sin embargo, en la etapa neoliberal, funcionan de una manera similar, ya que se han encargado de procurar que las grandes inversiones lleguen a todos los rincones del mundo y que se sigan las normas políticas y económicas que se dictan en los otros organismos globales.

Los organismos económicos internacionales, para lograr una mayor efectividad en sus políticas, han generado otras instituciones a menor escala, como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que funcionan como intermediarios para establecer normas en aspectos específicos como la educación, urbanismo o industria, que a su vez favorecerán la entrada de las grandes inversiones

a casi todos los sectores de la economía de casi todos los países (Uribe, 1996, p. 12). Este mismo esquema lo repiten los organismos deportivos, que paulatinamente han ido propiciando la generación de instituciones a menor escala como la Organización Deportiva Panamericana (ODP), los comités olímpicos de cada país y las federaciones locales, que buscan establecer las condiciones políticas y sociales para que los parámetros del olimpismo entren a cada nación.

El deporte en el mundo

Domingo Rodríguez (2003) menciona que hoy en día el deporte es un elemento importante que se manifiesta en casi todos los sectores de la vida y es una de las actividades cuyos objetivos más se han transformado en el último siglo, ya que van en relación con el sistema económico vigente, y “ha dejado de ser una actividad lúdica [para] convertirse en un elemento más del mercado mundial que debe atender a la ley de la oferta y demanda” (Luke, 2012, p. 50).

Las actividades deportivas se fundamentan en reglamentos, competencia y la búsqueda de la victoria, esa es precisamente la principal diferencia entre el deporte y otras actividades como las recreativas o físicas. Esto detona varios elementos alrededor de este, como la identidad. El deporte se convierte en una de las formas en que territorios o sociedades se enfrenten en un lugar aceptado y se busque demostrar que se es mejor que el rival, aunado a que se pueden apreciar regionalismos, ideologías, identidades contrapuestas, etcétera. Por lo tanto, el análisis de los deportes permite entender diversos elementos que ocurren en la vida cotidiana.

La práctica deportiva surge como un elemento intrínseco al ser humano, era una actividad lúdica que se convirtió en una competición. Así, se encuentran hechos históricos destacables, como los circos romanos, donde existía actividad física, competencia y búsqueda del triunfo, aunque con reglas limitadas y en beneficio de un sector, o los juegos de pelota en Me-

soamérica, que tiene varios elementos parecidos a las dinámicas actuales, como la conformación de equipos, trascender el territorio rival y utilizar una meta y un elemento esférico (Rodríguez, 2003, p. 202).

A partir del siglo xv al deporte se le dan otras “responsabilidades” como como orientador de disciplina, en donde se puedan manifestar los descontentos, las disputas, los conflictos territoriales o culturales, y surjan las posibles soluciones mediante reglas específicas, ya que el deporte procuraba la negociación y persuasión, mas no la unión, sino brindar la oportunidad de manifestar los descontentos mediante la disputa deportiva (Rodríguez, 2003, p. 195).

A partir del siglo xx el deporte se modifica radicalmente (Rodríguez, 2003, p. 196), ya que se masifica y diversifica al dejar de ser solo de un aspecto de distinción de las élites y surgen nuevas modalidades. Esto es también resultado de una transformación social, de las características de los sistemas políticos y económicos, de identidades y comportamientos. En este siglo el deporte comienza a adquirir la forma actual y la importancia que hoy tiene en todos los aspectos.

El deporte nunca ha carecido de importancia ni ha sido únicamente “pan y circo”, pero sí es en el segundo milenio cuando trasciende en la dinámica social. Prácticamente todos los sectores de la sociedad pueden estar insertos en algún elemento de la práctica deportiva: en el ámbito laboral, como deportistas, o con alguna actividad ligada a esta, como publicistas, vendedores, repartidores o fabricantes de algún producto, entre otras; como aficionados que siguen la actividad deportiva constantemente, por lo que se vuelven consumidores, o como afectados o beneficiados de estas actividades.

Así mismo, las repercusiones del deporte en la sociedad son distintas según la clase social de la que se trate, ya que mientras para las clases altas significa ocio o una forma de generar grandes ganancias, para las clases medias y bajas puede representar una posibilidad (quizá la única) de superación, de aspirar a un

estilo de vida más alto, o una forma de generar identidad con su barrio (Rodríguez, 2003, p. 205).

Las empresas, los Estados y los organismos internacionales deportivos ven al deporte como punto trascendental y modificador de estilos de vida, lo cual confirma que “La institución deportiva transforma el cuerpo en instrumento y lo integra dentro del complejo sistema de fuerzas productivas. En la institución se reproduce la ideología, los modos, valores y estatus que tienen lugar en las relaciones de producción y orden social dominante” (Rodríguez, 2003, p. 205).

Los Estados, a partir de medios de comunicación y propaganda, han generado múltiples inversiones en ciertas actividades, sobre todo las que generan mayores ganancias económicas y, en especial, los deportes que promueven el COI y la FIFA. Esto con el pretexto de llevar las actividades deportivas a toda la sociedad y con ello brindarle la oportunidad de reactivarse físicamente y mejorar su salud, sin embargo, la gran mayoría de las iniciativas no llegan a toda la población o no corresponden a las características socioeconómicas de la región (Luke, 2012, p. 50).

Los deportes, al ser prácticas aceptadas y difundidas entre la sociedad, tienen la capacidad de promocionar estilos de vida específicos surgidos de la competencia. Esto es lo que se ha entendido desde los organismos internacionales y por lo que estos han buscado influir en las diferentes naciones del mundo. Para ello, se difunden actividades deportivas en todo el planeta que se caracterizan por ser los deportes más populares en el planeta, como el fútbol; por lo tanto, la FIFA es uno de los organismos con mayor poder en el mundo. El Mundial de Qatar en 2022 es una muestra de ello, ya que fue un megaevento deportivo en una nación árabe. Por su parte, el COI también tiene en el fútbol un punto importante para su difusión, aunque aquí ha presentado dificultades para acceder a ciertos mercados debido a que la FIFA le impide que realice acciones para beneficiarse deportiva o económicamente.

Los deportes que más se han popularizado en el mundo en el siglo XX son resultado de múltiples elementos. El fútbol, como el deporte más jugado, tiene a su favor el que es una actividad con reglamentos mucho más digeribles que otros deportes; es fácilmente replicable en casi cualquier lugar, ya que no necesita más que un balón o bote o cualquier cosa que pueda patearse, por lo que no requiere ningún accesorio extra y esto facilitaba que todas las personas pudieran jugarlo en cualquier calle o parque; la dinámica del juego permite que exista un constante entretenimiento de la afición ya que, al menos en teoría, nunca se detiene, a diferencia de casi todos los demás deportes que tienen múltiples pausas; así mismo, tiene un tiempo concreto de inicio, duración y término, cuestión que no todos los deportes tienen. El tiempo que se le dedicaba, primero en radio y posteriormente en televisión, fue fundamental, y para que pudiera transmitirse se debía tener la certeza de su duración.

El fútbol fue, además, uno de los primeros deportes que “mezclaba” grupos sociales diversos, ya fueran obreros o dueños de fábricas. Esto generó desde el inicio una identidad fuerte con un equipo, lo cual se aprovechó posteriormente y se explotó para generar identidades regionales o incluso de clase social. Así, principalmente, a mediados del siglo XX se comenzaron a generar grandes rivalidades que la FIFA y las federaciones locales comenzaron a explotar. Esto a su vez provocó que los grandes medios de comunicación comenzaran a mirar hacia este deporte, a difundirlo completamente alrededor del mundo, y se convirtió en una moda que había que seguir, lo cual ocasionó que poco a poco el mundo comenzara a consumirlo.

En primera instancia, el deporte se popularizó y difundió por toda Europa y posteriormente en América Latina, y es por ello que hasta 1998 todos los mundiales se jugaron en estos dos continentes. En 2002 la sede de este evento se le brinda a otra región del mundo: el sureste asiático, en Corea y Japón, mientras que el 2010 llega por primera a África, en Sudáfrica. Esto

demuestra el gran avance del fútbol y la asimilación que ha tenido alrededor de todo el planeta.

Pero no siempre fue el fútbol el deporte más popular del mundo. En el siglo XIX, los deportes que más se jugaban eran en los que participaban las poblaciones burguesas europeas, como tenis, polo, bicicleta, natación, esgrima y tiro, ya que estas actividades conformaron los primeros Juegos Olímpicos de 1898 en Atenas, Grecia. En ese momento, el jugar esos deportes era símbolo de distinción, de pertenecer a cierta clase social, por lo que se buscaba participar en ellos y estos eran difundidos. Los Juegos Olímpicos fueron el inicio de la visualización del amateurismo, aunque en realidad los deportes estaban restringidos al grupo social que podría gozar del tiempo de ocio, por lo que se excluía a la clase obrera de la participación como practicantes y como espectadores (Rodríguez, 2008, pp. 8-9).

Cuando las clases trabajadoras comienzan a practicar deportes organizados, la popularidad se modifica y los deportes que crecen serán los de conjunto, aunque en realidad ninguno tenía una trascendencia a nivel mundial. El béisbol se convirtió, desde la década de 1920 hasta 1970, en el deporte más popular de Estados Unidos y América Central insular y continental; el críquet se popularizó en los países que fueron colonia de la Gran Bretaña; el *hockey* sobre hielo, en los países cercanos al extremo boreal del mundo; el box, en los países de América Central, algunos lugares del resto de América Latina y en Asia; el basquetbol y voleibol, que se jugaban en distintas partes del mundo. Si bien hoy en día todos esos deportes aún son de los más jugados en todo el mundo, en realidad ninguno puede compararse con lo que el fútbol produce.

El caso de México es un ejemplo claro de cómo la relación entre empresa y Estado modificó estándares culturales para influenciar los gustos de la sociedad y que esto a su vez beneficiara al Estado y a los entes privados. Hasta la década de 1960 los deportes más seguidos y difundidos en México eran el béisbol y el

box. De este país salían algunos de los mejores boxeadores que existían en el mundo, mientras que en el beisbol se tenía el estadio más importante de América Latina y una liga fuerte que era una opción para varios jugadores. Sin embargo, Emilio Azcárraga, dueño del medio de comunicación más importante del continente, influyó para que el futbol se convirtiera en el deporte más popular. Para ello, se relacionó con la FIFA para conseguir la sede de los mundiales de 1970 y 1986 y así convertir a México en el único país que hasta ese momento había organizado dos mundiales. Esto provocó una reconfiguración en cuanto a deportes en México e hizo que el futbol se convirtiera en el principal deporte de una nación densamente poblada y que generara múltiples ganancias, de ahí que la relación entre la Federación Mexicana de Futbol, Televisa y la FIFA sea estrecha y de colaboración.

El mundial de futbol y la FIFA casi siempre han tenido entre sus objetivos generar ganancias económicas, pero el COI tenía otros objetivos fundamentales, como la promoción del deporte. A partir de 1991 el capitalismo neoliberal se hizo global (Harvey, 2006), sin embargo, los objetivos del mercado existen desde mucho antes en los deportes. EN LOS Ángeles 1984, el organismo olímpico logró un cambio fundamental en la estructura de los juegos: que por primera vez se monetizaran a gran escala, principalmente con la participación de patrocinadores privados. Esto ayudó en cierta medida a despolitizar los eventos deportivos y a que el elemento principal fuera entonces el económico. Esto quedó aún más claro en la organización de Barcelona 1992, cuando se permitió, por primera vez, la participación de deportistas profesionales en los juegos. Esto generó mayor expectativa, lo que atrajo a más patrocinadores y generó mayores ganancias para casi todos los participantes.

El olimpismo internacional procuraba darle impulso al deporte aficionado con el objetivo que ningún país estuviera en desventaja. En la misma Carta del Olimpismo, se declara que los juegos y todos los agremiados deberán cuidar y procurar el deporte afi-

cionado (Reyes, 2006, p. 91). Sin embargo, esto se ha modificado poco a poco en los últimos 30 años, ya que casi todos los deportes olímpicos admiten jugadores profesionales. El único deporte que tiene límites es precisamente el futbol, ya que solo pueden participar, en los eventos organizados por el COI, jugadores menores de 23 años, debido a que la FIFA no quiere una competencia entre los eventos olímpicos y los mundiales o torneos de selecciones que ella misma organiza.

En la etapa neoliberal se consolida la monetización y el uso comercial de las actividades recreativas en el mundo capitalista. Es cuando el turismo y el deporte crecen en inversiones, relaciones, incentivos a su infraestructura y una industria publicitaria completa alrededor de ellos, con lo que generó un número importante de empleos que buscaban generar un interés mayor en las actividades deportivas, y es precisamente con este crecimiento que el deporte y sus grandes eventos se convirtieron en una mercancía (Uribe, 1999, p. 11).

La comunicación y la tecnología son elementos importantes para que esto ocurra, ya que provocan que un evento local se convierta en uno de interés mundial. Con esto también se genera constantemente un “bombardeo” de información que propicia el interés de la población en casi cualquier actividad deportiva, por lo tanto, los consorcios internacionales, financieros o deportivos utilizan estas herramientas dentro de “esta nueva fase de conquista del planeta del capitalismo” en el que “las distancias se aniquilan y el tiempo anulado [y] la vida humana se transforma” (Uribe, 1999, p. 12).

Es pertinente cuestionar si el gusto por los deportes populares es espontáneo y característico de cada sociedad o si en realidad sería parte de un “control social, puesto que no nace de la sociedad misma sino [que] es impuesto desde los grupos de poder que así intentan que toda la población mundial comparta un mismo conjunto de valores, de ideas o de aspiraciones” (Uribe, 1999, p. 14). Los medios de comunica-

ción generan ídolos y figuras a seguir; quizá no sea el mejor deportista, sino la figura más mediática que ayude a generar un interés o una idea en especial que posteriormente será explotada con otros fines. Esto, además, les permitirá a los organismos internacionales reforzar el apoyo que la sociedad les tiene, lo que se convierte en un pensamiento “acrítico al proceso de globalización y al neoliberalismo que son presentados como procesos naturales de la evolución moderna” (Uribe, 1999, p. 14).

Los organismos internacionales deportivos

Los organismos deportivos se han transformado desde su conformación. Al inicio de su existencia, su papel era el de regular, poner normas o reglamentos y volver al deporte más justo, además de convertirlo en un elemento distintivo de ciertas sociedades. Estos objetivos brindan una primera visión de lo que han representado estas organizaciones a nivel mundial, ya que las normas, las perspectivas, los objetivos y los deportes que se difundían eran en todo momento los que se generaban en los países centrales, por lo que, si alguna nación quería ser parte de estas organizaciones, debía aceptar las características que se les imponían, lo cual refleja que incluso desde el inicio las relaciones de poder entre países generaron el surgimiento de las asociaciones deportivas y estas, a su vez, ayudaron a producir espacios que propiciaban la influencia o difusión de ideologías y estilos de vida en otros lugares.

Como el espacio se modifica en el tiempo, el papel que desarrollan los organismos internacionales también se ha modificado, en especial desde en la última mitad del siglo XX hasta la actualidad. Hoy la FIFA y el COI tienen un papel fundamental en la producción de un espacio típico del neoliberalismo. Las empresas patrocinadoras de cualquier evento deportivo encuentran en los organismos unos aliados que les otorgarán la posibilidad de difundirse y ampliar su poder, es decir,

se genera una relación estrecha entre ambos sectores. Esto ocurrirá mientras los órganos deportivos justifiquen prácticas laborales que podrían ser cuestionables, ya que los deportistas se convierten en trabajadores a los que se les extrae el máximo posible en cuestión corporal, mental o de imagen, sin que las repercusiones parezcan importantes, ya que para la mayoría de los atletas estas aparecerán tiempo más tarde.

Así mismo, en los países o ciudades que se eligen como sedes de los juegos se producen y justifican prácticas de explotación obrera, so pretexto de que es necesario difundir los ideales deportivos o terminar de generar la infraestructura deportiva necesaria para el evento. Estos elementos, en los que los organismos deportivos asumen un rol trascendental, generan o producen espacios a diferentes escalas, desde lo corporal hasta lo global. Al menos las organizaciones deportivas funcionan como intermediarios entre el patrón, que serán las empresas, y el trabajador, y ayudarán a generar y abrir mercados.

Domingo Rodríguez (2003, p. 205) coincide con Brohm (1993, p. 205), que considera que los organismos deportivos internacionales son similares o funcionan de la misma manera que una corporación económica o una empresa, ya que obligan a la figura del deportista a competir entre sí por un mayor reconocimiento que se traduzca en mayores ganancias. Esto a su vez propicia que el deporte se convierta en un espectáculo de masas con todo el aparato publicitario en el que intervienen las marcas patrocinadoras, los organismos deportivos internacionales y los Estados. Por lo tanto, el deporte actualmente es visto principalmente como un espectáculo generado por grandes empresas capitalistas a partir de sus distintas relaciones de poder, de las que surgen: la industria deportiva de productos, como camisetas, uniformes y servicios deportivos; desarrollo del deporte con base publicitaria, como los torneos de barrios patrocinados por diversas marcas; exacción o succión de ingresos; e ingresos de ciudadanos a través de diversos medios a partir del trabajo relacionado con los grandes eventos.

EL COI es uno de los organismos más antiguos en el mundo y fue fundado a finales del siglo XIX, en 1894, por el barón Pierre de Coubertin, quien era pedagogo e historiador de profesión. Él pensaba que el deporte debería ser una forma civilizada de dirimir conflictos y de generar desarrollo social, y además forma el nuevo olimpismo como una manera de mostrar unidad entre las naciones y de expresión contra las guerras. EL COI es el máximo organismo regulador del deporte en el mundo, se maneja de forma completamente independiente (Reyes, 2006, p. 91) y tiene como objetivos fundamentales el impulso y la promoción del deporte a nivel mundial.

EL COI tiene un director general o presidente que maneja el organismo a nivel mundial, mientras que en cada país se forman comités olímpicos nacionales (Reyes, 2006, p. 91). De manera global y local, el COI tiene áreas dedicadas a las finanzas, comunicaciones, desarrollo social y médico. En su conjunto, todo el organismo vigila la correcta preparación y cumplimiento de las decisiones que toma el consejo directivo, además de la organización y divulgación de todos los eventos que esta institución organice; por lo tanto, también busca negociar e influir en los distintos organismos gubernamentales encargados de los deportes, la educación y la cultura (Reyes, 2006, p. 91).

EL COI participa en varios programas de asistencia o de colaboración para la solución de diversas problemáticas. Es común que se alíe con otras instituciones como la ONU, con quien apoya a niños y jóvenes desplazados, principalmente, por las guerras. Todos los países que deseen integrarse al deporte olímpico deberán ser parte del COI, por lo que en todos los países existe un comité olímpico perteneciente al COI, pero administrado por cada Estado. A su vez, cada comité olímpico está integrado por instituciones u organismos locales de cada disciplina olímpica. Entre los estatutos más claros y difundidos del COI está el influir políticamente en cada nación a través de los comités nacionales para así contribuir a la paz mundial. Esto también, según Pulleiro (2016, p. 201), le permite al

COI tener una influencia de ida y vuelta con las características locales de cada nación, ya que difunde conceptos como la solidaridad o el acondicionamiento deportivo y adopta a su vez características propias de cada país que se manifiestan a través de cada deporte que pueda ser parte del COI.

El COI es el organismo a nivel internacional que tiene el monopolio de la organización deportiva. En su Carta Olímpica, menciona que solo “los comités nacionales olímpicos reconocidos por el COI tienen competencia para inscribir a los participantes en los Juegos Olímpicos” (Reyes, 2006, p. 91). Esto implica que cada país debe aceptar y generar las modificaciones reglamentarias necesarias y a cualquier nivel gubernamental, además de desarrollar el deporte olímpico para que, como nación, puedan tener reconocimiento del COI y de sus estructuras (Reyes, 2006, p. 91). Por su parte, la Federación Internacional de Fútbol Asociación se fundó en 1904 y es la encargada de organizar, reglamentar, estructurar y administrar el fútbol a nivel mundial. Todo el fútbol profesional está regulado por la FIFA, por lo que actualmente cuenta con más de 211 países miembros reconocidos.

EL COI y la FIFA, a través de sus organismos, tienen injerencia en cada país donde tienen representación. Estos dos organismos se manifiestan principalmente en dos megaeventos deportivos que se celebran cada cuatro años: los mundiales de fútbol y los Juegos Olímpicos. Los megaeventos deportivos “son competiciones a gran escala que tienen una relevancia global y atraen un gran número de participantes, espectadores y medios de comunicación” (Pulleiro, 2016, p. 201). Son precisamente estos megaeventos los que deportistas, afición y medios esperan con ansia, y hacen casi cualquier tipo de cuestiones para asistir y para tener un papel trascendental ahí. Los países o ciudades buscan la forma en que puedan ser elegidos como anfitriones de alguno de estos eventos. Es una forma para que las urbes sean vistas en todo el mundo y se reconozcan como destinos turísticos o de inversiones.

Después de Atenas 1898, los segundos Juegos Olímpicos se desarrollaron en Francia en 1900 y duraron cinco meses debido a que uno de los objetivos fundamentales era mostrar a la Francia moderna y el desarrollo económico y social parisino (Rodríguez, 2008). En 1924, París sería la sede de otros Juegos Olímpicos. Durante el periodo del fascismo europeo tuvieron lugar los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936, los cuales serían aprovechados por Adolf Hitler y el partido nazi para difundir y propagar la ideología fascista al mundo. Incluso en algún momento la realización de los juegos se mantuvo en duda y el COI obligó a que Alemania no utilizara los juegos para su difusión. Años después, Rusia organiza el Mundial del Fútbol de 2018, que tenía entre sus objetivos mostrar a la Rusia postsoviética inserta en el capitalismo global y como una potencia económica, lo cual se demuestra en el desarrollo urbano y en la tecnología impuesta en los nuevos estadios. Las ciudades sedes reciben grandes inversiones de patrocinadores o gobiernos, así como un número fuerte de turistas por este tipo de eventos.

Existen, sin embargo, riesgos de que los beneficios de la organización de estos eventos sean pocos e incluso contraproducentes. El que todos los ojos del mundo estén puestos sobre unas ciudades expone también los rasgos negativos de cada sede, por lo que también es común que se utilicen estas “vitriñas” para realizar protestas y para que se cuestione lo que ocurre en la nación. “La organización de un megaevento deportivo no asegura *per se* ganancias de carácter político [...] existe la posibilidad de que se expongan los puntos débiles del Estado organizador” (Pulleiro, 2016, p. 201). Esto ha quedado de manifiesto en varios eventos, por ejemplo, el Mundial de 2014 en Brasil estuvo enmarcado por protestas nacionales contra el gobierno de, en ese momento, Dilma Rousseff, por supuestos actos de corrupción y aumento en el precio de los transportes.

Si bien las ganancias de los países sedes pueden ser cuestionadas, lo relativo a las ganancias de las mar-

cas no está en discusión, por lo que ellas buscarán, a través de los organismos deportivos, el lugar que presente mejor sus intereses y les permita acceder a nuevos mercados y consolidar los ya existentes. Prueba de ello es la preocupación por un aparente estancamiento o posible caída en la población interesada en algunos eventos debido a la sobredemanda en entretenimiento que existe hoy en día en el mundo, por lo que el COI ha buscado la manera de atraer a gente joven a sus eventos con la incorporación de deportes urbanos como escalada, *skateboard* o *break dance*.

Los megaeventos deportivos también han servido para que se “ataque” desde fuera al país anfitrión. Los elementos geográfico-políticos se manifiestan entonces en los espectáculos deportivos masificados, pues se aprovecha también la atención del mundo en una ciudad para evidenciar los desacuerdos internacionales. En plena Guerra Fría, los Juegos Olímpicos de Moscú 1980 fueron boicoteados por los países aliados de los Estados Unidos de América. La causa oficial fue la invasión del país comunista a Afganistán, por lo que no asistieron en total más de 60 países en rechazo a las políticas internacionales de la URSS, dentro de los que se incluyen Chile, Argentina y Paraguay, países que vivían dentro de dictaduras militares acusadas de ser patrocinadas por la Agencia Central de Inteligencia (CIA) y de ser regímenes extremadamente violentos. En respuesta, la URSS y sus aliados, como Cuba y Vietnam, boicotearon los Juegos Olímpicos de Los Ángeles 1984; la razón oficial era que no había condiciones de seguridad para los deportistas del bloque soviético del mundo. En ambos casos, el COI intentó rescatar los juegos y servir como intermediario entre los Gobiernos de EE. UU. y la URSS, aunque las intermediaciones y los intentos por salvar los juegos fueron infructuosos.

A inicios de la década del 2000, en el parque industrial de EL SALTO en Jalisco, México, inició una huelga por la búsqueda de derechos laborales en la fábrica de llantas Euzkadi, en ese momento propiedad de la empresa alemana Continental Tire. En el

conflicto se involucraron los Estados de México y de Alemania. Una comisión sindical viajaba cada año a la convención de la llantera en el país europeo, sin obtener respuesta, hasta que se acercaba el Mundial de Alemania 2006. El Gobierno germano intervino en el conflicto y obligó a la empresa a asumir los contratos y cumplir con las leyes que les habían dado la razón a los trabajadores en México. La razón fue que el Gobierno no quería que el mundial sirviera para mostrar al mundo la forma de trabajo de una empresa de origen alemán.

Los países sedes de los megaeventos deben realizar diversas adecuaciones en prácticamente todos los sentidos debido a que los organismos reguladores imponen normas de organización y de logística, por lo que los países anfitriones deberán hacer cambios en la infraestructura urbana y la seguridad, e incluso deben realizar modificaciones en políticas públicas para poder recibir apoyo de distintos organismos internacionales o de gobiernos locales e internacionales (Saboya & Noguera, 2014; Radicchi, 2012 y Hiller, 1998, citados en Pulleiro, 2016, p. 200).

Hasta finales del siglo XX, estos megaeventos eran exclusivos de los países altamente desarrollados, donde la infraestructura cumplía con los requisitos de la FIFA y del COI. Pulleiro (2016, p. 200) menciona, sin embargo, que existió en las primeras dos décadas del presente siglo una tendencia a la apertura hacia países en vías de desarrollo, ya que los eventos se realizaron en Suráfrica (Mundial 2010), China (Juegos Olímpicos de 2008), Brasil (Mundial 2014 y Juegos Olímpicos 2016) y Rusia (Mundial 2018). Esto indica una apertura política hacia tendencias distintas, ya que estos países son o fueron parte del acuerdo internacional denominado BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Suráfrica).

Los países BRICS se consideran emergentes, tienen cierta estabilidad política y económica, están densamente poblados y se muestran como destinos atractivos para las inversiones extranjeras. Por lo tanto, mostrar el avance o estabilidad mediante los eventos

deportivos era fundamental para su desarrollo. Es necesario señalar que esta conjunción internacional tiene como una de sus características no estar completamente alineados con los designios de los Estados Unidos de América y, por el contrario, buscaron en algún momento ser vistos como un gran contrapeso. Por lo mismo, en no pocos espacios internacionales se les vio como una posibilidad de modificar o alterar el orden y jerarquía mundial internacional e incluso fueron vistos como un bloque anticapitalista, cuestión alejada de la realidad.

Por su parte, el COI y la FIFA, en su discurso dominante, afirman que buscan brindar a todas las naciones del mundo la posibilidad de organizar algún evento deportivo para influir con la cultura del deporte en sus naciones, por lo que elegir a estos países caracterizados como periféricos o semiperiféricos les permitía a estos organismos deportivos continuar con su discurso de apertura. Dentro de la globalización neoliberal, los discursos de integración mediante ciertas actividades, como la organización de eventos mundiales, son constantes y necesarios para lograr el éxito deseado, por lo tanto, todas las instituciones involucradas venderán estos eventos como parte de una inminente integración al mundo desarrollado, aunque en realidad lo que se logra es permitir que los intereses financieros penetren y transformen los sistemas culturales a través de la masificación de estos eventos (Uribe, 1999, p. 13). Esto pasó con México y la organización de los Juegos Olímpicos 1968 y los mundiales de 1970 y 1986, así como con los ya mencionados casos de Brasil, China, Suráfrica y Rusia.

La globalización neoliberal es también profundizada por la FIFA y el COI ya que, por ejemplo, permiten y difunden la compra de accesorios que se utilicen en sus eventos, los cuales han sido fabricados en países asiáticos y comercializados en prácticamente cualquier calle del mundo. Por ejemplo, para el Mundial de Sudáfrica 2010, el balón con el que se jugó fue denominado *Jabulani*, que se convirtió en un accesorio extremadamente valioso y difundido por la misma

FIFA desde el anuncio de que este se presentaba como la mejor opción para tener un mejor espectáculo deportivo, ya que al ser más ligero propiciaba la posibilidad de más goles. El balón era de la marca alemana Adidas, hecho a mano por diferentes artesanos alrededor del mundo en sitios como Michoacán, México, y comercializado en el resto del mundo.

Lo mismo ocurre con la ropa deportiva y la explotación de la imagen de los deportistas. Esto, como menciona Lefebvre en varias obras, permite que el espacio cotidiano se llene de simbolismos e imaginarios colectivos y se estén produciendo espacios de consumo de actividades que ocurren en lugares completamente alejados del entorno local. Por ello, también en esto se identifican las relaciones de poder que tienen a los organismos deportivos que permiten, difunden y actúan como intermediarios entre marcas, gobiernos y público consumidor.

Los megaeventos deportivos tienen todas las características de lo que David Harvey (2012, pp. 155-156) llama la destrucción creativa del territorio, que es la modificación de un uso o de ciertas características del territorio para sustituirla por una actividad o por infraestructura que permita una mayor acumulación de capital. En el mundo se vive un proceso de edificación de estadios deportivos en la época neoliberal, en donde antes existía otro uso, por ejemplo, el hoy estadio Akron está construido en una zona ejidal cercana a un área natural protegida. Para realizar las nuevas construcciones se destruye todo lo que existía con el pretexto de que la ciudad será vista a nivel mundial y que la nueva infraestructura urbana dotará a la ciudad de elementos globales que permitirán el desarrollo económico de todo el país.

Esto se da porque la actividad previa o el espacio anterior deja de servir a “los intereses y necesidades del capital [...] hay que destruirlo y construir otro con una nueva configuración totalmente distinta” (Harvey, 2012, p. 160). Esto propicia que los demás sectores como el gubernamental o la población local tengan que “adaptarse a las exigencias de remuneración del

capital invertido en el terreno” (Harvey, 2012, p. 161), aún si lo que se requiere es eliminar cualquier forma de organización existente o imponer un agente nuevo como el elemento de mayor importancia y al que hay privilegiar, papel que, en este caso, representan los organismos deportivos.

EL COI y la FIFA propician que en las ciudades sedes se modifique el paisaje a partir de la estructura urbana que beneficie y vaya acorde a la acumulación del capital y a la especulación financiera, aunque estas nuevas urbanizaciones no vayan acordes con las necesidades de la población local, por lo que en este marco los Estados son al menos agentes pasivos ante este proceso, aunque en realidad son impulsores de ello (Harvey, 2012, p. 156). La conformación de los Estados neoliberales a partir de la década de 1980 coincide completamente con la ya mencionada transformación de los intereses de los Juegos Olímpicos que pasaron a ser un generador de ganancias económicas, por lo tanto, es también a partir de estas fechas que las transformaciones urbanas son más evidentes.

EL COI y la FIFA, en su relación con capitales privados y con los Estados, han sido capaces de generar relaciones espaciales novedosas e influir en una confirmación o reorganización económica y política a nivel global (Harvey, 2012, p. 161). Quizás uno de los aspectos más importantes para señalar es que, si bien en apariencia el COI y la FIFA buscan el bien común, todas estas transformaciones son, en general, bien recibidas por las sociedades locales.

Pero el trabajo de aceptación de la destrucción creativa del territorio también está influenciado por elementos propagandísticos que fomentan “determinadas identidades locales o regionales, apoderándose a veces de sentimientos populares muy arraigados de vinculación” al medio o al lugar que ha sido destruido, aunque este podrá ser venerado al nombrar una calle o un estadio que haga alusión al pasado y que conecte lo anterior con la nueva actividad, pero, si esta persuasión no funcionara, los dueños del capital o los organismos impulsores son “capaces de recurrir

a todo tipo de subversión política, maniobras legales y hasta la fuerza bruta para despejar el terreno de sus planes” (Harvey, 2012, p. 162).

Los posibles beneficios de la organización de los megaeventos deportivos son, al menos, cuestionables. EL FMI y el BM han estipulado medidas financieras y políticas que han sido implementadas por varios Estados en el mundo, sin embargo, existen diversos ejemplos de que esas mismas medidas han sido las causantes de severas crisis económicas. Ante este panorama, el COI y la FIFA se manejan con aspectos similares, y aunque en el discurso se presenten como organizaciones de beneficencia, asistencialistas y encargadas de procurar el progreso, la realidad es que, al menos en los últimos 30 años, están más cerca de generar condiciones adversas para las naciones, al igual que el FMI o el BM. LAS políticas impuestas por los organismos financieros mundiales son sentidas principalmente en los ahora llamados países emergentes. Los organismos deportivos globales, mediante la organización de los grandes eventos, han generado consecuencias de todo tipo en los mismos países en vías de desarrollo, por lo que pareciera que, en realidad, solo difunden, consciente o inconscientemente, “el proceso de globalización y las políticas neoliberales [que] han servido solamente para beneficiar a las grandes corporaciones y a sus aliados nacionales en su obsesión permanente por la acumulación y reproducción del sistema” (Uribe, 1999, p. 15).

En el periodo neoliberal, el ocio es extremadamente explotable por las grandes corporaciones. Los trabajos son cada vez más demandantes, la sociedad tiene largas horas de trabajo, y además hay que considerar los trayectos de ida y vuelta hacia los centros de trabajo, por lo que el tiempo de ocio es cada vez menor, pero nunca había sido tan explotado como ahora. Las empresas buscan apropiarse de él al fomentar actividades que “aniquilen” el espacio y sean de consumo inmediato, por lo que el deporte se convierte en una actividad necesaria y difundida.

El espectáculo deportivo se convierte entonces en un elemento de tradición, de legitimación y de susti-

tución justificable de otras actividades, por lo que se vuelve “obligado” su consumo en fines de semana o en tiempos libres de las personas. En esto también se identifican las alianzas de poder entre los organismos internacionales con los locales y los gobiernos que fomentan la práctica y el consumo deportivo como una forma de ocupación y de generación de identidades, aunado a que se convierte en una forma permitida, desde los distintos poderes, en la que las personas se pueden manifestar, expresar o disentir (Rodríguez, 2008, p. 11).

Los Juegos Olímpicos de Japón 2020 son un ejemplo de lo que es hoy el COI. EN el marco de la pandemia por el covid-19, el evento debió realizarse en 2020; sin embargo, este tuvo que ser pospuesto un año. EL COI modificó las fases clasificatorias y se negó a pensar en la posible cancelación de los juegos debido al costo económico que generaría. El presidente del COI, THomas Bach, realizó declaraciones en diferentes ocasiones en las que mencionó: “En este momento, no tenemos ninguna razón para creer que los Juegos Olímpicos de Tokio no se inaugurarán el 23 de julio... No hay plan B” (Álvarez, 2021).

Conclusiones

La geografía política es una ciencia que ha tenido una evolución constante a lo largo de su historia y pasó de estudiar la distribución y organización de los Estados a analizar todas las relaciones de poder existentes, así como las influencias locales y globales que se tienen en una nación. El COI y la FIFA son dos organismos que han crecido en importancia e influencia económica y política en el mundo a partir de sus relaciones de poder con empresas, organismos internacionales y Estados.

EL COI y la FIFA imponen la agenda deportiva en el mundo, pero con ese pretexto también imponen normativas culturales, urbanas, políticas y económicas. Estos dos organismos cumplen funciones similares a las del FMI y el BM. POR lo tanto, es necesario reali-

zar diversos análisis desde distintas perspectivas para comprender su operación. Dichos análisis pueden ser desde la geografía política, para así indagar en sus funciones y las relaciones de poder que les permiten subsistir e imponer agendas en el mundo.

Los organismos deportivos internacionales se han convertido en organizaciones especulativas financieras, intermediarias y de influencia política. Tejen estructuras de poder y alianzas que, en el mejor de los casos, permitirán que una parte de una ciudad o algunas personas puedan salir de las condiciones de pobreza en las que han crecido; sin embargo, al reproducir las políticas típicas de las instituciones capitalistas, generan las mismas condiciones para que se reproduzca la pobreza y la desigualdad social en el mundo al mercantilizar el tiempo libre, la actividad física y buscar las formas de monetizar todo lo que sea posible.

Conflictos de interés. Los autores no tienen conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. Los autores no recibieron financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. *Dante Guillermo Celis Galindo:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección). *Octavio Montes:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Álvarez, R. (2021, enero 22). El COI y Japón reiteran su compromiso de celebrar los Juegos Olímpicos este verano. *El País*. <https://elpais.com/deportes/2021-01-22/el-coi-y-japon-reiteran-su-compromiso-de-celebrar-los-juegos-olimpicos-este-verano.html>
- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica.
- Brohm, J. M. (1993). *20 tesis sobre el deporte*. En J. I. Barbero (comp.), *Materiales de sociología del deporte* (pp. 46-55). La Piqueta.
- Cairo, H. (1997). *Los enfoques actuales de la geografía política. Espiral*, 7(9), 49-72.
- Harvey, D. (2006). *Breve historia del neoliberalismo*. Akal.
- Harvey, D. (2012). *El enigma del capital y la crisis del capitalismo*. Akal.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Capitán Swing.
- Luke, A. (2012). El deporte como objeto de reflexión e investigación geográfica. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 59, 49-77.
- Montero, J. (2019). Empresarios y producción espacial en torno al club de Fútbol León en México. *Pucara*, 1(29), 9-30. <https://doi.org/10.18537/puc.29.01.0>
- Ortega, J. (2000). *Los horizontes de la geografía. Teoría de la geografía*. Ariel.
- Peet, R. (2004). *La maldita trinidad. El Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y la Organización Mundial del Comercio*. Laetoli.
- Pulleiro, C. (2016). Los megaeventos deportivos en los BRICS: un cuestionamiento a su rendimiento. *Revista CIDOB d'Àfers Internacionals*, 112, 199-223. <https://doi.org/10.24241/rcai.2016.112.1.199>
- Raffestin, C. (2018). *Territorio, frontera, poder*. Icaria.
- Reyes, M. (2006). Política deportiva: factores reales del sistema deportivo. *Liberabit*, 12, 87-94.
- Rodríguez, Á. (2008). *El deporte en la construcción del espacio social*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rodríguez, D. (2003). Aproximación teórica y metodológica a la historia del deporte. *Mimius: Revista do Departamento de História, Arte e Geografia*, 11, 195-210.
- Saboya, A. & Noguera, J. (2014). *Mega Sporting Events and Legacy: The Case of the 2014 World Cup*. Regional Studies Association. https://www.regionalstudies.org/wp-content/uploads/2018/07/Airton_Saboya_Valente_Junior-1.pdf

Talledos, E. (2014). La geografía: un saber político. *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*, 21(61), 15-49. <https://doi.org/10.32870/ees.v21i61.263>

Uribe, G. (1996). *Geografía política. Verdades y falacias de fin de milenio*. Nuestro Tiempo.

Uribe, G. (1999). *Tiempo libre, globalización e identidad cultural*. Mimeo.

TANNIA ÁLVAREZ MENESES   ELIANA LEONOR VALDERRAMA OROZCO  
JORGE ENRIQUE GAMBA NIÑO  

ARTÍCULO ORIGINAL

La relación del turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deportivas: un análisis bibliométrico

Fecha de recepción: 15 de agosto de 2023 ▶ Fecha de aceptación: 14 de noviembre de 2023
▶ Fecha de publicación: 1 de enero de 2024

Sugerencia de citación. Álvarez Meneses, T., Valderrama Orozco, E. L., Gamba Niño, J. E. (2024). La relación del turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deportivas: un análisis bibliométrico. *Perspectiva Geográfica* 29(1), 1-21.
<https://doi.org/10.19053/01233769.16373>

Resumen. El turismo y la geografía guardan una relación directa y las condiciones del territorio pueden promover el desarrollo de actividades turísticas particulares como el turismo deportivo. Sin embargo, aún no es claro cómo se configura el turismo deportivo y los aspectos geográficos para visibilizar impactos y direccionadores de este tipo de turismo en un territorio. En este sentido, el objetivo del presente estudio es comprender cómo se relacionan el turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deportivas. Para el cumplimiento del objetivo de este artículo, se realizó un análisis bibliométrico utilizando un enfoque mixto secuencial cuanti-cuali. En la fase cuantitativa, a partir de una ecuación de búsqueda, se analizaron 734 registros a través del *software* VOSviewer, que permitió identificar el mapa de conocimiento y tendencias de la relación entre turismo deportivo y geografía. Así mismo, el enfoque cuantitativo arrojó los clústeres de conocimiento que sirvieron como base para la fase cualitativa, la cual privilegió la estrategia de análisis descriptivo de discurso, en donde se seleccionaron 101 documentos con la metodología PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses*). El estudio arrojó importantes hallazgos sobre la relación del turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deportivas, en donde las condiciones ambientales, físicas, económicas y socioculturales son los elementos que más influyen en la relación. Los resultados permiten una mayor comprensión sobre el fenómeno en estudio y podrían ser tomados como punto de partida para el desarrollo de estudios empíricos en diferentes contextos.

Palabras clave: *geografía del turismo, análisis bibliométrico, turismo deportivo, geografía*

- 1 PhD Geografía – Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia tannia.alvarez@uptc.edu.co <https://orcid.org/0000-0002-1402-5124>
- 2 Magister en Ciencias Administrativas – Universidad de Medellín. Universidad Antonio Nariño, Colombia elianavalderramaorozco@gmail.com <https://orcid.org/0000-0003-4887-7162>
- 3 Magister en Gerencia de Proyectos – Universidad de Boyacá Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia jorge.gamba@uptc.edu.co <https://orcid.org/0000-0002-1362-1522>



The relationship of tourism and geography for the development of sports activities: a bibliometric analysis

Abstract: Tourism and geography have a direct relationship and the conditions of the territory can promote the development of particular tourist activities such as sports tourism. However, it is still not clear how sports tourism and the geographical aspects are configured to make visible the impacts and drivers of this type of tourism in a territory. In this sense, the objective of this study is to understand how tourism and geography are related to the development of sports activities. To fulfil the objective of this article, a bibliometric analysis was carried out using a mixed sequential quanti-quali approach. In the quantitative phase, based on a search equation, 734 records were analysed through the VOSviewer software, which made it possible to identify the knowledge map and trends of the relationship between sports tourism and geography. Likewise, the quantitative approach yielded the knowledge clusters that served as the basis for the qualitative phase, which privileged the descriptive discourse analysis strategy, where 101 documents were selected with the PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses). The study produced important findings on the relationship between tourism and geography for the development of sports activities, where environmental, physical, economic and sociocultural conditions are the elements that most influence the relationship. The results allow a greater understanding of the phenomenon under study and could be taken as a starting point for the development of empirical studies in different contexts.

Keywords: *geography of tourism; bibliometric analysis; sports tourism; geography.*

A relação do turismo e da geografia para o desenvolvimento das atividades esportivas: uma análise bibliométrica

Resumo: O turismo e a geografia têm uma relação direta e as condições do território podem promover o desenvolvimento de atividades turísticas particulares, como o turismo desportivo. Contudo, ainda não está claro como o turismo desportivo e os aspectos geográficos se configuram para tornar visíveis os impactos e impulsionadores deste tipo de turismo num território. Nesse sentido, o objetivo deste estudo é compreender como o turismo e a geografia se relacionam com o desenvolvimento das atividades esportivas. Para cumprir o objetivo deste artigo, foi realizada uma análise bibliométrica utilizando uma abordagem quanti-quali sequencial mista. Na fase quantitativa, a partir de uma equação de busca, foram analisados 734 registros por meio do software VOSviewer, que possibilitou identificar o mapa do conhecimento e tendências da relação entre turismo esportivo e geografia. Da mesma forma, a abordagem quantitativa rendeu os clusters de conhecimento que serviram de base para a fase qualitativa, que privilegiou a estratégia de análise descritiva do discurso, onde foram selecionados 101 documentos com a metodologia PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta). O estudo produziu conclusões importantes sobre a relação entre turismo e geografia para o desenvolvimento de atividades esportivas, onde as condições ambientais, físicas, econômicas e socioculturais são os elementos que mais influenciam a relação. Os resultados permitem uma maior compreensão do fenômeno em estudo e podem ser tomados como ponto de partida para o desenvolvimento de estudos empíricos em diferentes contextos.

Palavras-chave: *geografia do turismo; análise bibliométrica; turismo esportivo; geografia.*

Introducción

Los deportes han pasado de ser meras actividades físicas recreativas a convertirse en un producto de gran potencial en el mercado turístico en los territorios (Mateos, 2018). El desarrollo de actividades deportivas con fines de turismo se reconoce como *turismo deportivo*. El turismo deportivo trasciende su origen desde los Juegos Olímpicos antiguos, en 776 a. de C. (Delpy, 1997). Si bien ha sido uno de los principales ejes de reactivación económica en diferentes países en el mundo y de diversificación de las economías nacionales, y se asume como uno de los segmentos de mayor crecimiento en el campo del turismo, no ha sido del todo estudiado, principalmente desde enfoques geográficos (Gibson, 1998; Mateos, 2018). Esto es porque organizaciones internacionales del turismo, del deporte o de las economías mundiales aún no lo han clarificado, por lo que sigue siendo un tema de debate (Higham & Hinch, 2006). Sin embargo, el turismo y el deporte evidencian su aporte económico y han sido considerados como dos grandes fenómenos del siglo XXI, ya que su popularidad crece cada vez más (Simões et al., 2008; Leal et al., 2021).

Por otra parte, es de anotar que el turista reconoce el turismo deportivo como parte de sus motivaciones de viaje, ya sea con actividades deportivas realizadas por él como con actividades atléticas (maratones, carreras urbanas, carreras solidarias) (Leal et al., 2021; Redmond, 1991) o en las que desea ser espectador, y que determinan el estilo de sus vacaciones. Es así como hace parte del comportamiento de consumo de los turistas en los destinos. Inclusive está íntimamente relacionado con la cotidianidad de las personas y con las actividades de tiempo libre que realizan con frecuencia.

El turismo y el deporte coexisten y se ha llegado a establecer entre ellos una relación simbiótica (Redmond, 1991). Otro factor del turismo deportivo es su influencia en el desarrollo de infraestructura física en las ciudades. Si bien este desarrollo ha sido de gran

magnitud, la misma historia reconoce sus aportes al desarrollo de medios de transporte (trenes, tranvías, ferrocarriles), vías de acceso y centros deportivos y de espectáculos (Gibson, 1998). De manera complementaria, los altos flujos de turistas atraídos por el turismo deportivo promueven el mejoramiento y ampliación en la oferta turística. Es el caso de los resorts de deporte que se consideran grandes complejos turísticos, como resorts de golf, tenis y esquí, y que se han convertido en verdaderos atractivos que motivan la llegada de miles de turistas internacionales. Se trata de espacios que han sido planificados pensando no solo en prácticas deportivas, sino en la salud y el bienestar de los visitantes.

No obstante, bajo el supuesto de que el eje de atracción inicial es la competencia deportiva en sí, se han diseñado otras actividades turísticas complementarias (Leal et al., 2021) soportadas por un sinnúmero de infraestructuras turísticas, como salones de la fama, museos, centros de estudios, galerías y tiendas con temáticas enfocadas en el deporte. Bajo este contexto, se observa cómo el turismo deportivo se ve soportado por infraestructura, equipos y elementos de alta generación. Sin embargo, se pueden incluir aquellos soportados por escenarios de naturaleza, como deportes de aventura, senderismo, *trekking* y *mountain bike*, entre otros que se han venido impulsando desde la década de los ochenta del siglo pasado como actividades recreativas y extremas que no involucran en sí una compleja oferta hotelera y de servicios turísticos y que hoy toman más fuerza. A este turismo deportivo no se escapan los organizadores profesionales de congresos (OPC), quienes, como parte de las reuniones o viajes de incentivos, complementan toda jornada académica con este tipo de ofertas de turismo deportivo, donde se da mayor relevancia durante la estadía a estos servicios complementarios que al mismo contenido académico (Delpy, 1997).

Respecto al rol de la geografía en el turismo deportivo, se reconoce que la geografía ha permeado el turismo deportivo a través de la relación que existe

con el lugar, bajo el supuesto de que un destino debe contar con infraestructura deportiva y turística que esté relacionada con las ventajas comparativas de las localidades. Una apuesta desde la mirada económica que favorece “el incremento de las oportunidades de empleo, mejora de la inversión, más desarrollo y mejores infraestructuras, y mejora de los ingresos y nivel de vida” (González-García et al., 2020, p. 183) hace necesario romper con paradigmas como los que ha construido el desarrollo de actividades de turismo deportivo como una práctica que podría impactar negativamente en dimensiones físicas, políticas, culturales, económicas y ambientales de los territorios, y algunos estudios revelan la necesidad de comprender el impacto que tiene el turismo deportivo en un territorio visto desde perspectivas geográficas (Hautbois et al., 2003).

Según Hall y Page (1999, citados en Higham & Hinch, 2006), para el estudio del turismo deportivo desde la geografía se deben abordar categorías como espacio, lugar y ambiente, si bien autores como Eimmermann y Carson (2023) abordan este tema desde la migración y la movilidad. También se han analizado las características naturales y su relación con el turismo deportivo a través de la evaluación de indicadores de potenciales geográficos, económicos y de uso del recurso hídrico para identificar los impactos que se relacionan con estas actividades (Lewandowicz, 2022). Otros estudios se enfocan en elementos de accesibilidad del tráfico, la dotación de recursos turísticos, la especialización turística, la estructura industrial y la informatización para el fortalecimiento del turismo deportivo regional (Zhao et al., 2022). La sostenibilidad es un elemento vital en estudios del turismo deportivo desde asuntos de calidad y como instrumento de desarrollo local (Mateos, 2018).

Finalmente, autores como Weed (2021) analizan esta relación en términos de transiciones y es así como emergen las transiciones globales, las transiciones de los destinos de turismo deportivo y las transiciones de lugar. Las transiciones globales hacen referencia a res-

tricciones de comportamiento, movimiento y libertad necesarias para el desarrollo de actividades deportivas. Las transiciones de destino se relacionan con la necesidad de ampliar, mejorar, diversificar o adaptar el territorio para el deporte. Por último, las transiciones de lugar hacen referencia a la movilidad de los turistas deportivos, quienes experimentan una sensación de movimiento para el desarrollo de actividades que no pueden experimentar en su lugar de residencia. Lo anterior permite inferir que existe una preocupación por comprender la relación entre el turismo deportivo y la geografía desde diferentes perspectivas. Sin embargo, a pesar de las implicaciones que tiene el fenómeno, aún no hay estudios que integren los elementos claves que influyen la relación del turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deportivas con el fin de ampliar la comprensión sobre el fenómeno de estudio y ser tomado como punto de partida para el desarrollo de acciones efectivas en los territorios para mitigar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos del turismo deportivo.

En este sentido, se busca dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿cuál es el estado del conocimiento en la relación entre el turismo deportivo y la geografía? Para dar respuesta al interrogante, el presente estudio busca comprender la relación entre el turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deportivas a través de un análisis bibliométrico. Para el cumplimiento del objetivo del estudio se optó por una metodología mixta secuencial (Creswell, 2014; Sampieri, 2018), en donde los resultados de la fase cuantitativa se asumen como insumos para la fase cualitativa. Finalmente, el documento se estructura en cuatro secciones. En la primera sección se presenta la introducción. La segunda sección se orienta a presentar los postulados metodológicos y el protocolo de la investigación. La tercera sección presenta los resultados del análisis bibliométrico y de contenido como respuesta a las preguntas del estudio. La cuarta sección aborda las conclusiones desde sus implicaciones teóricas y prácticas, limitaciones y líneas futuras.

Metodología

Esta investigación propone un método mixto secuencial para cumplir con el objetivo de la revisión sistemática de literatura (Creswell, 2014; Valde-rrama & Polanco, 2022). En la fase cuantitativa se asumió un rol deductivo que buscó responder a la pregunta sobre cuál es el estado del conocimiento de la relación entre el turismo deportivo y la geografía, en donde la muestra fueron los 734 documentos filtrados por título en la base de datos Scopus. La variable independiente fue la ecuación de búsqueda y la variable dependiente los clústeres de tér-

minos (Escobar-Sierra et al., 2021) analizados con la herramienta vosviewer. Por su parte, en la fase cualitativa se buscó responder a la pregunta sobre cómo se relacionan el turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deportivas. La muestra fue de 101 documentos seleccionados por criterios de elegibilidad desde la metodología PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses*). Los documentos fueron analizados con la herramienta Atlas.ti. El método mixto secuencial siguió el protocolo de cinco pasos propuesto por Rowley y Slack (2004). En la Figura 1 se presenta el protocolo de la investigación.

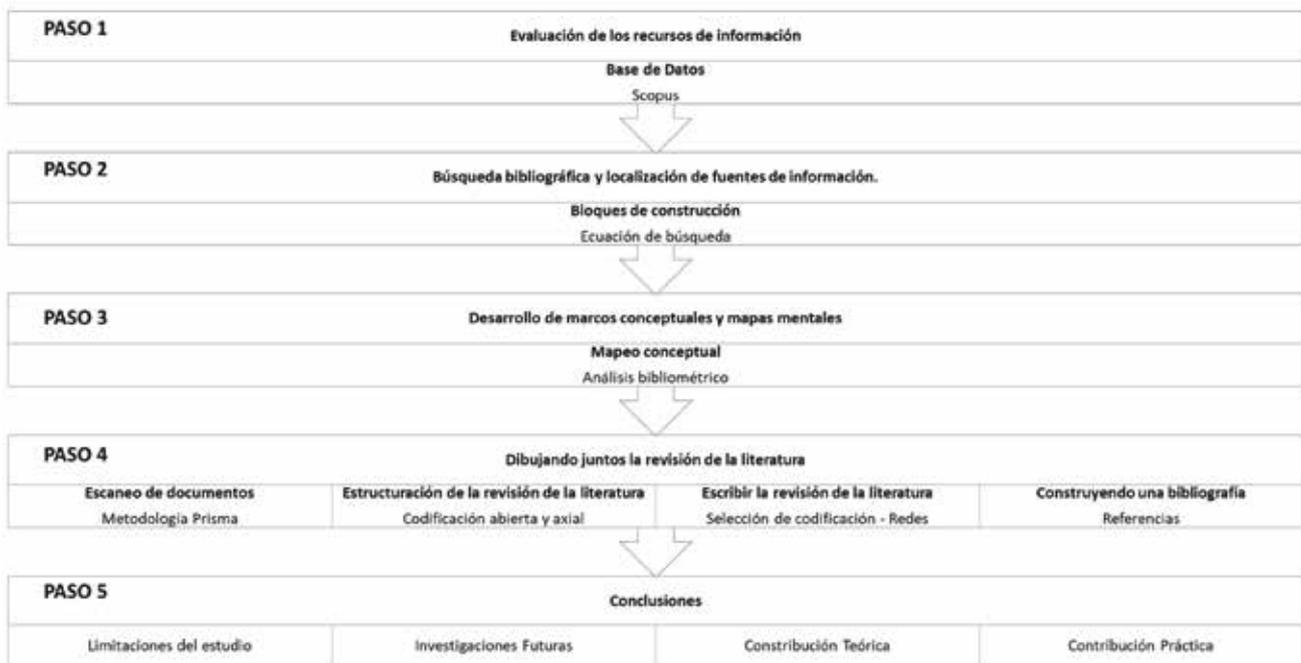


FIGURA 1. Protocolo de la investigación

FUENTE: elaboración propia a partir de Rowley y Slack (2004).

Paso 1. La investigación incluyó la colección científica de la base de datos Scopus.

Paso 2. Se construyó la ecuación de búsqueda con los datos de indexación de los documentos jerárquicos utilizando diferentes operadores booleanos. Una vez identificados los constructos, se construyó el vector de búsqueda utilizando el comando OR para conec-

tar posibilidades de palabras y el comando AND para conectar dos o más palabras con el mismo nivel de importancia.

Paso 3. Se realizó un análisis de los datos con vosviewer 1.6.11, que utilizó métodos matemáticos y estadísticos para construir y visualizar conocimiento y superponer mapas, redes, clústeres y agrupaciones de

términos a partir de los datos de indexación de los documentos que resultaron del vector de búsqueda (Waltman et al., 2010).

Paso 4. Se estructuró el análisis bibliométrico a partir de un análisis de los metadatos de los 101 documentos a partir de la codificación abierta, axial y selectiva. La herramienta de análisis de enfoque cualitativo fue Atlas.ti 7.

Paso 5. Se construyeron las conclusiones, las cuales incluyen las limitaciones del estudio, direcciones para futuras investigaciones y contribución teórica y de gestión.

Resultados

Resultados de la fase cuantitativa

Para el análisis de los datos de la fase cuantitativa se obtuvo la ecuación de búsqueda que incluye los constructos principales del fenómeno de estudio. La ecuación de búsqueda se cargó en la base de datos de referenciación Scopus, la cual arrojó 734 registros. En

la Tabla 1 se observa la ecuación de búsqueda construida para el presente estudio.

TABLA 1. Ecuación de búsqueda de turismo deportivo y geografía

Ecuación de búsqueda	Base de datos	Total registros
((TITLE ("touris*" or "sightseeing*") AND TITLE (sport*) AND TITLE-ABS-KEY (geograph* OR spatial* OR space*))	Scopus	734

FUENTE: elaboración propia.

Los 734 registros revelan que la relación entre el turismo deportivo y la geografía es relativamente un fenómeno reciente. El primer registro encontrado que aborda el fenómeno data del año 1977. Como se observa en la Figura 2, a finales de los 2000 los estudios dan mayor atención al tema, con un aumento exponencial en los últimos 20 años. Adicionalmente, se identifica que el 66% de la producción total se encuentra en los últimos 10 años. 2021 ha sido el año con mayor número de documentos relacionados con el fenómeno de estudio, con un total de 67 investigaciones.

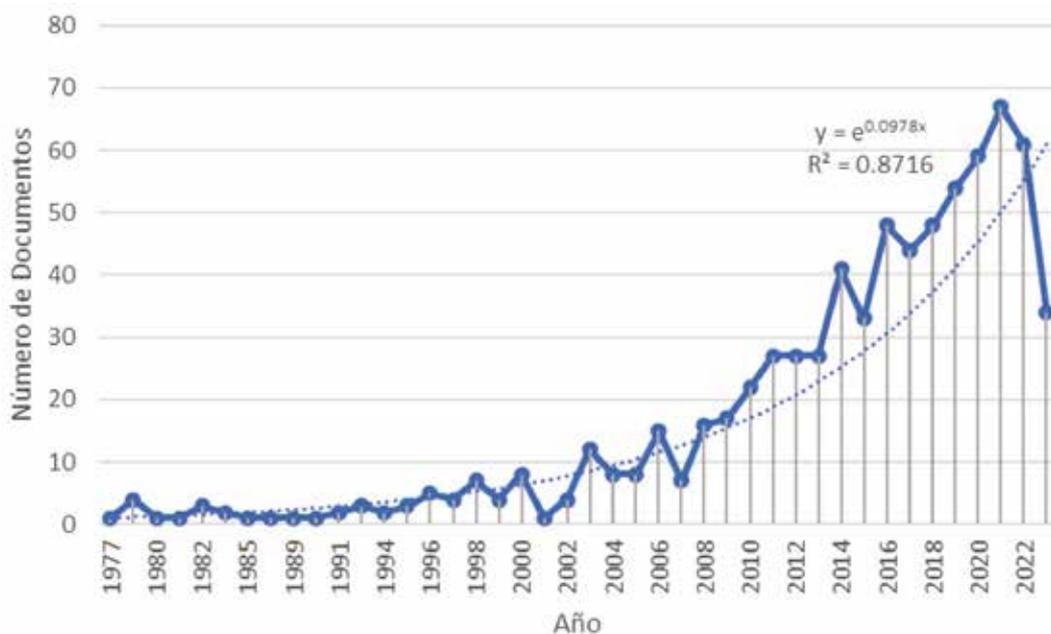


FIGURA 2. Número de publicaciones por año

FUENTE: elaboración propia.

En el contexto geográfico (Figura 3), las investigaciones sobre turismo deportivo y geografía se centran en Estados Unidos, Reino Unido, China,

Francia y España. En el contexto latinoamericano, se destacan estudios en países como Brasil, Chile, Ecuador y México.

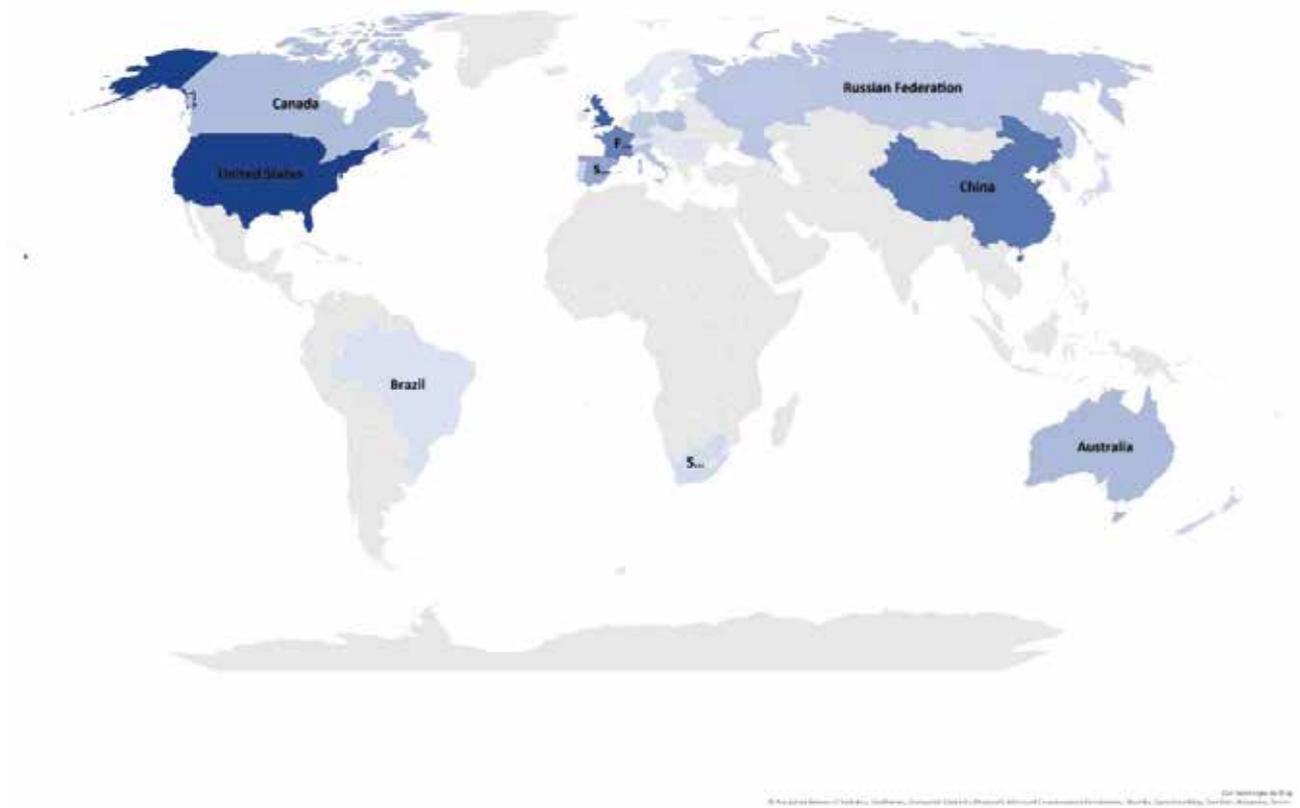


FIGURA 3. Distribución geográfica de las investigaciones sobre turismo y geografía

FUENTE: elaboración propia.

Por otra parte, en el análisis de las investigaciones los resultados revelan que la revista *Journal of Sport and Tourism* es la que tiene más publicaciones sobre el tema de estudio, con un total de 26. La mayoría de las revistas que publican sobre el tema pertenecen al Reino Unido. Por su parte, las áreas de conocimiento que pri-

vilegian las investigaciones corresponden a gestión de turismo, ocio y hostelería, y geografía, planificación y desarrollo. Finalmente, en la lista de las 15 revistas con más publicaciones se destaca que el 53% están clasificadas en Q1 y Q2. En la Tabla 2 se presenta las revistas con mayor productividad en el campo de estudio.

TABLA 2. Revistas con mayor productividad en el campo						
ID	Nombre de la revista	Área	País	f	FI	Q
1	<i>Journal of Sport and Tourism</i>	Gestión de turismo, ocio y hostelería	Reino Unido	26	50	Q2
2	<i>Sustainability</i>	Geografía, planificación y desarrollo	Suiza	18	136	Q2
3	<i>Tourism Geographies</i>	Gestión de turismo, ocio y hostelería	Reino Unido	11	85	Q1
4	<i>Annals of Tourism Research</i>	Gestión de turismo, ocio y hostelería	Reino Unido	8	201	Q1
5	<i>Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism</i>	Gestión de turismo, ocio y hostelería	Reino Unido	8	54	Q1

6	<i>Sport in Society</i>	Ciencia deportiva	Reino Unido	8	46	Q3
7	<i>Journal of Coastal Research</i>	Procesos de la superficie terrestre	Estados Unidos	7	99	Q3
8	<i>Current Issues in Tourism</i>	Geografía, planificación y desarrollo	Reino Unido	6	94	Q1
9	<i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i>	Ciencia medioambiental	Suiza	6	167	Q2
10	<i>Leisure Studies</i>	Gestión de turismo, ocio y hostelería	Reino Unido	6	74	Q2
11	<i>Revue de Géographie Alpine</i>	Procesos de la superficie terrestre	Francia	6	17	Q3
12	<i>ACM International Conference Proceeding Series</i>	Ciencias de la computación	Estados Unidos	5	137	NR
13	<i>Geojournal of Tourism and Geosites</i>	Ciencias planetarias y de la Tierra (varios)	Rumania	5	20	Q3
14	<i>International Journal of the History of Sport</i>	Ciencia deportiva	Reino Unido	5	24	Q4
15	<i>Journal of Environmental Management and Tourism</i>	Gestión de turismo, ocio y hostelería	Rumania	5	19	Q4

LEYENDA: f: frecuencia; FI: factor de impacto de la revista; Q: cuartil.

FUENTE: elaboración propia.

El análisis del mapa de conocimiento de las correlaciones del turismo deportivo y la geografía (Figura 4) refleja cuatro principales clústeres de conocimiento hacia los cuales se orientan las investigaciones. Un primer clúster (verde) analiza el fenómeno desde la planeación espacial para el turismo deportivo, gestión del turismo, destinos turísticos, facilidades deportivas y desarrollo sostenible de las actividades deportivas. Un segundo clúster de conocimiento (rojo) analiza el turismo deportivo desde perspectivas de distribución espacial, sistemas de información geográfica, planeación urbana, impacto ambiental, realidad virtual, cultura y comercialización. El tercer clúster de conocimiento (amarillo) señala investigaciones que se enfocan en la biodiversidad, el medio ambiente, la protección de los recursos, los efectos económicos y sociales y la recreación. Finalmente, el cuarto clúster (azul) se enfoca en el estudio de las estaciones climáticas para el desarrollo de actividades de turismo deportivo, la

medición del riesgo, los efectos del covid-19 y la distribución geográfica.

Respecto a las tendencias, la Figura 5 muestra que el fenómeno del turismo deportivo y su relación con la geografía es un asunto de interés de la última década. Investigaciones actuales privilegian los análisis espaciotemporales, desarrollo sostenible, covid-19 y distribución espacial.

Finalmente, el análisis revela las investigaciones más citadas en el estudio. El documento con más citas se titula “Actividades deportivas y de ocio en la naturaleza 2000 en el área protegida - Red Valley, Rumania” (Ilies et al., 2018), con 55 citas. Otras investigaciones entre las más citadas abordan temáticas como turismo deportivo sostenible, estudio de megaeventos, distribución espacial, modelos de negocio, capital social y potencial del territorio. En la Tabla 2 se presenta los documentos más citados con información de los autores y el año de publicación.

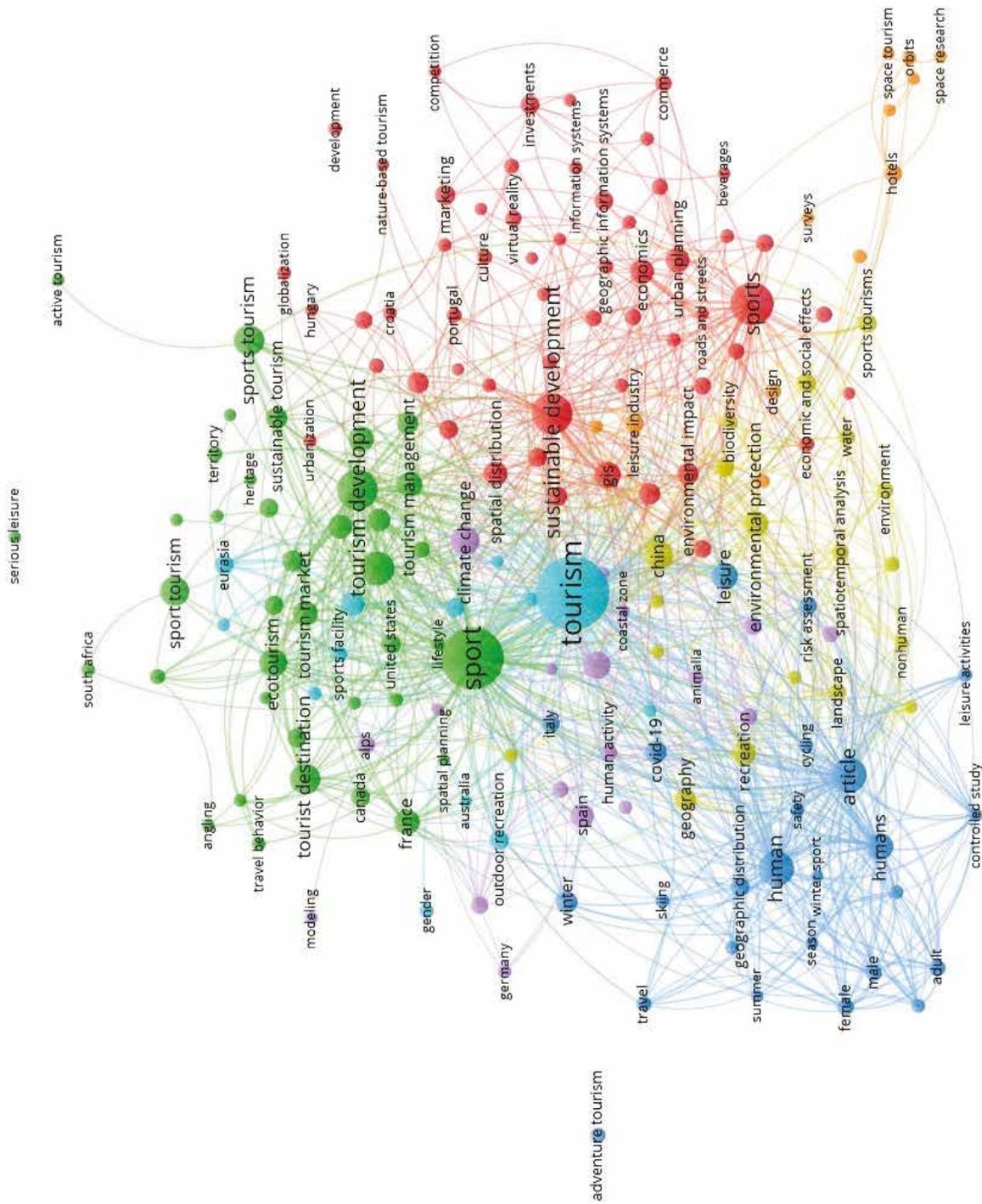


FIGURA 4. Mapa de conocimiento del turismo deportivo y geografía

FUENTE: elaboración propia.

TABLA 2. Documentos más citados en las investigaciones de turismo deportivo y geografía

ID	Autor	Nombre del artículo	Año	f
1	Ilies D.C.; Buhas R.; Ilies M.; Ilies A.; Gaceu O.; Pop A.C.; Marcu F.; Buhas S.D.; Gozner M.; Baiaș S.	Actividades deportivas y de ocio en la naturaleza 2000 en el área protegida - Red Valley, Rumania	2018	55
2	Cooper J.A.; Alderman D.H.	Cancelar March Madness expone oportunidades para una economía de turismo deportivo más sostenible	2020	43
3	Weed M.	El papel de la interfaz del deporte y el turismo en la respuesta a la pandemia de covid-19	2020	42
4	Talavera A.M.; Al-Ghamdi S.G.; Koç M.	Sostenibilidad en megaeventos: más allá de Qatar 2022	2019	38
5	Stoffelen A.	Rutas turísticas como herramientas para la integración transfronteriza: un estudio de caso de mejores prácticas de la ruta ciclista de Vennbahn	2018	37
6	Kim Y.-J.; Kang S.-W.	Hacinamiento percibido y percepción de riesgo según el tipo de actividad de ocio durante la covid-19 utilizando la proximidad espacial	2021	29
7	Zuo Y.; Chen H.; Pan J.; Si Y.; Law R.; Zhang M.	Patrón de distribución espacial y factores influyentes de los recursos de turismo deportivo en China	2021	28
8	Rickly J.M.; Vidon E.S.	Cuestionando la práctica auténtica y la autoridad ética en el turismo de aventura	2017	26
9	Rowe D.	Someter el deporte pandémico a un procedimiento sociológico	2020	23
10	Morin S.; Samacoits R.; François H.; Carmagnola C.M.; Abegg B.; Demiroglu O.C.; Pons M.; Soubeyrou J.-M.; Lafaysse M.; Franklin S.; Griffiths G.; Kite D.; Hoppler A.A.; George E.; Buontempo C.; Almond S.; Dubois G.; Cauchy A.	Indicadores paneuropeos meteorológicos y de nieve del impacto del cambio climático en el turismo de esquí	2021	23
11	Perić M.; Wise N.; Dragičević D.	Sugerencia de una agenda de investigación de servicios en el turismo deportivo: experiencia(s) de trabajo en modelos de negocio	2017	21
12	Pan X.; Yang Z.; Han F.; Lu Y.; Liu Q.	Evaluación de áreas potenciales para el turismo de bienestar en las montañas: un estudio de caso de Ili, provincia de Xinjiang	2019	21
13	Larsen J.; Bærenholdt J.O.	Correr juntos: los capitales sociales de una carrera turística	2019	21
14	Moscarelli R.; Lopez L.; González R.C.L.	¿Quién está interesado en desarrollar el Camino de Santiago? La peregrinación de la fe al turismo	2020	21
15	Orr M.; Schneider I.	Intereses de sustitución entre turistas deportistas activos: el caso de una prueba de esquí de fondo	2018	20

FUENTE: elaboración propia.

Resultados de la fase cualitativa

Una vez analizados los registros de la ecuación de búsqueda por medio de estrategias bibliométricas, se escanearon los 734 documentos por metodología PRISMA (Figura 6). PRISMA se resumió en un flujo de in-

formación de cuatro fases: identificación, proyección, elegibilidad e inclusión (Liberati et al., 2009), cuyo propósito fue elegir los documentos prioritarios para el análisis de contenido y así precisar conceptualmente la relación entre el turismo deportivo y la geografía.

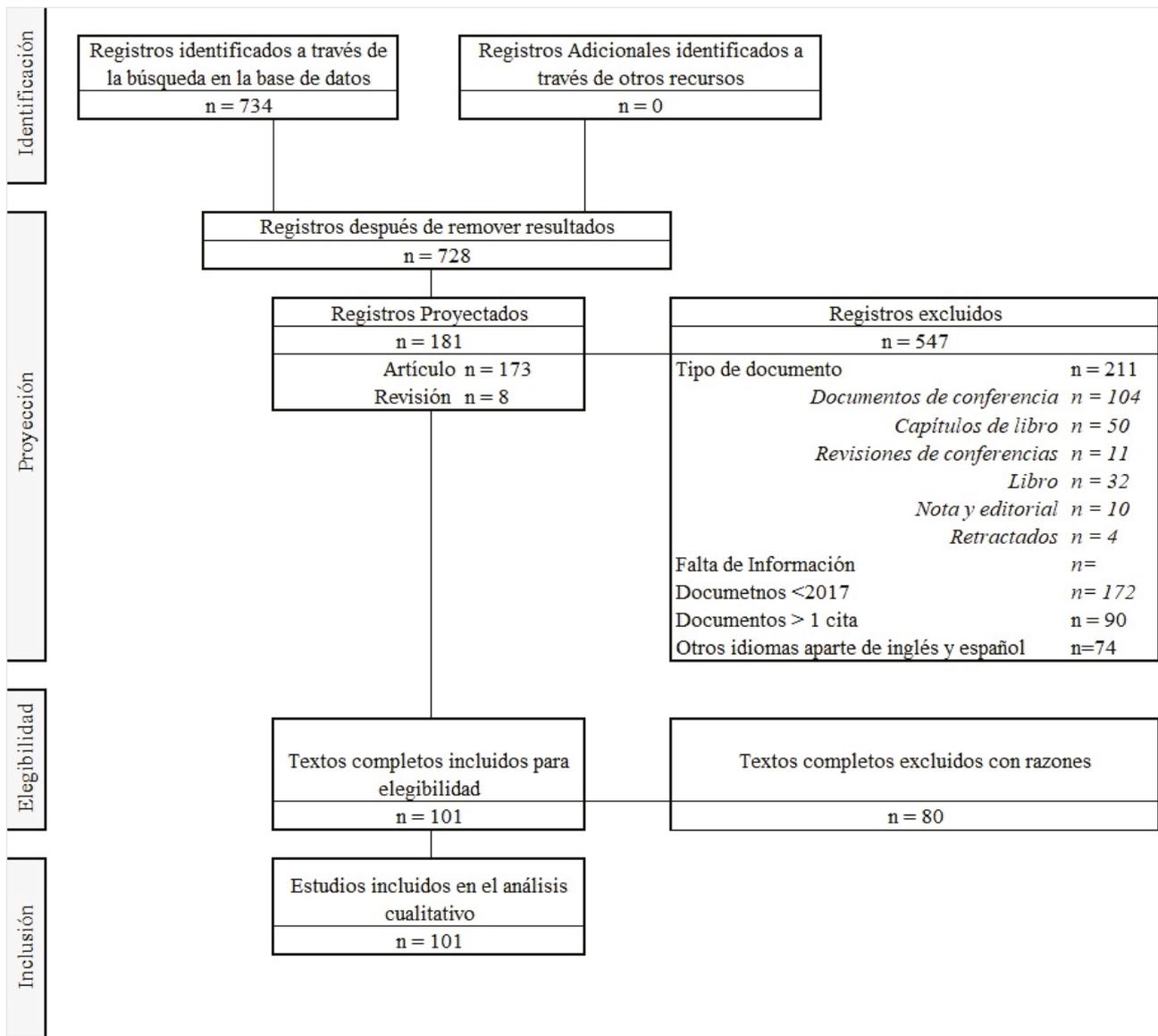


FIGURA 6. Metodología PRISMA

FUENTE: elaboración propia.

Para determinar la relación entre el turismo y la geografía para el desarrollo de las actividades deportivas, se tomó como punto de partida el análisis bibliométrico y las tendencias identificadas en Vosviewer y se agruparon en cuatro categorías y dieciocho subcategorías. Los resultados arrojaron un total de 319 ocurrencias por medio del análisis de contenido en Atlas.ti. La categoría de mayor ocurrencia es la relacionada con *espacio y turismo*, la cual representa el 30% del total de las ocurrencias. Esta categoría incluye condiciones culturales, físicas, planeación espacial, distribución espacial y espacios protegidos. La

segunda categoría de mayor ocurrencia corresponde a la *sostenibilidad*, que representa el 27% del total de ocurrencias. La categoría incluye estrategias de sostenibilidad, impactos ambientales, económicos, socio-culturales y cambio climático. La tercera categoría se relaciona con la *percepción del turista*, la cual comprende las actividades de turismo deportivo, bienestar y comportamiento humano y representa el 25% del total de las ocurrencias. Finalmente, se encuentra la *gestión territorial*, que representa el 16% del total de las ocurrencias y comprende covid-19, accesibilidad, gestión del turismo deportivo, *marketing* y ocio. Finalmente,

la subcategoría de mayor ocurrencia es el comportamiento humano ante las actividades de turismo deportivo. En la Tabla 3 se presentan las ocurrencias por categoría y subcategoría.

TABLA 3. Ocurrencia por categoría y subcategoría

Categoría	Subcategoría	Ocurrencia
Gestión territorial	Covid-19	15
	Accesibilidad	6
	Gestión del turismo deportivo	19
	Marketing	7
	Ocio	5
Percepción del turista	Actividades de turismo deportivo	49
	Bienestar	3
	Comportamiento humano	29
Espacio y turismo deportivo	Condiciones culturales	9
	Condiciones físicas	11
	Planeación espacial	49
	Distribución espacial	22
	Espacios protegidos	7
Sostenibilidad	Estrategias de sostenibilidad	21
	Impacto ambiental	23
	Impacto económico	12
	Impacto sociocultural	22
	Cambio climático	10

FUENTE: elaboración propia.

Los resultados del análisis cualitativo de los documentos revelan lo siguiente: existe una correlación entre el entorno construido y la actividad física (Zhao et al., 2020). La actividad física se asume como el movimiento corporal que hace funcionar el sistema musculoesquelético y el movimiento sistemático implica calidad de vida. Así, tenemos que el senderismo, como actividad deportiva o turística, puede mejorar la calidad de vida en rangos de edad que viven en entornos geográficos asequibles (Sotomayor Mosquera et al., 2017). La conexión entre el desarrollo turístico y el entorno natural es más intensa en el turismo deportivo al aire libre que en muchas otras formas de turismo (Perić et al., 2018). Así mismo, a través de procesos de

turismo, los espacios cotidianos pueden transformarse en productos turísticos, como, por ejemplo, a través de la celebración de grandes eventos deportivos (King et al., 2018). El deporte puede funcionar como un atractivo que facilita una experiencia auténtica de un destino para un turista (Takata & Hallmann, 2021). El turismo deportivo se ha convertido en una de las principales atracciones turísticas de las últimas décadas (González-García et al., 2018).

Uno de los elementos fundamentales de la gestión territorial es la gestión del turismo deportivo. Las potencialidades deportivas en un territorio se asumen como imanes turísticos (Chikish et al., 2019), sin embargo, para su desarrollo se requiere de modelos en el área de la gestión del turismo deportivo que integren nociones de experiencia (Perić et al., 2017). Estas nuevas formas de concebir el turismo deportivo permiten reconfigurar los elementos socioespaciales para redirigir y movilizar los flujos económicos de los visitantes hacia espacios cívicos y de ocio más abiertos, con la esperanza de una mejor (re)distribución del consumo en las comunidades de acogida (Duignan & Pappalepore, 2019). Otro aspecto en la gestión del turismo es comprender la demanda del consumidor, la cual permite identificar elementos prácticos de las experiencias buscadas que se incorporan a los modelos comerciales con el objetivo de brindar valor al servicio de turismo deportivo (Perić et al., 2017). Sin embargo, una gran parte del mercado potencial del turismo deportivo tiene otros intereses que los desarrolladores de destinos a menudo no consideran como productos viables (Bausch & Gartner, 2020), por lo que es importante que haya una interacción entre el deporte, el turismo y otros diversos sectores para ofrecer a futuro experiencias de turismo deportivo basadas en la búsqueda de una gama más amplia de motivaciones en un contexto espacial y de actividad específico (Mollah et al., 2021; Perić et al., 2017). Además, es importante destacar el vínculo entre el contexto experiencial y las experiencias reales, y el interés por un nuevo marco global que incluye la participación de los visitantes y

un eje corporal relativo al contexto específico (Lebrun et al., 2021). Reunir a partes interesadas, académicas, industriales y políticas, para debatir e influir en el cambio permite ofrecer sugerencias para comercializar y ejecutar actividades de turismo deportivo de acuerdo con los motivos subyacentes de los participantes en diferentes contextos espaciales urbano-rurales (Duignan & McGillivray, 2020). En este sentido, se destaca la necesidad de que las organizaciones de turismo y los gobiernos consideren políticas y prácticas de gestión que tengan en cuenta y reduzcan el impacto de las emisiones de gases de efecto invernadero (Cooper, 2020). Estos hallazgos arrojan algo de luz sobre los aspectos administrativos de la práctica del turismo deportivo y ayudan a los gerentes a atender mejor las necesidades deportivas y turísticas en un evento en particular y en un destino (Perić et al., 2018). La gestión territorial también se ve influenciada por fenómenos como la pandemia de covid-19. El turismo fue uno de los sectores que más impactó el covid-19 (Martín-González et al., 2021) y planteó un problema particularmente grave para el deporte, especialmente en esos escenarios en vivo que son difícilmente repetibles (Rowe, 2020). Su propagación llevó a la rápida cancelación de megaeventos y temporadas deportivas de aficionados y profesionales muy prominentes, lo cual implicó efectos económicos, socioculturales y ambientales (Cooper, 2020). Sin embargo, en la actualidad se configura una nueva interfaz entre el turismo y la respuesta a la pandemia y se privilegian estudios sobre la disposición para la actividad al aire libre durante el encierro y el papel de la sensación de movimiento, así como los criterios de proximidad espacial para el desarrollo de actividades de turismo deportivo (Kim & Kang, 2021; Weed, 2020), en donde la sociología juega un papel importante en la reforma del deporte y los eventos deportivos (Rowe, 2020).

Otras gestiones implican la colaboración en turismo deportivo a nivel funcional, el diseño y la implementación de estrategias para la colaboración en turismo deportivo después del covid-19, procesos de

liderazgo desde nuevas disciplinas y resiliencia comunitaria como una agenda crítica en turismo deportivo (Kim & Kim, 2023; Mollah et al., 2021). Por su parte, la gestión del territorio en accesibilidad para el disfrute de actividades de turismo deportivo implica propuestas de participación inmersa de personas no solo como espectadores en eventos deportivos, sino en actividades que no requieran preparación física especial y que promuevan beneficios para la salud, en armonía con el medio ambiente (Ilies et al., 2018). Además, las condiciones de acceso al turismo deportivo sin importar el género (Sotomayor Mosquera et al., 2017), así como las prácticas y experiencias de ocio para personas con discapacidad (Quintana & Ortuzar, 2018), promueven el pleno desarrollo y aprovechamiento de un lugar para el desarrollo del turismo deportivo. Finalmente, las estrategias de *marketing* han cobrado más fuerza en la promoción de actividades de turismo deportivo. Estudios revelan la importancia de innovar en las estrategias de *marketing* como un impulso para el turismo deportivo (Balsas, 2018), entre las que se destaca la construcción de la imagen del destino desde el discurso de las reseñas turísticas (Saveleva & Melnik, 2019), que se desarrolla principalmente desde el uso de los sitios web de internet, como un espacio donde los turistas comparten cada vez más sus opiniones sobre el lugar después del viaje (Saveleva & Melnik, 2019). Estudios recientes han abordado el *marketing* para la promoción de nuevos productos turísticos de turismo deportivo del lugar (Jæger, 2020), así como estudios de lealtad y retorno al destino después de la realización de megaeventos deportivos y la promoción de actividades de turismo deportivo con enfoque diferencial (Moyo et al., 2020; Quintana & Ortuzar, 2018). Finalmente, se enfatiza en la forma como se reconocen las potencialidades del territorio y el papel de actores como agencias de viajes, guías y comunidades locales en la promoción de actividades estructuradas y personalizadas en las regiones (Hillman, 2019).

La percepción del turista contiene tres elementos fundantes. Por una parte, se encuentran las activida-

des de turismo deportivo que asumen los turistas de acuerdo con las condiciones del territorio o las que, de acuerdo con los recursos y capacidades del territorio, se ofrecen y el turista legitima. Dentro de las actividades de turismo deportivo se encuentran los megaeventos deportivos (Deng et al., 2019; Talavera et al., 2019), los cuales tienen implicaciones en la adecuación y transformación de una ciudad o región en torno a los objetivos de la organización y el evento en sí: senderos de cicloturismo (Lamont, 2021; Stoffelen, 2018) y senderos de caminata y *trekking* (Sotomayor Mosquera et al., 2017), que incluye experiencias de peregrinaciones (Botella-Carrubi et al., 2019) como el camino de Santiago en España, de contemplación o ecoturismo (Nabout et al., 2022), o carreras de montaña (Botella-Carrubi et al., 2019). Estas actividades fomentan procesos de institucionalización transfronteriza según la escala de los senderos y los destinos involucrados (Stoffelen, 2018). Otras actividades tradicionales se relacionan con las condiciones geográficas, como el turismo de esquí, hockey, carreras de trineos, surf, *rafting* y *trekking*, entre otros (Deng et al., 2019; Jæger, 2020; Morin et al., 2021). Por otra parte, el comportamiento del turista frente a las actividades deportivas se ha analizado desde diferentes perspectivas. Geffroy (2017) identifica que en el turismo deportivo el turista interactúa con un conjunto de prácticas lúdicas en un espacio global, que da como resultado imaginarios compartidos y movilidades a gran escala basadas en la libertad y las sensaciones que permiten comprometerse con la materialidad de los lugares y las prácticas mediáticas, y que se integran plenamente en la experiencia del turismo deportivo. En este sentido, se infiere que los turistas son cada vez más conscientes de su entorno para el desarrollo de actividades deportivas, en donde tienen en cuenta los impactos ambientales y sociales como determinantes para visitar un destino, es decir, los sentidos de responsabilidad se inspiran en sentidos de lugar y se articulan a través de nociones de autenticidad del destino y el cuidado de este (Rickly & Vidon, 2017). Esto hace susceptible que los turistas deportivos se interesen en sustituir espacial-

mente las actividades más que en sustituir actividades en sí (Orr & Schneider, 2018), por lo que se requieren acciones estratégicas de adecuación del destino para que conserve los principios del territorio desde un enfoque de sostenibilidad y que incluya elementos motivacionales para el turista deportivo. Comprender los aspectos motivacionales básicos compartidos por los participantes activos del deporte podría usarse para la creación de un modelo de segmentación del mercado específico que facilite una experiencia auténtica de un destino para un turista (Sotomayor Mosquera et al., 2017; Terzić et al., 2021).

Por su parte, la relación entre espacio y turismo deportivo hace referencia a las condiciones de la región y sus acciones para el desarrollo de actividades deportivas. El espacio se asume como un soporte fundamental de las actividades turísticas, así como un elemento que atrae flujos de turistas para el desarrollo de actividades deportivas en donde interactúan recursos territoriales, actores y unidades espaciales (Mateos, 2018). Entre los espacios para el turismo deportivo se destacan las áreas protegidas. Los espacios naturales protegidos son aptos para la práctica de actividades deportivas como caminar, correr, andar en bicicleta y de ocio al aire libre, cuando el contexto geográfico lo permite (Botella-Carrubi et al., 2019; Ilies et al., 2018). Las áreas protegidas son fundamentales para preservar la biodiversidad y los servicios ecosistémicos (Nabout et al., 2022), en donde el desarrollo de actividades deportivas y recreativas en estas áreas es una oportunidad para generar beneficios para la salud en armonía con el medio ambiente y además contribuye exitosamente a la promoción del área protegida desde actividades experienciales (Ilies et al., 2018; Lebrun et al., 2021). En áreas no protegidas, el desarrollo del turismo deportivo implica una planeación espacial que puede incluir integración transfronteriza (Stoffelen, 2018), sistemas de información e indicadores geográficos (Deng et al., 2019; Morin et al., 2021; Zuo et al., 2021). Zuo et al. (2021) reafirman la importancia de comprender el cambio del uso de la tierra para

prevenir problemas como la perturbación ambiental, el desperdicio de recursos y la perturbación ecológica cuando se lleva a cabo una exploración inadecuada basada en el turismo en un área. Para Larsen (2019), el estudio de las dimensiones espaciales de la territorialidad y la movilidad es un complemento a las discusiones sobre puentes y vínculos para el desarrollo del turismo deportivo, incluyendo las implicaciones espaciales, sociales y económicas de su organización (Duignan & McGillivray, 2020). Finalmente, en la planeación espacial es vital tener en cuenta tanto el rol de los actores que participan en el desarrollo del turismo deportivo como el de los interesados en la planeación territorial. Para González-García et al. (2018), las instituciones responsables de la planificación y gestión del sector del turismo deportivo deben prestar atención a cualquier información relevante proporcionada, incluidas las percepciones de los residentes, para brindar un mejor servicio al sector. Esto también requiere concienciar a una población de profesionales del turismo, acostumbrados a trabajar solos, de la importancia de actuar colectivamente (Clivaz & Langenbach, 2020). En cuanto a la distribución espacial, los estudios hacen énfasis en conocer los factores impulsores que afectan el patrón de distribución espacial, que puede incluir el índice de vecino más cercano promedio, la densidad del núcleo y la autocorrelación espacial (Zuo et al., 2021). Otros elementos para tener en cuenta en cuanto a la distribución espacial incluyen la dotación de recursos naturales, la dotación de recursos deportivos, la capacidad de transporte, el apoyo y la orientación industrial, el cultivo y desarrollo del mercado, el nivel de vida de las personas, los servicios de *software* y *hardware* y el beneficio económico (Pan et al., 2019). Finalmente, las estrategias de distribución espacial para el turismo deportivo podrían destacar los beneficios del estilo de vida de la participación en deportes de resistencia y disminuir el abandono del deporte.

Finalmente, el elemento que integra el turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deporti-

vas es la sostenibilidad, como un enfoque transversal a todas las actividades de turismo deportivo en un territorio. Para Cooper y Alderman (2020) y Weed (2020), el turismo deportivo se asume como una alternativa sostenible. Sin embargo, su desarrollo implica una noción de triple resultado para equilibrar la reducción de impactos con la creación y el mantenimiento de economías locales resilientes en todos los sentidos (Cooper & Alderman, 2020), así como prácticas de responsabilidad social empresarial desde los prestadores de servicios turísticos (Weed, 2020). Particularmente, los megaeventos deportivos requieren mayores esfuerzos de sostenibilidad para garantizar que las adecuaciones realizadas contribuyan al desarrollo ambiental, económico y sociocultural a largo plazo y no solo con beneficios inmediatos condicionados por la duración del evento (Botella-Carrubi et al., 2019). El sector gubernamental cumple un papel importante en el fomento de la sostenibilidad, por lo cual debe fortalecer la supervisión, los incentivos y las alianzas para desarrollar estrategias sostenibles en la implementación de actividades de turismo deportivo (Pan et al., 2019).

Conclusiones

El objetivo del estudio consistió en comprender la relación entre el turismo y la geografía para el desarrollo de actividades deportivas a través de un análisis bibliométrico. Los resultados reflejaron importantes hallazgos. Primero, dar respuesta a la comprensión del estado del conocimiento en cuanto a la relación entre el turismo deportivo y la geografía. Segundo, precisar que la relación se determina por cuatro categorías: gestión territorial, percepción del turista, espacio y turismo deportivo y sostenibilidad, las cuales comprenden elementos fundantes para la comprensión integral del rol del turismo deportivo en un territorio. Los resultados del estudio tienen implicaciones teóricas y prácticas. Desde la dimensión teórica, contribuye a una mejor comprensión de la relación entre el turismo y la geografía para el desarrollo sostenible de actividades deportivas. Desde la dimensión

práctica, ayuda a los tomadores de decisiones en el camino de impulsar acciones claves de gestión territorial para el desarrollo de actividades deportivas y su vinculación con el turismo. Además de los aportes, la investigación presenta algunas limitaciones: primero, la revisión sistemática privilegió la búsqueda en la base de referenciación Scopus y en futuras investigaciones se podrían incluir otras bases de datos, particularmente las que aborden el fenómeno desde el contexto latinoamericano. Por su parte, los documentos, según el criterio de elegibilidad de la metodología PRISMA, fueron escogidos por tipo de artículo e idioma, si bien el estudio podría extenderse a otros tipos de publicaciones e idiomas aparte del inglés. Dentro de las líneas futuras de la investigación, se propone: 1) centrar la atención en las relaciones entre los derechos humanos y la ciudadanía cultural para mejorar la institución social del deporte (Rowe, 2020); 2) promover estudios del paisaje, la geografía deportiva y los estudios turísticos al examinar las formas corporales de los corredores de practicar y sentir los paisajes durante las carreras (Larsen, 2019); 3) analizar el efecto de la cultura nacional en la experiencia, satisfacción e intenciones de comportamiento de los turistas durante y después de un megaevento deportivo, así como el papel de las nuevas condiciones legales regulatorias para el desarrollo de este tipo de eventos (Duignan & McGillivray, 2020); 4) proponer nuevos métodos de reorganización paso a paso del espacio urbano y estudios sobre la autenticidad en el turismo deportivo; 5) y, finalmente, comprender la heterogeneidad metodológica y una amplia variedad de perspectivas geográficas para avanzar en el conocimiento de la autenticidad en el turismo deportivo (Takata & Hallmann, 2021) y los procesos de encarnación a través de los cuales los turistas deportivos activos se relacionan con el espacio de destino (Lamont, 2021).

Conflictos de interés. Los autores no tienen conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. Los autores no recibieron financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. *Tannia Álvarez-Meneses:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección). *Eliana Leonor Valderrama:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección). *Jorge-Enrique Gamba:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Balsas, C. J. L. (2018). Country Marketing and Planning Implications of the European Soccer Championship EURO 2004. *Journal of Urban Technology*, 25(3), 29-46. <https://doi.org/10.1080/10630732.2017.1284984>
- Bausch, T. & Gartner, W. C. (2020). Winter tourism in the European Alps: Is a new paradigm needed? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100297>
- Botella-Carrubi, D., Móstoles, R. C., & Escrivá-Beltrán, M. (2019). Penyagolosa trails: From ancestral roads to sustainable ultra-trail race, between spirituality, nature, and sports. A case of study. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23). <https://doi.org/10.3390/su11236605>
- Chikish, Y., Humphreys, B. R., Liu, C., & Nowak, A. (2019). Sports-led tourism, spatial displacement, and hotel demand. *Economic Inquiry*, 57(4), 1859-1878. <https://doi.org/10.1111/ecin.12820>

- Clivaz, C. & Langenbach, M. (2020). Organisation and professional development of mountain guides and leaders in tourist regions: The Swiss case compared with the French experience. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 29. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.100257>
- Cooper, J. A. & Alderman, D. H. (2020). Cancelling March Madness exposes opportunities for a more sustainable sports tourism economy. *Tourism Geographies*, 22(3), 525-535. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759135>
- Cooper, J. A. (2020). Making orange green? A critical carbon footprinting of Tennessee football gameday tourism. *Journal of Sport and Tourism*, 24(1), 31-51. <https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1726802>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Delpy, L. (1997). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework. *Journal of Vacation Marketing* 1998 4: 23. <https://doi.org/10.1177/135676679800400103>
- Deng, J., Che, T., Xiao, C., Wang, S., Dai, L., & Meerzhan, A. (2019). Suitability analysis of ski areas in China: An integrated study based on natural and socioeconomic conditions. *Cryosphere*, 13(8), 2149-2167. <https://doi.org/10.5194/tc-13-2149-2019>
- Duignan, M. B. & McGillivray, D. (2020). Walking methodologies, digital platforms and the interrogation of Olympic spaces: the '#RioZones-Approach'. *Tourism Geographies*, 23(1-2), 275-295. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1586988>
- Duignan, M. B. & Pappalepore, I. (2019). Visitor (im)mobility, leisure consumption and mega-event impact: the territorialisation of Greenwich and small business exclusion at the London 2012 Olympics. *Leisure Studies*, 38(2), 160-174. <https://doi.org/10.1080/02614367.2019.1572212>
- Eimermann, M. & Carson, D. A. (2023). Towards a cordial dialogue between lifestyle migration/mobilities and rural tourism geographies. *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography*, 105(4), 341-355. <https://doi.org/10.1080/04353684.2023.2197921>
- Escobar-Sierra, M., Lara-Valencia, L.-A., & Valencia-Delara, P. (2021). 'Step-by-step' method to conduct applied research in organizational engineering and business management [Método 'paso a paso' para la investigación aplicada en el ámbito de la ingeniería organizacional y la gestión empresarial]. *Culture and Education*, 33(1), 28-77. <https://doi.org/10.1080/11356405.2020.1859735>
- Geffroy, V. (2017). 'Playing with space': a conceptual basis for investigating active sport tourism practices. *Journal of Sport and Tourism*, 21(2), 95-113. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1271349>
- Gibson, H. (1998). Active sport tourism: who participates? *Leisure Studies*, 17(2), 155-170. <https://doi.org/10.1080/026143698375213>
- González-García, R. J., Añó-Sanz, V., Alguacil, M., & Pérez-Campos, C. (2018). Residents' perceptions of the economic impact of sports tourism. Differences according to the geographical location of the town. *Journal of Physical Education and Sport*, 18, 1412-1419. <https://doi.org/10.7752/jpes.2018.s3209>
- González-García, R. J., Escamilla-Fajardo, P., López-Carril, S., & Núñez-Pomar, J. (2020). Percepciones de los residentes sobre el turismo deportivo: impactos, calidad de vida y apoyo al sector. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 20(2), 174-188. <https://doi.org/10.6018/cpd.388431>
- Hautbois, C., Ravenel, L., & Durand, C. (2003). Sport Tourism and Local Economic Development: The Importance of an Initial Diagnosis of Supplier's Geographical Concentration: A Case Study of France. *Journal of Sport & Tourism*, 8(4), 240-259. <https://doi.org/10.1080/1477508032000161546>
- Higham, J. & Hinch, T. (2006). Sport and tourism research: A geographic approach. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1), 31-49. <https://doi.org/10.1080/14775080600985267>
- Hillman, W. (2019). Issues for women trekking in Nepal: '3 sisters adventure trekking' guides. *Journal of Sport and Tourism*, 23(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/14775085.2019.1593226>
- Ilies, D. C., Buhas, R., Ilies, M., Ilies, A., Gaceu, O., Pop, A. C., Marcu, F., Buhas, S. D., Gozner, M., & Baias, S. (2018). Sport activities and leisure in nature 2000 protected area - Red Valley, Romania. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 19(1), 367-372. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85045932050&partnerID=40&md5=a5563aec235939b4aed04c665a2b413>
- Jæger, K. (2020). Event start-ups as catalysts for place, sport and tourism development: Moment scapes and geo-

- graphical considerations. *Sport in Society*, 23(1), 40-55. <https://doi.org/10.1080/17430437.2018.1555218>
- Kim, C. & Kim, J. (2023). Spatial spillovers of sport industry clusters and community resilience: Bridging a spatial lens to building a smart tourism city. *Information Processing and Management*, 60(3). <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2023.103266>
- Kim, Y.-J. & Kang, S.-W. (2021). Perceived crowding and risk perception according to leisure activity type during covid-19 using spatial proximity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 1-12. <https://doi.org/10.3390/ijerph18020457>
- King, K., Shipway, R., Lee, I. S., & Brown, G. (2018). Proximate tourists and major sport events in everyday leisure spaces. *Tourism Geographies*, 20(5), 880-898. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1477827>
- Lamont, M. (2021). Embodiment in Active Sport Tourism: An Autophenomenography of the Tour de France Alpine "Cols". *Sociology of Sport Journal*, 38(3), 264-275. <https://doi.org/10.1123/ssj.2019-0190>
- Larsen, J. (2019). 'Running on sandcastles': energising the rhythm analyst through non-representational ethnography of a running event. *Mobilities*, 14(5), 561-577. <https://doi.org/10.1080/17450101.2019.1651092>
- Leal, M., Molero, R., Medina, X. Abadía, S., & Sánchez, S. (2021). Turismo deportivo: Una oportunidad para los territorios locales en un contexto global. Un estudio Delphi. *Retos*, 42, 77-88. <https://doi.org/10.47197/retos.v42i0.86696>
- Lebrun, A.-M., Su, C.-J., & Bouchet, P. (2021). A more sustainable management of domestic tourists in protected natural parks: A new trend in sport tourism after the covid-19 pandemic? *Sustainability (Switzerland)*, 13(14). <https://doi.org/10.3390/su13147750>
- Lewandowicz, E. (2022). Indicators of Geographic Potential and Business Opportunities for the Development of Active Tourism: Kayaking in Poland. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141710872>
- Liberati, A., Altman, D. G., Tetzlaff, J., Mulrow, C., Gøtzsche, P. C., Ioannidis, J. P. A., Clarke, M., Devereaux, P. J., Kleijnen, J., & Moher, D. (2009). The PRISMA statement for reporting systematic reviews and meta-analyses of studies that evaluate health care interventions: Explanation and elaboration. *PLoS Medicine*, 6(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000100>
- Martín-González, R., Swart, K., & Luque-Gil, A. M. (2021). The Covid-19 Crisis and the 'new' Normality of Surf Tourism in Cape Town, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(1), 194-213. <https://doi.org/10.46222/AJHTL.19770720-95>
- Mateos, M. R. (2018). Turismo activo, recreación al aire libre y deportes de naturaleza: una lectura geográfica. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 77, 462-492. <https://doi.org/10.21138/bage.2548>
- Mollah, M. R. A., Cuskelly, G., & Hill, B. (2021). Sport tourism collaboration: a systematic quantitative literature review. *Journal of Sport and Tourism*, 25(1), 3-25. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1877563>
- Morin, S., Samacoïts, R., François, H., Carmagnola, C. M., Abegg, B., Demiroglu, O. C., Pons, M., Soubeyroux, J.-M., Lafaysse, M., Franklin, S., Griffiths, G., Kite, D., Hoppler, A. A., George, E., Buontempo, C., Almond, S., Dubois, G., & Cauchy, A. (2021). Pan-European meteorological and snow indicators of climate change impact on ski tourism. *Climate Services*, 22. <https://doi.org/10.1016/j.cliser.2021.100215>
- Moyo, L. G., Swart, K., & Hattingh, C. (2020). Repeat visitation to a host destination post a sport mega-event: South Africa and the 2010 FIFA World Cup™ legacy. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(3), 57-72. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-4>
- Nabout, J. C., Tessarolo, G., Pinheiro, G. H. B., Marquez, L. A. M., & de Carvalho, R. A. (2022). Unraveling the paths of water as aquatic cultural services for the ecotourism in Brazilian Protected Areas. *Global Ecology and Conservation*, 33. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2021.e01958>
- Orr, M., & Schneider, I. (2018). Substitution interests among active-sport tourists: the case of a cross-country ski event. *Journal of Sport and Tourism*, 22(4), 315-332. <https://doi.org/10.1080/14775085.2018.1545600>
- Pan, X., Yang, Z., Han, F., Lu, Y., & Liu, Q. (2019). Evaluating potential areas for mountain wellness tourism: A case study of Ili, Xinjiang province. *Sustainability (Switzerland)*, 11(20). <https://doi.org/10.3390/su11205668>
- Perić, M., Durkin, J., & Vitezić, V. (2018). Active event sport tourism experience: The role of the natural environment, safety and security in event business models. *International Journal of Sustainable Development and*

- Planning*, 13(5), 758-772. <https://doi.org/10.2495/SDP-V13-N5-758-772>
- Perić, M., Wise, N., & Dragičević, D. (2017). Suggesting a service research agenda in sports tourism: Working experience(s) into business models. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 7(1), 58-76. <https://doi.org/10.1108/SBM-09-2015-0031>
- Quintana, I. L. & Ortuzar, A. M. (2018). The leisure experience of young people with disabilities. *Pedagogía Social*, 31, 107-120. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85062668858&partnerID=40&md5=9517f05cf291402caaa4933ef7657802>
- Redmond, G. (1991). Changing styles of sports tourism: Industry/consumer interactions in Canada, the USA, and Europe. In M. T. Sinclair & M. J. Stabler (eds.), *The tourism industry: An international analysis* (pp. 107-120). CAB International.
- Rickly, J. M. & Vidon, E. S. (2017). Contesting authentic practice and ethical authority in adventure tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1418-1433. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1284856>
- Rowe, D. (2020). Subjecting pandemic sport to a sociological procedure. *Journal of Sociology*, 56(4), 704-713. <https://doi.org/10.1177/1440783320941284>
- Rowley, J. & Slack, F. (2004). Conducting a literature review. *Management Research News*, 27(6), 31-39. <https://doi.org/10.1108/01409170410784185>
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
- Saveleva, I. V. & Melnik, N. V. (2019). The image of the kuzbass ski resort sheregesh in the discourse of online reviews. *Journal of Siberian Federal University - Humanities and Social Sciences*, 12(1), 137-154. <https://doi.org/10.17516/1997-1370-0385>
- Simões, M., Rebollo, S., & Cabrera, J. (2008). Turismo deportivo de litoral. Un análisis desde la oferta. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 29(3), 75-89.
- Sotomayor Mosquera, P. R., Sosa Bolaños, D. I., & Parra Cárdenas, H. A. (2017). Diagnosis of physical activity level and hiking in Sangolquí: Study by age range. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 36(3). <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85044471959&partnerID=40&md5=280689d9438f82bc628c7c8433f21902>
- Stoffelen, A. (2018). Tourism trails as tools for cross-border integration: A best practice case study of the Vennbahn cycling route. *Annals of Tourism Research*, 73, 91-102. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.008>
- Takata, K., & Hallmann, K. (2021). A systematic quantitative review of authenticity in sport tourism. *Journal of Sport and Tourism*, 25(1), 26-41. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1877564>
- Talavera, A. M., Al-Ghamdi, S. G., & Koç, M. (2019). Sustainability in mega-events: Beyond qatar 2022. *Sustainability (Switzerland)*, 11(22). <https://doi.org/10.3390/su11226407>
- Terzić, A., Demirović, D., Petrevska, B., & Limbert, W. (2021). Active Sport Tourism in Europe: Applying Market Segmentation Model Based on Human Values. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 45(7), 1214-1236. <https://doi.org/10.1177/1096348020926546>
- Valderrama, E.-L. & Polanco, J.-A. (2022). Understanding how collaborative governance mediates rural tourism and sustainable territory development: a systematic literature review. *Tourism Recreation Research*. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2072653>
- Waltman, L., van Eck, N. J., & Noyons, E. C. M. (2010). A unified approach to mapping and clustering of bibliometric networks. *Journal of Informetrics*, 4(4), 629-635. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.07.002>
- Weed, M. (2020). The role of the interface of sport and tourism in the response to the covid-19 pandemic. *Journal of Sport and Tourism*, 24(2), 79-92. <https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1794351>
- Weed, M. (2021). The Geographies and Psychologies of Global Transitions: Implications for Sport, Tourism, Climate, Health, Wellbeing and the Economy. [Les géographies et psychologies des transitions globales: implications pour le sport, le tourisme, le climat, la santé, le bien-être et l'économie]. *Geocarrefour*, 95(2). <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.19439>
- Zhao, L., Shen, Z., Zhang, Y., & Sheng, F. (2020). Study on the impact of the objective characteristics and subjective perception of the built environment on residents' physical activities in Fuzhou, China. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/su12010329>
- Zhao, S., Huang, T., & Xi, J. (2022). Understanding the Evolution of Regional Tourism Efficiency: Through the Lens of Evolutionary Economic Geography. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141711042>

Zuo, Y., Chen, H., Pan, J., Si, Y., Law, R., & Zhang, M. (2021). Spatial distribution pattern and influencing factors of sports tourism resources in China. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, *10*(7). <https://doi.org/10.3390/ijgi10070428>

JONNI MÉNDEZ ATEMPA   MARÍA GUADALUPE ÁVILA REYES 

ARTÍCULO ORIGINAL

Prácticas deportivas y ocio en el parque lineal Periférico Oriente en Iztapalapa, Ciudad de México, 2020-2022

Fecha de recepción: 31 de agosto de 2023 ▶ **Evaluación:** 17 de octubre de 2023 ▶ **Fecha de publicación:** 1 de enero de 2024

Sugerencia de citación. Méndez Atempa, J., & Ávila Reyes, M. G. (2024). Prácticas deportivas y ocio en el parque lineal Periférico Oriente en Iztapalapa, Ciudad de México, 2020-2022. *Perspectiva Geográfica*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.19053/01233769.16480>

Resumen. Las prácticas deportivas y el ocio son elementos necesarios para la sociabilización y el bienestar físico y emocional de las personas, sobre todo en las grandes ciudades latinoamericanas donde los espacios públicos dedicados a la realización de estas actividades son cada vez más escasos e insuficientes ante el crecimiento urbano. Por lo anterior, la presente investigación analiza las prácticas deportivas y de ocio que se presentan en el parque lineal Periférico Oriente a partir de su renovación, así como la infraestructura del lugar para conocer si responde a las necesidades de la población o no, y si el parque es un espacio de recreación, encuentro e integración social. Para ello, se utilizó la observación directa como método etnográfico, la cual permitió indagar en los distintos usos y formas de apropiación que los diferentes usuarios hacen del parque, y se realizaron encuestas a los usuarios y entrevistas semiestructuradas a los instructores de las prácticas deportivas. En ambos instrumentos se abordaron los siguientes rubros: datos generales, seguridad, equipamiento y mantenimiento del parque, los usos, prácticas deportivas y de ocio, y lo que representa el parque. Se identificó que la renovación del parque lineal ha permitido una apropiación del lugar a través de nuevas prácticas deportivas como la calistenia, la danza aérea, el patinaje y el fútbol, y de otras actividades recreativas y de ocio como las caminatas, los juegos infantiles, el descanso, la convivencia, el cine, la música y talleres. Todo esto ha repercutido en la vida de las personas que son parte de ese espacio.

Palabras claves: *espacio público, ocio, parques urbanos y recreación.*

1 Geógrafo. Licenciado en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México. Estudiante de la Maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco, México. jomeat2000@comunidad.unam.mx. <https://orcid.org/0000-0001-6554-7136>

2 Geógrafa. Maestra en Estudios Regionales por el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora. Estudiante del Doctorado en Estudios del Desarrollo en el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México. mgavila@institutomora.edu.mx. <https://orcid.org/0000-0002-9056-4090>

Sports practices and leisure in the “Periférico Oriente linear park” in Iztapalapa, Mexico City, 2020-2022

Abstract: Sports practices and leisure are necessary elements for socialization and the physical and emotional well-being of people, especially in large Latin American cities where public spaces dedicated to carrying out these activities are increasingly scarce and insufficient in the face of growth. urban. Therefore, this research analyses the sports and leisure practices that are presented in the Periférico Oriente linear park after its renovation, as well as the infrastructure of the place to know if it responds to the needs of the population or not, and if the park is a space for recreation, meeting and social integration. To do this, direct observation was used as an ethnographic method, which allowed us to investigate the different uses and forms of appropriation that the different users make of the park, and surveys were carried out on the users and semi-structured interviews with the instructors of the sports practices. In both instruments, the following items were addressed: general data, safety, equipment and maintenance of the park, uses, sports and leisure practices, and what the park represents. It was identified that the renovation of the linear park has allowed an appropriation of the place through new sports practices such as calisthenics, aerial dance, skating and soccer, and other recreational and leisure activities such as walks, children’s games, rest, coexistence, cinema, music and workshops. All of this has had an impact on the lives of the people who are part of that space.

Keywords: *public space, leisure, urban parks and recreation, geography.*

Práticas esportivas e de lazer no “parque linear Periférico Oriente” em Iztapalapa, Cidade do México, 2020-2022

Resumo: As práticas esportivas e de lazer são elementos necessários à socialização e ao bem-estar físico e emocional das pessoas, especialmente nas grandes cidades latino-americanas onde os espaços públicos dedicados à realização dessas atividades são cada vez mais escassos e insuficientes diante do crescimento urbano. Portanto, esta pesquisa analisa as práticas esportivas e de lazer que se apresentam no parque linear Periférico Oriente após sua reforma, bem como a infraestrutura do local para saber se ela responde ou não às necessidades da população, e se o parque é um espaço de lazer, encontro e integração social. Para isso, utilizou-se a observação direta como método etnográfico, o que permitiu investigar os diferentes usos e formas de apropriação que os diferentes usuários fazem do parque, e foram realizados inquéritos aos usuários e entrevistas semiestruturadas com os instrutores. das práticas esportivas. Em ambos os instrumentos foram abordados os seguintes itens: dados gerais, segurança, equipamentos e manutenção do parque, usos, práticas esportivas e de lazer e o que o parque representa. Identificou-se que a reforma do parque linear permitiu uma apropriação do local por meio de novas práticas esportivas como calistenia, dança aérea, patinação e futebol, e outras atividades recreativas e de lazer como caminhadas, brincadeiras infantis, descanso, convivência, cinema, música e oficinas. Tudo isso impactou a vida das pessoas que fazem parte daquele espaço.

Palavras-chave: *espaço público, lazer, parques urbanos e recreação, geografia.*

Introducción

A partir de 1960 y hasta la fecha, la Ciudad de México (CDMX) ha experimentado un crecimiento urbano acelerado y con ello la expansión de la mancha urbana sobre su periferia. Factores como el encarecimiento del suelo urbano, la falta de políticas de vivienda incluyentes, la propagación de los centros comerciales, el aumento de asentamientos irregulares y las políticas públicas con una orientación neoliberal impulsadas por el Estado han ocasionado una privatización y segmentación del espacio público y esto ha influido en la escasez y el deterioro de espacios deportivos y recreativos como los parques urbanos. La escasez de áreas verdes y espacios públicos para el ocio y la recreación se agudiza y los que quedan no cuentan con las condiciones de infraestructura necesarias para la integración de los distintos grupos sociales y la cohesión social de la ciudad.

Ante esta problemática, en 2019 el Gobierno capitalino encabezado por Claudia Sheinbaum implementó el Programa Sembrando Parques (PSP), el cual planteó la recuperación y creación de diversos parques urbanos¹. Uno de ellos es el parque lineal Periférico Oriente, localizado en la Alcaldía de Iztapalapa, al oriente de la CDMX. Cabe señalar que dicha alcaldía tiene una alta marginalidad social² y altos índices de delincuencia. En este mismo espacio, la Alcaldía de Iztapalapa impulsó al mismo tiempo el proyecto Unidades de Transformación y Organización para la Inclusión y la Armonía Social (Utopías)³. En conjunto, estos

proyectos han transformado el parque lineal, lo cual detonó la práctica de varios deportes, la recreación y una mayor apropiación por parte de la población.

Por lo anterior, la presente investigación responde las siguientes interrogantes: ¿qué actividades y prácticas recreativas y de ocio se desarrollan a raíz de la renovación del parque?, ¿cómo influye la recuperación (mejor infraestructura) del parque lineal Periférico Oriente en las formas de apropiación de los usuarios?, ¿cómo son las condiciones de accesibilidad y movilidad para los usuarios del parque?, ¿el parque lineal Periférico Oriente como espacio público es funcional para todas y todos los usuarios?

El objetivo es analizar las prácticas deportivas y de ocio que se presentan en el parque lineal Periférico Oriente a partir de su renovación, así como la infraestructura del lugar para conocer si responde a las necesidades de la población o no y para ser un espacio de recreación, encuentro e integración social.

Para ello, se utilizó el método etnográfico de observación directa, la cual permitió indagar en los distintos usos y formas de apropiación que los diferentes usuarios hacen del parque; así mismo, se realizaron encuestas a las y los usuarios y entrevistas semiestructuradas a instructores de las prácticas deportivas. En ambos instrumentos se abordaron los siguientes rubros: datos generales, seguridad, equipamiento y mantenimiento del parque, los usos, prácticas deportivas y de ocio, y sobre lo que representa el parque.

El artículo está dividido de la siguiente manera: en primer lugar, el marco teórico con la revisión de los conceptos espacio público, parques lineales, prácticas deportivas y ocio; en segundo lugar, se mencionan las técnicas utilizadas para la recolección de la información; en tercer lugar, se plasman los resultados, los elementos cualitativos y cuantitativos obtenidos de las distintas encuestas y entrevistas sobre las distintas prácticas que se realizan en el parque lineal y las características de ese espacio; y finalmente se señalan algunas reflexiones sobre las formas de apropiación

1 El programa inició en 2019 y plantea la recuperación de 16 parques en la CDMX. El programa promete ser incluyente, accesible e igualitario. Para saber más sobre los otros parques, ver Secretaría de Obras y Servicios (2019).

2 Según datos del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), en 2015 la pobreza en la Alcaldía de Iztapalapa se situaba en un 35% y ocupaba el cuarto lugar a nivel estatal.

3 Utopías es un programa de la alcaldía de Iztapalapa que brinda actividades recreativas, educativas y ecológicas relacionadas con la ciencia, la cultura y la creatividad digital, y tiene como objetivo la transformación social con impactos sociales y urbanos. Este proyecto fue impulsado desde 2018 por la alcaldesa Clara Brugada y se contemplaba la construcción de 15 espacios. Para más información, ver Alcaldía de Iztapalapa (2021).

del parque, los retos que presenta el lugar y la importancia del espacio público para la población.

Parques lineales: una forma de re-construir espacios públicos

El espacio público es un elemento importante en la ciudad, es donde se muestra gran parte de las problemáticas urbanas y sociales y es un escenario donde los ciudadanos ponen en práctica sus formas de vida. Asimismo, en él se manifiestan factores sociales como desigualdad, inseguridad, identidad, cohesión social, apropiación, manifestación, poder, conformación del tejido social y expresiones, y es el lugar por excelencia del encuentro entre los diferentes grupos sociales que conforman la ciudad y al mismo tiempo pueden ser espacios verdes para la ciudad. Por tal relevancia, diferentes grupos sociales luchan por mantener espacios públicos de ocio, recreación y sociabilización.

A partir de la década del 2000, el espacio público ha tomado gran relevancia para diferentes actores, en especial a causa de las políticas neoliberales que impulsan la mercantilización de las ciudades y la expansión de los centros comerciales, así como por la pérdida de estos espacios para la población que vive en las periferias, puesto que la mayoría están centralizados, lo cual ha provocado que esta no tenga espacios suficientes para la sociabilidad y la recreación. En la Ciudad de México ha sido tal su auge que en 2008 se creó la Autoridad del Espacio Público (AEP, 2016), la cual tenía la atribución de gestionar todos los proyectos en torno al espacio público de la ciudad, sin embargo, en su mayoría fueron proyectos de mercantilización del espacio y centralizados en zonas habitadas con población de mayor poder adquisitivo.

Ha sido tal la trascendencia del espacio público que la misma sociedad civil de la CDMX en sus demandas ha pugnado para que el espacio público tome un papel relevante en las políticas de la ciudad. Primero

se expuso en la Carta de la Ciudad de México por el Derecho a la Ciudad en 2011 (Gobierno del Distrito Federal, 2011) y posteriormente el espacio público es reconocido como un derecho en la Constitución Política de la Ciudad de México en 2017.

En este sentido, Borja y Muxi (2000) mencionan que el espacio público es un campo de convivencia y recreación donde los ciudadanos se expresan a través de la apropiación de sus espacios; no obstante, consideran que dicha apropiación y sociabilización depende de la funcionalización simbólica y material plasmada en dichos espacios. Es decir, el espacio público es una representación material y subjetiva de los diversos agentes que intervienen en su producción.

El espacio público, por tanto, tiene que fungir como integrador social, un lugar donde la población tenga un espacio recreativo, de ocio, deportivo, educativo y cultural, un ámbito donde todos los grupos sociales se expresen y se integren, el cual tiene que ser conformado por la sociedad. Por ello, para Lindón (2007) los espacios públicos funcionan como una plataforma para la creación de la identidad colectiva de una sociedad; por ejemplo, en un parque urbano los sujetos conforman su pertenencia a un grupo por adscripción o identificación, según sus gustos y prácticas sociales.

El espacio público, además de ser un lugar de encuentro y de intercambio de ideas, es un indicador de la vida urbana en la ciudad. De acuerdo con Jaramillo et al. (2008), el espacio público abarca diferentes dimensiones:

- Espacio físico funcional: ordena las relaciones entre los elementos construidos, las formas de movilidad y la permanencia de las personas.
- Espacio social: refiere a la cohesión, redistribución y construcción de identidades colectivas.
- Espacio cultural: se refiere a lo simbólico y significativo.

- Espacio político: refiere a la formación y expresión de voluntades colectivas, de representación de conflicto y acuerdo.

Los parques urbanos son un ejemplo de esta producción social del espacio público y en ellos se vislumbran las políticas públicas del Estado, si son equitativas y universales y si responden a las necesidades particulares de cada población. El parque urbano es una arena donde se plasman los intereses de los diferentes grupos sociales que componen la ciudad, donde se relacionan, se expresan, se recrean y crean vínculos, pero es necesario preguntarse si los parques urbanos poseen estas características en la Ciudad de México y si son pensados para toda la población de la ciudad. Los parques urbanos son interacciones y significaciones ligadas al contexto histórico, económico, social y espacial, por tanto, se debe cuestionar quiénes los producen, los utilizan y cómo se apropian de estos (Valdez et al., 2020).

La priorización de centros comerciales y la falta de terrenos para la creación de parques y otras áreas verdes⁴ en la ciudad propician que los parques lineales adquieran relevancia como impulsores de espacios públicos en lo urbano. Los parques lineales lucen como una solución para crear espacios recreativos y verdes, ya que se pueden construir en medio de grandes avenidas y la Ciudad de México tiene varias, entre las que se destacan Ignacio Zaragoza, Periférico y Circuito Interior.

Los parques lineales se desprenden de los parques urbanos y estos últimos se clasifican, de acuerdo con la empresa Marcopark (2021), en cinco tipos, según sus características y su accesibilidad:

1. Parque urbano público: el financiamiento, control y mantenimiento corre a cargo del Gobierno y es accesible a todos.

2. Parque urbano privado: el financiamiento, control y mantenimiento corre a cargo de las entidades privadas y no suele ser abierto a todo público.
3. Parque acuático: suelen ser parques de grandes extensiones físicas y su característica principal es que tiene atracciones en agua.
4. Parque lineal: son áreas verdes largas y estrechas que se ubican por lo general en medio de grandes avenidas. Es común ver senderos de ciclovías y peatonales.
5. Parques de bolsillo: suelen construirse en espacios abandonados o terrenos baldíos. Normalmente son pequeños y no tienen un estilo definido.

De acuerdo con el Colectivo Escala Urbana (2023), los parques lineales se asocian al término inglés *greenway*, que traducido al español sería “avenida verde”. Por lo tanto, los parques lineales son definidos como un pedazo estrecho de tierra donde existe vegetación y son de uso público, además de que se ubican por lo general en medio de grandes avenidas. Estos parques urbanos presentan varias ventajas:

- Pueden ser construidos en medio de vías de comunicación principales y secundarias y con ello se aprovechan espacios residuales.
- Por medio de su construcción se recuperan espacios degradados, lo que permite rescatar la flora y aprovechar zonas verdes.
- A través de los parques lineales se interconectan colonias que están separadas por espacios degradados.

De esta forma, los parques lineales tienen la capacidad de unir barrios o colonias que antes estaban separadas, lo que genera la creación de vínculos, socialización, recreación, comunidad y relaciones entre los distintos usuarios. Son espacios de movilidad, ya que es común que haya una ruta de ciclista, y son generadores de áreas verdes.

⁴ De acuerdo con Téllez y Castro (2020), la CDMX cuenta con solo 1,3034 m² de parques por persona, por lo que son insuficientes para dar servicio al total de la población.

Ocio y prácticas deportivas

Los parques son espacios donde se desarrollan múltiples actividades sociales, culturales, educativas y sobre todo deportivas. El deporte se ha practicado desde tiempos antiguos, ha sido parte de la educación porque en gran parte de las escuelas del mundo se enseñan prácticas deportivas y gracias a la especialización en algún deporte, en algunos casos, se logra obtener becas universitarias.

Las prácticas deportivas son parte importante del desarrollo físico de las personas, pero también tienen otros beneficios. De acuerdo con Gutiérrez (2004), repercuten en las funciones psicológicas (emocionales) y sociales (relacionales) de los individuos; además benefician cuatro áreas psicológicas que son: mejor estado de ánimo, reducción del estrés, autoconcepto más positivo y eleva la calidad de vida. En este mismo sentido, Ramírez et al. (2004) coinciden en que la práctica deportiva protege a las personas del estrés (laboral, familiar, académico) y la ansiedad. Es tal la relevancia de la realización de prácticas deportivas para todas las personas que resulta imprescindible contar con espacios para ello.

El ocio se puede comprender desde diferentes acepciones: como un espacio de tiempo para realizar una función específica (descansar o divertirse), como actividad, como espacio para la libertad o como una experiencia personal basada en el interés de cada uno, sin otro objetivo (Aguilar, 2013). Varios autores relacionan el ocio con el tiempo libre y como contraparte del tiempo ocupado en el trabajo, sin embargo, se cuestiona que va más allá de esta visión. Por su parte, Dumazedier (1971) lo define como un conjunto de ocupaciones a las que los individuos se entregan voluntariamente para divertirse, descansar, desarrollar información o formación o para participación social, esto tras liberarse de sus obligaciones profesionales, sociales y familiares.

Para Aguilar (2013, p. 1104), el ocio pensado como actividad se concibe como aquellas acciones que se realizan de forma consciente e intencionada para ocupar el tiempo libre. Estas pueden ser intelectuales, culturales, artísticas, deportivas, recreativas, contemplativas, o simplemente no hacer nada. Finalmente, el ocio está estrechamente relacionado con el bienestar ya que, según Pascucci (2012, p. 50), se asocia “al placer, la satisfacción, la felicidad, la libertad, la autonomía, el autotelismo o la motivación intrínseca”, por lo cual puede contribuir a la salud y satisfacción de los individuos y por tanto mejora la calidad de vida.

Cabe destacar que el ocio ha sido también suprimido por el sistema capitalista de dos formas: la primera, en relación al trabajo, pues con los extendidos horarios laborales y la pérdida de tiempo en los traslados queda muy poco tiempo de ocio; la segunda se debe al surgimiento de una industria del ocio y un ejemplo es la proliferación de los centros comerciales que invitan a inclinarnos por los espacios privados y a pagar por la recreación, así como a dejar de lado las prácticas y los lugares públicos y la contemplación.

Por lo anterior, es necesario que el Gobierno mexicano cumpla con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que en su artículo 24 menciona que “toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas” (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 1948), así como con el artículo 13, inciso f de la Constitución Política de la CDMX, el cual sostiene que todas las personas tienen derecho a tener tiempo libre, para la convivencia, el esparcimiento, el cuidado personal, el descanso, el disfrute del ocio y a una duración razonable de las jornadas de trabajo. Es indispensable que el Estado impulse la creación y regeneración de espacios públicos como parques, áreas deportivas, plazas y centros comunitarios, entre otros, con el fin de que las personas cuenten con lugares para desarrollar sus prácticas recreativas y de ocio.

Área de estudio: el parque lineal Periférico Oriente

El parque lineal Periférico Oriente se encuentra ubicado en la Alcaldía de Iztapalapa y tiene una extensión de 4,1 hectáreas que van del Eje 6 Sur Luis Méndez hasta el Eje 8 Ermita Iztapalapa. Iztapalapa es la alcaldía más poblada de la ciudad, con 1.835.486 habitantes. De acuerdo con datos del

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval, 2015; 2020), la Alcaldía de Iztapalapa presenta un grado de rezago social muy bajo, donde el 35% de su población presenta pobreza moderada y el 1,7% pobreza extrema. Asimismo, se registran 168 asentamientos irregulares, 96 en suelo de conservación y 72 en suelo urbano. En la Figura 1 se aprecia la localización del parque y las colonias circundantes.

Parque lineal Periférico Oriente

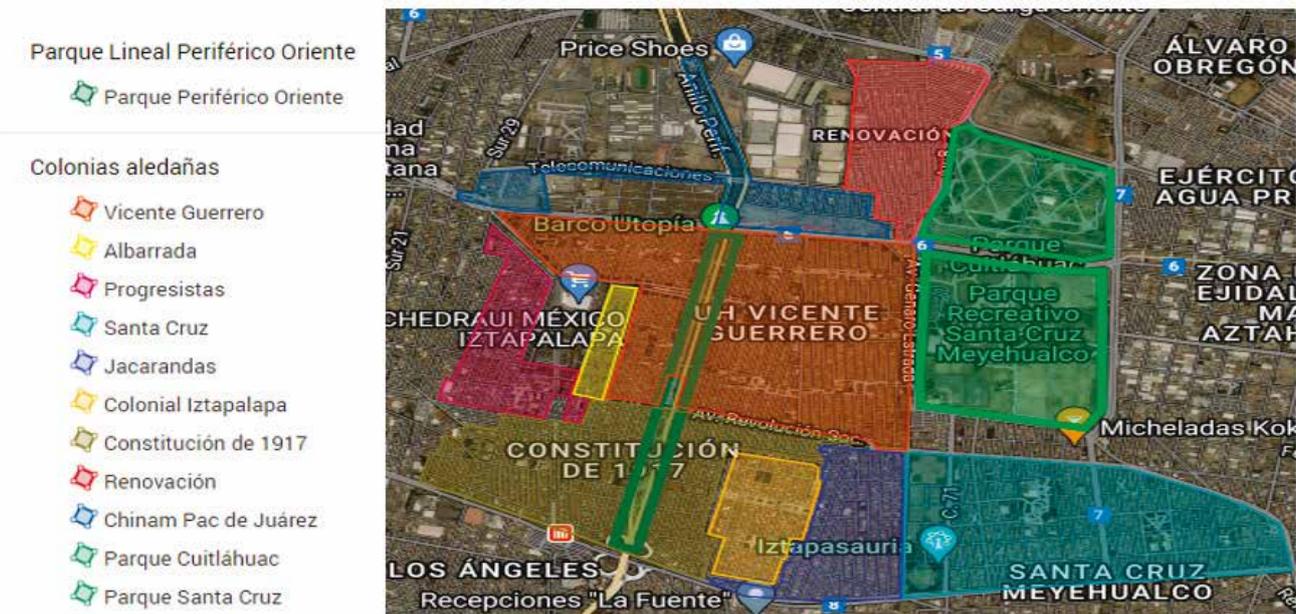


FIGURA 1. Colonias circundantes al parque lineal Periférico Oriente

FUENTE: elaboración propia con base en Google Maps (2023).

Se decidió analizar las prácticas recreativas y de ocio del parque lineal Periférico Oriente en Iztapalapa por las siguientes razones:

- El parque se localiza en una alcaldía periférica, con grandes rezagos sociales y con el mayor número de habitantes de la ciudad. La alcaldía cuenta con 5,4 m² de áreas verdes por habitante, de acuerdo con el Inventario de Áreas Verdes de la Secretaría de Medio Ambiente (Sedema) de 2017; no obstante, la OMS recomienda entre 12 y 15 m².
- La Unidad Habitacional Vicente Guerrero, que es la más cercana al parque Periférico Oriente, tiene fama de ser una zona conflictiva y con alto índice delictivo.
- En Iztapalapa, el espacio urbano se ha venido transformando con el Gobierno de Clara Brugada (2018-2023). Con los programas Utopías y Sembrando Parques se busca que los jóvenes estén insertos en actividades deportivas, culturales y educativas que les ayuden a tener una mejor calidad de vida y alejarlos de las adicciones.

- El parque tiene características y funciones distintas a las normales, al estar en medio de una avenida muy transitada como Periférico, por lo cual es importante saber si este tipo de parques son atractivos y funcionales para los usuarios.

La renovación del parque lineal Periférico Oriente se propone en 2018 como parte de la política urbana del Programa Sembrando Parques e inician obras en 2019. Las modificaciones que se realizaron en el espacio son las siguientes: construcción de una ciclo vía y una trotapista, recuperación de áreas verdes, implementación de red de riego, rehabilitación de andadores, áreas de juegos infantiles, fútbol y basquetbol, creación de un cruce seguro, rehabilitación de esculturas, zonas de estar, un parque para perros y las instalaciones de un proyecto Pilares⁵ y del Barco de Utopías.

En la Figura 2 se observa el antes y el después de la remodelación del parque Periférico Oriente. El cambio es radical a simple vista, se observa un ordenamiento en el paisaje, más árboles y áreas verdes, así como la infraestructura de las canchas de fútbol, basquetbol, la trotapista y los aparatos de calistenia. Todo en conjunto hace que el parque sea un atractivo, en primera instancia por la belleza en su paisaje y después por la diversa infraestructura con la que cuenta.

El parque lineal Periférico Oriente juega un papel importante como lugar de ocio, recreación y encuentro entre los distintos grupos sociales, donde se desarrollan prácticas deportivas y sociales, pero también culturales y educativas, y todo en conjunto forma un espacio más integral que beneficia a los usuarios y vecinos.



FIGURA 2. Parque Periférico Oriente antes y después de su remodelación

FUENTE: Google Maps, 2019 (izq.) y 2022 (der.).

5 El programa de Puntos de Innovación, Libertad, Arte, Educación y Saberes (Pilares) inició en 2018. Es un programa del Gobierno de la CDMX encabezado por el movimiento social Cuarta Transformación (4T) que busca fortalecer el tejido social en las comunidades más vulnerables a través de la oferta de actividades recreativas, artísticas y educativas. Para más detalle, ver Gobierno de la Ciudad de México (2023).

Metodología

Para la presente investigación se utilizó el método etnográfico en relación con la observación directa, de acuerdo con Jociles (2018), la cual permitió indagar en los distintos usos y formas de apropiación que los diferentes usuarios hacen del parque a partir de su renovación para conocer la composición del lugar, identificar los horarios en que se presenta mayor uso del parque, quiénes asisten (niños, jóvenes, adultos, mujeres u hombres) y qué prácticas realizan, así como ver cómo es la seguridad y mantenimiento en el parque.

Se realizaron encuestas a los usuarios y entrevistas semiestructuradas a los profesores de las prácticas deportivas. En ambos instrumentos se abordaron los siguientes rubros: datos generales, seguridad, equipamiento y mantenimiento del parque, los usos, prácticas deportivas y de ocio, y lo que representa el parque. Para realizar las entrevistas se contactó primero por medio de redes sociales (Facebook) a instructores de las prácticas deportivas. Gracias a este primer contacto se utilizó la técnica bola de nieve, lo cual ayudó a ubicar a otros instructores en el parque y esto a su vez abrió un mayor panorama a la investigación. En total se realizaron nueve entrevistas semiestructuradas, cin-

co con profesores particulares y cuatro con profesores del programa Ponte Pila, y finalmente se realizó una encuesta a 57 personas con un rango de edad de entre los 7 a los 78 años.

También se realizaron entrevistas a tres personas que son parte de un grupo de ciudadanos que formaron un frente para exigir a las autoridades locales y estatales que se respetara su espacio de prácticas deportivas (calistenia), y gracias a esto se incluye la mirada de los usuarios sobre la participación de la ciudadanía en la recuperación de espacios públicos, el papel de las autoridades en este proceso y los cambios que representa la rehabilitación del parque para estos usuarios.

Resultados

Para la encuesta se diseñaron preguntas cuya finalidad era saber los datos generales de los usuarios, principalmente sexo y edad; si antes de la remodelación utilizaban el parque; si estaban satisfechos con la infraestructura; y se emplearon dos preguntas con escalas de valoración para saber la percepción en cuanto a seguridad y mantenimiento del parque. A continuación, se muestran en la Tabla 1 algunos de los resultados obtenidos en porcentajes.

TABLA 1. Resultados en porcentajes de la encuesta a los usuarios del parque			
1. Uso del parque por sexo (%)		2. Antes de la remodelación, ¿utilizabas el parque? (%)	
Hombres	43,85	No	75,44
Mujeres	56,15	Sí	24,56
3. El parque cuenta con la infraestructura que necesitas (%)		4. En una escala del 1 al 10, ¿qué tan seguro te sientes dentro del parque? (promedio)	
No	17,54	Promedio	8,75
Sí	82,46	Hombres	8,76
		Mujeres	8,75
En una escala del 1 al 10, ¿cómo consideras el mantenimiento del parque?			
	Promedio		9,18
	Hombres		8,96
	Mujeres		9,34

FUENTE: elaboración propia con base en encuesta realizada (2022).

Como se vislumbra en la Tabla 1, hay un mayor uso del parque por parte de las mujeres. En el trabajo de campo se aprecia que esto se debe, entre otras cosas, al rol que toma la mujer como cuidadora, puesto que son ellas quienes llevan a los niños a los juegos y a diversas actividades deportivas y recreativas; asimismo, hay más profesoras y entrenadoras que imparten clases respecto al número de hombres. Se destaca que los domingos predomina el sexo masculino debido a que llegan a jugar a las canchas de fútbol y posteriormente se ponen a tomar. Estos hallazgos son interesantes porque se sigue distinguiendo la reproducción de prácticas patriarcales en los espacios públicos de la ciudad.

Para la pregunta 2, respecto a si se utilizaba antes el parque, es notorio que a raíz de la remodelación existe mayor uso del parque por parte de la población y esto se debe a factores como una mayor infraestructura y la oferta de diversas actividades deportivas, educativas y culturales, por ejemplo, acondicionamiento físico, zumba, pilates, yoga y masajes, clases de guitarra, canto o eventos musicales y cine; el mantenimiento del lugar, pues al tener áreas verdes y limpias atrae a más usuarios; y la seguridad, ya que varias personas encuestadas, sobre todo las

mujeres, mencionaron que tener luminarias y policías haciendo rondines les brinda una percepción de seguridad.

Con relación a la satisfacción de los usuarios con la infraestructura del parque, la mayoría menciona que sí está satisfecha. Finalmente, referente al tema de seguridad se obtuvo una valoración de 8,75 y respecto al mantenimiento un 9,18 en una escala sobre 10. Estas valoraciones resultan importantes, ya que tener una percepción favorable de seguridad y mantenimiento hace que la población haga un mayor uso del lugar.

Deporte y ocio en el parque lineal Periférico Oriente

Se identificó que en el parque lineal Periférico Oriente se materializa una serie de prácticas deportivas, sociales y en algunos casos educativas y culturales que se detallan en los siguientes párrafos. Las distintas prácticas que se realizan en el parque son determinadas por la edad, el horario, el entorno del individuo, el género y el papel del Estado en la dotación de servicios sociales y deportivos. Es así como en las mañanas tenemos las prácticas que se detallan en la Tabla 2.

TABLA 2. Prácticas deportivas en el parque Periférico Oriente en las mañanas

Prácticas	Imparten			Género		Edad			
	Ponte Pila	Particulares	Alcaldía de Iztapalapa	Hombre	Mujer	5-20	20-35	35-50	50 o más
Acondicionamiento físico		✓		✓	✓		✓	✓	
Atletismo	✓				✓		✓	✓	
<i>Belly dance</i>		✓			✓		✓	✓	
Calistenia		✓		✓	✓		✓		
Frontón		✓		✓			✓	✓	✓
Yoga	✓	✓			✓		✓		
Zumba	✓		✓		✓			✓	✓

FUENTE: elaboración propia con base en encuesta realizada (2022).

Como se aprecia en la Tabla 2, las distintas prácticas que realizan los usuarios en las mañanas son deportivas en su mayoría y tienen como particularidad lo siguiente:

- Hay actividades donde predomina un solo género, como es el caso de las mujeres en *belly dance*, yoga y zumba; en el caso de los hombres, el frontón es una actividad que solamente ellos practican.
- En este horario predominan adultos y personas de la tercera edad y hay una ausencia de menores de 18 años, lo cual se explica por la asistencia a clases durante esas horas. En la mañana es cuando más adultos mayores se visualizan en el parque y varios de ellos realizan actividades recreativas o de ocio por

su cuenta, como caminata, paseo de perros y convivencia con compañeros.

- La mitad de las actividades son realizadas por programas sociales como Ponte Pila⁶ y otros de la Alcaldía de Iztapalapa y la otra mitad son impartidas por particulares. Esto nos habla de una apropiación del espacio por parte de instructores particulares.
- Las actividades impartidas por Ponte Pila y la alcaldía tienen pocos alumnos en comparación con las clases de particulares. Los usuarios mencionan que las clases impulsadas por el Gobierno sufren de cambios de maestro y horario, lo cual hace difícil su práctica de manera rutinaria.

TABLA 3. Prácticas deportivas en el parque Periférico Oriente en las tardes

Prácticas	Imparten			Género		Edad			
	Ponte Pila	Particulares	Alcaldía	Hombre	Mujer	5-20	20-35	35-50	50 o más
Acondicionamiento físico		✓		✓	✓	✓	✓	✓	
Basquetbol	✓		✓	✓	✓	✓			
Calistenia		✓		✓	✓	✓	✓		
Clases de baile		✓		✓	✓	✓	✓	✓	
Danza aérea	✓				✓	✓			
Defensa personal		✓		✓	✓	✓	✓		
Futbol	✓			✓		✓			
Frontón		✓		✓		✓	✓	✓	
Patinaje		✓		✓	✓	✓			
Yoga	✓	✓	✓		✓		✓		
Zumba	✓	✓			✓		✓	✓	

FUENTE: elaboración propia con base en encuesta realizada (2022).

6 El programa se encarga de promover actividades físicas, deportivas y recreativas para niñas y niños, mujeres, jóvenes, personas con discapacidad y adultos mayores. Utiliza espacios públicos e instalaciones deportivas existentes en la CDMX y está a cargo del Instituto de Deporte de la Ciudad de México (2023).

Por otra parte, tal como se observa en la Tabla 3, en las tardes hay mayor cantidad de prácticas deportivas y las características de estas actividades son las siguientes:

- Hay mayor oferta de actividades, tanto las promovidas por el programa Ponte Pila y la alcaldía como por maestros particulares.
- Al tener más actividades en el parque, los usuarios también aumentan y esto ocasiona disputas por el espacio. Es muy habitual que el que llegue primero se quede con el lugar, por lo que se observa la impartición de dos actividades en un espacio muy pequeño.

- Entre los usuarios se visualiza una mayor cantidad de infantes, jóvenes y adultos; los adultos mayores son pocos.
- Hay actividades en las que sigue predominando un solo sexo; por ejemplo, el caso de las mujeres en actividades como danza aérea, yoga o zumba y en cuanto a los hombres sigue siendo el frontón.
- En este horario se manifiesta un comercio informal por parte de los vecinos en donde se ofrecen diversos productos, desde venta de refrescos y papas hasta la oferta de productos para mascotas o pulseras.

TABLA 4. Prácticas deportivas en el parque Periférico Oriente en las noches

Prácticas	Imparten			Género		Edad			
	Ponte Pila	Particulares	Alcaldía	Hombre	Mujer	5-20	20-35	35-50	50 o más
Clases de baile		✓		✓	✓	✓	✓	✓	
Calistenia		✓		✓	✓		✓		
Frontón		✓		✓			✓	✓	
Hiphop o <i>freestyle</i>		✓		✓		✓			
Yoga		✓		✓	✓		✓		

FUENTE: elaboración propia con base en encuesta realizada (2022).

Finalmente, como se muestra en la Tabla 4, existe una menor cantidad de actividades deportivas en la noche y se destaca lo siguiente sobre estas:

- A pesar de que hay menos actividades deportivas que se practican en compañía de un instructor, se presenta un número considerable de usuarios que practican por su cuenta bicicleta, fútbol, basquetbol, acondicionamiento físico y *running* o caminatas.
- La actividad con mayor número de usuarios es la clase de baile, la cual alberga entre 20 y 30 personas de diferentes edades.
- La mayoría de los usuarios en este horario es gente adulta y jóvenes, durante estas horas es muy difícil ver infantes.

- También en este horario están las prácticas de frontón con predominio de hombres; esta actividad se presenta todo el día hasta altas horas de la noche (12:00 o 1:00 a. m.). Se destaca que algunos usuarios del parque perciben las canchas de frontón como un área insegura, ya que según su consideración la mayoría de las personas que utiliza ese espacio son gente que se dedica a delinquir y drogarse.
- En general, se visualiza cómo los usuarios se apropian del espacio con la venta de productos y la enseñanza y práctica de actividades deportivas, culturales y recreativas. Resultó peculiar en este horario un grupo de jóvenes que practican el hiphop, llegan con su bocina o celular y empiezan a rapear.

En el parque existen distintas actividades que practican tanto hombres como mujeres y otras que exclusivamente realiza uno de estos dos grupos, esto depende de

los gustos, el horario, edad, género y estatus económico. Entre las actividades que practican los distintos sexos⁷, según rangos de edad, están las siguientes (Tablas 5 y 6).

TABLA 5. Actividades de las mujeres en el parque por rango de edad

Edad	Actividad
6-20	Clases de patinaje, caminata, basquetbol, danza aérea, clases de baile, paseo en bicicleta.
20-40	Clases de baile, yoga, caminata, paseo en bicicleta, calistenia, defensa personal, acondicionamiento físico, pasear al perro, llevar a los niños a los juegos infantiles.
40-60	Caminata, zumba, acondicionamiento físico, clases de baile, gimnasia reductiva, pasear al perro, llevar a los niños a los juegos infantiles.
Más de 60	Caminata, yoga, pasear al perro, llevar a los nietos a los juegos infantiles.

FUENTE: elaboración propia con base en encuesta realizada (2022).

TABLA 6. Actividades de los hombres en el parque por rango de edad

Edad	Actividad
6-20	Clase de patinaje, basquetbol, futbol, frontón, clases de baile, paseo en bicicleta, pasear al perro, calistenia, hiphop o <i>freestyle</i> .
20-40	Futbol, frontón, basquetbol, pasear en bicicleta, pasear al perro, acondicionamiento físico, defensa personal, calistenia, llevar a los niños a los juegos infantiles.
40-60	Frontón, futbol, calistenia, pasear al perro, paseo en bicicleta, atletismo, caminata.
Más de 60	Caminata, frontón, pasear al perro, llevar a los nietos a los juegos infantiles.

FUENTE: elaboración propia con base en encuesta realizada (2022).

Como se plasma en las Tablas 5 y 6, las actividades de hombres y mujeres presentan muchas similitudes y, al mismo tiempo, diferencias. Entre las actividades que practican ambos sexos se encuentran: las clases de patinaje, de baile, bicicleta, paseo con perros y acondicionamiento físico, entre otras. Hay actividades donde predominan los hombres, como futbol y calistenia (barras); aquí las mujeres son muy pocas, si acaso una o dos. En la actividad de basquetbol las mujeres son un poco más y llegan a representar el 30% de los practicantes. Hay actividades como danza aérea, zumba y gimnasia reductiva donde solo se visualiza a mujeres; por su parte, el frontón y el hiphop son realizados solo por hombres. Esta diferencia nos indica la permanencia de los estereotipos en las prác-

ticas deportivas y su materialización en espacios públicos como los parques.

Es importante remarcar que la infraestructura del parque es muy masculinizada, ya que hay un predominio de canchas de futbol, basquetbol, frontón y calistenia, prácticas que históricamente han sido dirigidas a varones, y esto se reproduce en todos los parques de la CDMX. Se considera necesaria la implementación de proyectos que reviertan esos estereotipos en las actividades deportivas y de ocio, y que impulsen la inclusión de otros géneros en actividades donde predominan los hombres; asimismo, en los parques urbanos se debe privilegiar infraestructura dirigida hacia las mujeres, esto se lograría escuchan-

7 Es importante aclarar que en la encuesta se les preguntó su sexo seguido de una respuesta abierta y los resultados dieron solo mujer y hombre. Nadie señaló otro género, quizá por lo sesgada que resulta la pregunta.

do y tomando en cuenta sus sugerencias a la hora de formular y construir o rehabilitar un parque.

En las distintas visitas al parque se observaron los diferentes roles que juegan tanto los hombres como las mujeres. En el caso de las mujeres el rol sumamente establecido de cuidadoras de hogar se deja notar claramente, ya que se aprecia que en su mayoría son las mujeres las que llevan a los niños a pasear o a realizar una actividad deportiva, de ocio o cultural, y es común ver en el parque a las mamás sentadas en bancas o en el pasto mirando a sus hijos hacer su actividad. Se ve también de forma habitual a las mujeres pasear con adultos mayores. Estos dos ejemplos hablan del rol que siguen teniendo las mujeres como cuidadoras del hogar, que se plasma en el espacio público y en las actividades recreativas y de ocio de la población. En el caso de los hombres hay un prototipo muy establecido con la práctica de fútbol los domingos y verlos después de los partidos bebiendo cerveza, y lo mismo sucede con el frontón.

Representaciones del parque lineal Periférico Oriente a través de las diversas voces

La renovación del parque Periférico Oriente ha transformado el espacio en todos los sentidos. De acuerdo con la encuesta que se realizó, más del 80% de los usuarios están satisfechos con el equipamiento, así como con la seguridad y el mantenimiento, lo que se refleja en la gran afluencia que tiene el parque. Esto conlleva que en ese espacio se presenten múltiples representaciones y formas de apropiación materializadas a través de las diversas prácticas de recreación y ocio, cada una con diferentes significa-

dos y simbolismos. Esto depende de la edad, el género, la condición social y la condición física de los usuarios, entre otros elementos, como se puede ver en la Figura 3. Los significados más destacados del parque son:

- Lugar para convivir con familiares y amigos.
- Espacio para jugar y divertirse.
- Lugar de paz.
- Espacio para alejarse del estrés de la vida diaria.
- Espacio para realizar deporte.
- Espacio de conocimiento y aprendizaje.
- Espacio de valor económico al utilizarlo como medio para obtener un ingreso, por ejemplo, para los instructores particulares y los vendedores ambulantes.

Las diversas formas de representación del parque y las prácticas de ocio, recreación y deporte que se han generado están estrechamente relacionadas con la infraestructura. Por ejemplo, en la CDMX las mujeres se enfrentan a constantes y diversas problemáticas de violencia, acoso e inseguridad. Dichas problemáticas se han visto materializadas en los parques públicos. De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública⁸, para 2022 la percepción de inseguridad en los parques urbanos por parte de las mujeres era del 59,8%, lo cual conlleva la no convivencia y la negación a practicar algún deporte en los parques por el miedo que provoca la inseguridad, y esto afecta la cohesión social de los lugares y de la ciudad en su conjunto.

8 Con información de la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) 2022 (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2022).

Representación del parque Periférico Oriente según narrativas de los usuarios

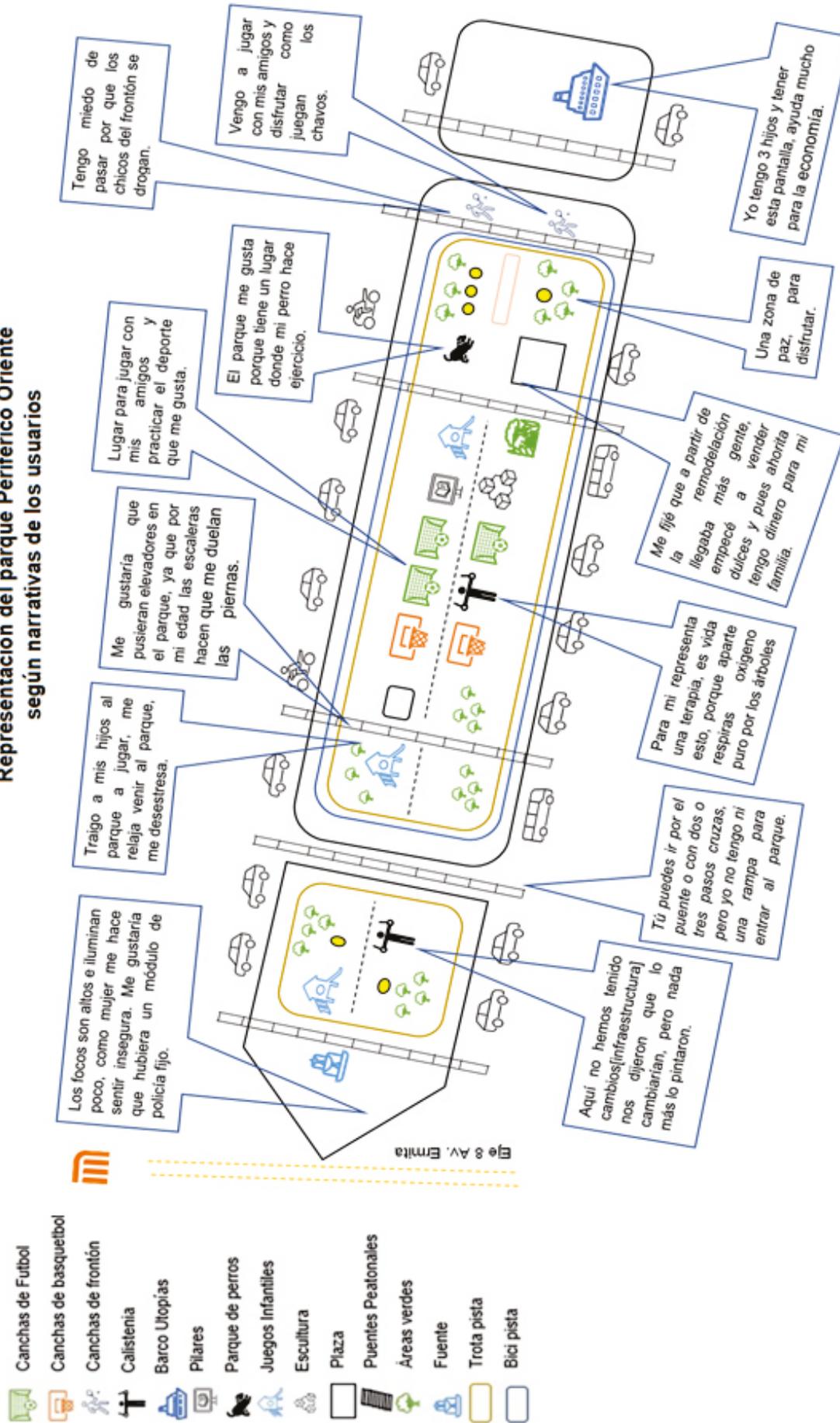


FIGURA 3. Representaciones de las narrativas de los usuarios del parque

FUENTE: elaboración propia con base en encuesta realizada (2022).

No obstante, en el parque lineal Periférico Oriente se observó que hay una gran afluencia de mujeres de distintas edades que a partir de la renovación del parque hacen un mayor uso de las instalaciones, como dice el testimonio de Irene⁹: “Yo empecé a usar el parque hace 6 meses a partir de su inauguración, vengo a practicar el ejercicio de calistenia. El parque tiene un mejor equipamiento y hay muchas actividades, antes de su remodelación no venía porque asaltaban en el puente y había chavos aquí que se drogaban, era muy inseguro”. Como se aprecia en el testimonio de Irene y de otras usuarias, la renovación y las nuevas instalaciones fueron un detonante para que ellas se apropien del parque y realicen actividades recreativas y de ocio.

Acorde al tema de la seguridad que permea actualmente el parque, la entrevistada mencionó lo siguiente:

En el parque hay partes que son seguras y otras no, en la parte de Eje 8 (Av. Ermita Iztapalapa) no hay iluminación, así como enfrente del Mercado de Constitución hay focos que son muy altos y como hay muchos arboles iluminan poco, y como mujer te hace sentir insegura; aunque pasan los policías a hacer rondines, me gustaría que estuviera un módulo de policía fijo.

Esto refleja que tener un parque con seguridad y buena iluminación hace que las personas, principalmente las mujeres, se sientan un poco más seguras y hagan uso de este para practicar algún deporte u otra actividad o simplemente estar ahí.

Por otro lado, un punto importante del parque es que al tener juegos infantiles las mamás llevan a sus hijos a jugar, distraerse y también ellas pueden relajarse de sus actividades diarias. Es decir, encuentran en el parque un espacio para el ocio, como menciona una usuaria: “Yo traigo a mis hijos al parque a que vengan a jugar, es un lugar seguro para los niños y, pues, para mí también, yo vengo y me siento, a veces

platico con otras mamás, camino, esto me relaja de mis rutinas diarias”¹⁰.

En general, hay bastantes mujeres que hacen uso del parque lineal Periférico Oriente. Se visualiza a varias adolescentes que están en el parque para realizar alguna actividad deportiva, hay otras chicas que salen con su pareja o amigos a distraerse, y jóvenes del Bachilleres que lo utilizan como un lugar de recreación o convivencia. Por ejemplo, para Elizabeth¹¹, joven de 17 años y residente de la unidad Vicente Guerrero que practica basquetbol y futbol, el parque representa “un lugar donde se pueden crear experiencias con la gente que nos importa”.

Lo que se confirma es que las mujeres jóvenes, al ver un mayor número de usuarios en el parque, sienten una sensación o percepción de seguridad, como menciona Catherine¹², de 14 años: “Siento yo que ningún lugar es 100% seguro, pero aquí ya hay más gente a altas horas de la noche que antes y esto me genera más confianza y seguridad”. El parque ha representado para las mujeres un espacio donde pueden realizar distintas actividades de convivencia, esparcimiento o artísticas. Para ello un punto elemental es la seguridad que perciben, que, aunque no es la ideal y necesita modificaciones, hace que las mujeres se sientan seguras para realizar sus distintas prácticas y apropiaciones.

Por su lado, el número de personas de la tercera edad que utiliza el parque es importante, por lo cual es obligación de los distintos niveles de Gobierno proporcionar servicios e infraestructura acorde con las necesidades de este sector. Las áreas de ocio, sociabilización y recreación son un punto importante para esta población y los parques urbanos les ofrecen estos beneficios. Así, para Leticia¹³, de 62 años, el parque

9 Entrevista a Irene, realizada por Jonni Méndez Atempa, Iztapalapa, CDMX, 13 de abril de 2022.

10 Entrevista a madre de familia, realizada por Jonni Méndez Atempa, Iztapalapa, CDMX, 18 de mayo de 2022.

11 Entrevista a Elizabeth, realizada por Jonni Méndez Atempa, Iztapalapa, CDMX, 25 de mayo de 2022.

12 Entrevista a Catherine, realizada por Jonni Méndez Atempa, Iztapalapa, CDMX, 8 de junio de 2022.

13 Entrevista a Leticia, realizada por Jonni Méndez Atempa, Iztapalapa, CDMX, 8 de junio de 2022.

es “un lugar de relajación y fuga mental, donde puedo venir a caminar y platicar con vecinos y amigos”, mientras que para Mario¹⁴, de 62 años, el parque significa “un lugar para seguir practicando mi actividad física (frontón) y estar con mis amigos”.

Como se muestra, para estos adultos mayores el parque puede ser un lugar de recreación, encuentro social, juego, ocio o práctica deportiva, pero ¿el parque lineal Periférico Oriente está adaptado con accesos y equipamiento adecuados para las personas mayores y personas con discapacidad? Según lo observado en las visitas de campo y las entrevistas, al parque le faltan accesos para estos sectores, ya que solo se puede llegar por los puentes peatonales porque está en una vía rápida.

Para Gabriel¹⁵, el parque tiene diferentes significados: por un lado, es un espacio de recreación donde practica la calistenia, y, por otro lado, representa un lugar de trabajo donde obtiene dinero con la venta de algunos productos, pero también es un espacio que lo excluye por la falta de infraestructura para personas con discapacidad. Esto provoca que no se sienta socialmente incluido y plantea lo siguiente: “Somos muchos los discapacitados independientes, vamos y venimos solos, pero los accesos son los que nos joden, solo ve, ni un solo acceso para una silla, y dices ¡qué onda, cabrón, nosotros ya no contamos para esta sociedad! Necesitamos una rampa o una luz de pánico para poder pasar”.

Así, el parque lineal Periférico Oriente ha cumplido con el objetivo de ser un espacio de ocio, recreación y convivencia para la población de la zona. No obstante, es necesario que cuente con infraestructura para las personas con discapacidad y de la tercera edad, y con mayor seguridad, ya que solamente así se puede generar un acceso universal de derecho al ocio y recreación para toda la población que compone la ciudad.

14 Entrevista a Mario, realizada por Jonni Méndez Atempa, Iztapalapa, CDMX, 18 de mayo de 2022.

15 Entrevista a Gabriel, realizada por Jonni Méndez Atempa, Iztapalapa, CDMX, 18 de mayo de 2022.

Reflexiones finales

El Programa Sembrando Parques representa una política pública que busca cerrar las brechas de desigualdad respecto a los parques urbanos en la ciudad al dotar a la población de la periferia de espacios públicos para el ocio, la convivencia y para realizar prácticas deportivas, culturales o artísticas. Para Iztapalapa, que tiene la mayor población de la ciudad, es indispensable la creación y remodelación de las áreas verdes y de espacios recreativos, públicos, incluyentes e integrales.

Los parques urbanos como el Periférico Oriente resultan ser importantes en la conformación de la ciudad, ya que es en estos espacios donde se ejerce el derecho a la recreación y se crea una comunicación e interacción entre los diferentes grupos y organizaciones que componen la ciudad, y eso ayuda a darle un sentido de pertenencia.

Hay características del parque lineal Periférico Oriente que destacan e impulsan una diversidad de prácticas y la atracción de personas:

- **Localización:** su ubicación céntrica para varias colonias permite un radio de alcance mayor a nivel local.
- **Infraestructura y extensión:** la infraestructura y el mobiliario del parque hacen que sea llamativo visualmente y lo diversifica para la realización de prácticas deportivas y actividades artísticas y culturales. Su gran extensión abre la posibilidad de tener varias prácticas y reunir a un número significativo de usuarios.
- **Mantenimiento:** el parque siempre está limpio y funcional, lo que incentiva un mayor uso.
- **Social:** en el parque se materializan diversos tipos de actividades deportivas, recreativas, sociales, culturales y educativas impulsadas por los programas Pilares y Utopías, o bien por la apropiación de los mismos usuarios. Esto permite que sea un espacio público más integral.

- Seguridad: una percepción de seguridad positiva provoca que los grupos vulnerables (mujeres y niños) tengan la confianza para asistir al parque sin miedo a ser víctimas de un delito.

Conclusiones

El objetivo de la investigación era analizar las distintas prácticas deportivas y de ocio que realizan los usuarios del parque lineal Periférico Oriente y si el parque lineal funciona como integrador social y lugar de encuentro. Con base en lo señalado a lo largo del texto, se determina que la infraestructura, el mantenimiento y la seguridad del parque son importantes para que los usuarios se lo apropien y realicen todas las actividades de ocio, recreativas, deportivas y culturales mencionadas.

La remodelación del parque y la implementación de los programas Pilares, Utopías y Ponte Pila han coadyuvado en la creación de numerosas prácticas como patinaje, caminata, basquetbol, danza aérea, clases de baile, bicicleta, calistenia, defensa personal, fútbol, acondicionamiento físico, *running*, gimnasia reductiva, frontón, caminata con perros y cine, entre otras actividades de ocio. Todas estas prácticas son importantes para la población, tanto por sus beneficios en la salud como por su contribución social, recreativa y educativa. Es decir, el parque lineal Periférico Oriente se considera un espacio de encuentro cuyo fin no es mercantil, sino la producción de relaciones de socialización, deporte y ocio, lo que permite la cohesión social y la reproducción de la vida urbana. Es un espacio público que no responde a la privatización de la ciudad, sino a la búsqueda de lugares de acceso para toda la población, con múltiples beneficios.

A pesar de los beneficios que el parque lineal Periférico Oriente ha traído para los vecinos y usuarios de esta zona de Iztapalapa, hay elementos que los Gobiernos deben mejorar para que responda a las necesidades de toda la población, tanto para los distintos

géneros como para los diferentes rangos de edad y las personas con alguna discapacidad. Principalmente, la infraestructura del parque necesita ser incluyente con todos los grupos sociales (mobiliario especial, rampas, pasamanos, señalamientos adecuados en lenguaje braille, elevador) e impulsar actividades para adultos mayores, discapacitados, mujeres, niñas y niños.

Es indispensable crear acciones encaminadas a concientizar sobre el cuidado del parque e involucrar a los usuarios con su mantenimiento, ya que es muy común ver que tiran basura o no cuidan el mobiliario. Los instructores que proporcionan las instituciones, así como los horarios, deben ser fijos para la adecuada impartición de las actividades. Respecto a la seguridad, se sugiere mayor vigilancia e iluminación en las canchas de frontón y demás sitios inseguros. También es sumamente importante que en la formulación, diseño e implementación de los programas que impulsan los parques urbanos participen las personas que harán uso de estos, en este caso, los vecinos de las zonas aledañas. Fortalecer estas ausencias en el parque deberá ser una prioridad para mantener las diversas formas de apropiación del parque y el impacto positivo que hasta ahora ha tenido dicho espacio público.

En síntesis, las prácticas de ocio y deportivas en el parque lineal Periférico Oriente han propiciado relaciones interpersonales y grupales, asimismo, hay un desahogo de las tensiones de la vida de la ciudad y la rutina familiar. El proyecto es importante porque prioriza un interés social y comunitario por encima del económico (como en el caso de los centros comerciales), ayuda a tener una ciudad más igualitaria en cuestión de servicios y detona procesos de esparcimiento, convivencia y sociabilidad, un derecho para toda la población.

Por tanto, este tipo de proyectos con una visión más integral se deben impulsar y reproducir en toda la ciudad, en todos los espacios posibles, ya que históricamente las políticas públicas se han enfocado en la renovación de los espacios públicos del centro de la ciudad y útiles para la reproducción de capital, de-

jando de lado las zonas periféricas. No solo son necesarios los parques lineales, sino que es indispensable la producción de parques urbanos accesibles a toda persona, tanto social como materialmente.

Conflictos de interés. Los autores no tienen conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. Los autores no recibieron financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. *Jonni Mendez Atempa:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección). *María Guadalupe Avila Reyes:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Aguilar, L. (2013). Tiempo libre, ocio y recreación, pensamiento crítico en México. *Educación Física y Deporte*, 31(2), 1097-1106. <https://doi.org/10.17533/udea.efyd.14413>
- Alcaldía de Iztapalapa (2021). *¿Qué son las Utopías?* <https://www.culturaiztapalapa.com/cultura-en-utop%C3%ADas>
- Autoridad del Espacio Público (AEP) (2016). *Informe anual*. <https://ciudadsaludable.files.wordpress.com/2021/03/2016-aep-informe-de-actividades.pdf>
- Borja, J. & Muxi, Z. (2000). *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Electa. https://www.researchgate.net/profile/ZaidaMartinez/publication/31731154_El_espacio_publico_ciudad_y_ciudadania_J_Borja_Z_Muxi_prol_de_O_Bohigas/links/543fbcd0cf2be1758cf9779/El-espacio-publico-ciudad-y-ciudadania-J-Borja-Z-Muxi-prol-de-O-Bohigas.pdf
- Colectivo Escala Urbana (2023). *Parques lineales, elevados y vías verdes*. <https://colectivoeu.wixsite.com/colectivoeu/post/parques-lineales-elevados-y-v%C3%ADas-verdes>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) (2015). *Pobreza a nivel municipio 2015. Ciudad de México (D. F.)*. https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/DistritoFederal/Paginas/pobreza_municipal2015.aspx
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) (2020). *Índice de rezago social 2000-2020*. https://www.coneval.org.mx/Medicion/IRS/Paginas/Indice_de_Rezago_Social_2020_anexos.aspx
- Constitución Política de la Ciudad de México (2017). https://infocdmx.org.mx/documentospdf/constitucion_cdmx/Constitucion_%20Politica_CDMX.pdf
- Dumazedier, J. (1971). Realidades del ocio e ideologías. En J. Dumazedier et al., *Ocio y sociedad de clases* (pp. 9-45). Fontanella.
- Gobierno de la Ciudad de México (2023). *Programa Pilares CDMX*. <https://pilares.cdmx.gob.mx/>
- Gobierno del Distrito Federal (2011). *Carta de la Ciudad de México por el Derecho a la Ciudad*. https://hic-al.org/wp-content/uploads/2019/02/CARTA_CIUDAD_2011-muestra.pdf
- Gutiérrez, M. (2004). El valor del deporte en la educación integral del ser humano. *Revista de Educación*, 335, 105-126. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:1ea03671-4ead-42b8-8731-50d39893a0ef/re33510-pdf.pdf>
- Instituto de Deporte de la Ciudad de México (2023). *Ponte Pila*. <https://indeporte.cdmx.gob.mx/ponte-pila>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2022). Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) 2022. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/envipe/2022/doc/envipe2022_presentacion_nacional.pdf
- Jaramillo, P., Villamil, A., & Bañales, J. (2008). *Espacio público y derecho a la ciudad. La política del espacio público físico y la venta informal en Bogotá*. ONU-Habitat. <https://unhabitat.org/espacio-publico-y-derecho-a-la-ciudad-la-politica-de-espacio-publico-fisico-y-la-venta-informal-en>
- Jociles, M. (2018). La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales. *Revista Co-*

- lombiana de Antropología*, 54(1), 121-150. <https://doi.org/10.22380/2539472X.386>
- Lindón, A. (2007). La ciudad y la vida urbana a través de los imaginarios urbanos. *Revista EURE (Santiago)*, 33(99), 7-16. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612007000200002>
- Marcopark (2021). *Parques urbanos: ¿qué son, funciones y cómo diseñarlos?* <https://marcopark.mx/parques-urbanos/>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Pascucci, M. (2012). El ocio como fuente de bienestar y su contribución a una mejor calidad de vida. *Calidad de Vida y Salud*, 5(1). <http://revistacdvs.uflo.edu.ar/index.php/CdVUFLO/article/view/76>
- Ramírez, W., Vinaccia, S., & Suárez, G. (2004). El impacto de la actividad física y el deporte sobre la salud, la cognición, la socialización y el rendimiento académico: una revisión teórica. *Revista de Estudios Sociales*, 18, 67-75. <https://doi.org/10.7440/res18.2004.06>
- Secretaría de Medio Ambiente (Sedema) (2017). *Inventario de Áreas Verdes*. <https://sedema.cdmx.gob.mx/programas/programa/inventario-de-areas-verdes>
- Secretaría de Obras y Servicios (2019). *Sembrando Parques. Recuperación de espacios públicos*. <https://sembrandoparques.cdmx.gob.mx/storage/app/media/sembrando-parques-rehabilitacion-espacios-publicoscompressed.pdf>
- Téllez, Y. & Castro, J. (2020). Parques urbanos de la Ciudad de México: ¿son suficientes? En J. G. Zamora (coord.), *Factores críticos y estratégicos en la interacción territorial desafíos actuales y escenarios futuros*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional. <http://ru.iiec.unam.mx/5204/>
- Valdez, V., Rivera, E., & Gaudino, E. (2020). Parques urbanos: un enfoque para su estudio como espacio público. *Intersticios Sociales*, 19, 67-86. <https://doi.org/10.55555/is.19.277>

MONTERRAT VANESSA QUINTANA LÓPEZ   

ARTÍCULO ORIGINAL

Niñas, fútbol y emociones: una mirada desde la geografía feminista

Fecha de recepción: 14 de agosto de 2023 ▶ **Fecha de aceptación:** 30 de noviembre de 2023

▶ **Fecha de publicación:** 1 de enero de 2024

Sugerencia de citación. Quintana López, M. V. (2024). Niñas, fútbol y emociones: una mirada desde la geografía feminista. *Perspectiva Geográfica* 29(1), 1-11. <https://doi.org/10.19053/01233769.16364>

Resumen. Dentro del quehacer de la geografía feminista es necesario hablar y visibilizar la producción espacial de las niñas. La construcción social de las mujeres desde la niñez hace un gran hincapié dentro del perfil geográfico, ya que constituye en sí misma identidades y subjetividades. Sin embargo, la reciente atención en la geografía sobre las experiencias de las personas en los deportes se ha inclinado por centrarse en las mujeres adultas, con pocas investigaciones sobre las niñas y adolescentes. Por consiguiente, es necesario prestar atención a la importancia del espacio y del lugar en cuanto a la participación de las infancias en los deportes. La geografía feminista ha contribuido a la visibilización de las mujeres dentro y fuera del campo geográfico. En el marco del 8 de marzo (8M) de 2023, Día de la Mujer, realicé talleres en el espacio público, en donde se convocó a las niñas a convivir, jugar fútbol y hablar de las emociones que generó la colectividad entre ellas. Se realizó un mapeo diagnóstico individual del reconocimiento espacial del momento, donde las niñas se plasmaron a sí mismas y compartieron su sentir de manera oral y escrita.

Palabras clave: *deportes, emociones, fútbol, género, niñas, espacios, geografía.*

1 Geografía. Sistema Universidad Abierta y Educación a Distancia (SUAYED). Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México. vane.lopqu@gmail.com

Girls, football and emotions: a look from feminist geography

Abstract: Within the work of feminist geography, it is necessary to talk about and make visible the spatial production of girls. The social construction of women from childhood places great emphasis on the geographical profile, since it constitutes identities and subjectivities in itself. However, recent attention in geography on people's experiences in sports has tended to focus on adult women, with little research on girls and adolescents. Therefore, it is necessary to pay attention to the importance of space and place in terms of children's participation in sports. Feminist geography has contributed to the visibility of women inside and outside the geographical field. Within the framework of March 8 (8M) 2023, Women's Day, I held workshops in public spaces, where girls were invited to live together, play soccer and talk about the emotions that the community generated among them. An individual diagnostic mapping of the spatial recognition of the moment was carried out, where the girls captured themselves and shared their feelings orally and in writing.

Keywords: *sports; emotions; soccer; gender; girls; spaces; geography.*

Meninas, futebol e emoções: um olhar a partir da geografia feminista

Resumo: Dentro do trabalho da geografia feminista é preciso falar e tornar visível a produção espacial das meninas. A construção social das mulheres desde a infância dá grande ênfase ao perfil geográfico, pois constitui em si identidades e subjetividades. No entanto, a atenção recente da geografia às experiências das pessoas no desporto tende a centrar-se nas mulheres adultas, com pouca investigação sobre raparigas e adolescentes. Portanto, é preciso atentar para a importância do espaço e do lugar na participação das crianças no esporte. A geografia feminista tem contribuído para a visibilidade das mulheres dentro e fora do campo geográfico. No marco do dia 8 de março (8M) de 2023, Dia da Mulher, realizei oficinas em espaços públicos, onde as meninas foram convidadas a conviver, jogar futebol e falar sobre as emoções que a comunidade gerava entre elas. Foi realizado um mapeamento diagnóstico individual do reconhecimento espacial do momento, onde as meninas se capturaram e compartilharam seus sentimentos oralmente e por escrito.

Palavras-chave: *esportes; emoções; futebol; gênero; garotas; espaços; geografia.*

Introducción

La participación de los niños y las niñas se basa en las construcciones de lo masculino y lo femenino; se moldea constantemente el discurso sobre cómo algunos espacios les están permitidos a las mujeres mientras en otros se les excluye, o bien no los perciben ni los sienten como “propios”. Por ejemplo, en el texto “Espacio, lugar y género”, Doreen Massey nos comparte su experiencia:

Yo no iba a esos campos de juego; parecían estarme vedados, tratarse de otro mundo. (Hoy en día, con mejor temple y cierta conciencia de ser una invasora de espacios, me encanta ir a los campos de fútbol y permanecer largamente en ellos). Sin embargo, había otros lugares a los que sí podía ir y de los que sentía, no obstante, que no me pertenecían o, al menos, que habían sido diseñados para hacerme experimentar, sin lugar a dudas, mi subordinación previamente estipulada; ese era, cuando menos, el efecto que sobre mí ejercían (Massey & Bernal, 1998, p. 39).

Por lo anterior, y ejemplificando lo dicho por Massey, si hiciéramos un ejercicio de manera rápida e imaginada entre mujeres en el cual estuviéramos en un campo de fútbol y nos preguntáramos cómo nos sentimos en ese momento y qué representa el campo de juego para cada una, tendremos una serie de testimonios cruzados, pero a su vez vinculados por la experiencia que nos ha tocado vivir desde niñas, que van a ir desde si se nos permitía o no jugar por ser mujeres. De ahí tendríamos de forma inmediata un diagnóstico de que las experiencias vividas se comienzan a formar desde la niñez, ya sea a partir de la segregación o inclusión que mantiene bases en las conductas asociadas a la categoría de género.

Más adelante, Linda McDowell, en *Gender, identity and place: Understanding feminist geographies*, hace énfasis en esta desigualdad cuando se trata de visibilizar que el espacio privado es al que relegan a las mujeres, mientras que los hombres son los productores del espacio público. Por ello, menciona “que las relaciones de género interesan a las geógrafas porque las divisiones espaciales —público y privado; dentro

y fuera— tienen una importancia fundamental para la construcción social de las divisiones de género” (1999, p. 27). Dentro de estas divisiones de género se encuentra el discurso de que algunos deportes son para hombres, mientras que otros son para mujeres. En este sentido, la participación o ausencia de las mujeres en el espacio puede socavar la construcción y el desempeño de la identidad de cada niña.

Este texto busca exponer y reflexionar desde la geografía feminista sobre cómo la construcción de los espacios, en este caso, la práctica del fútbol desde el espacio público, está atravesada por la categoría de género. La ciudad no está construida ni pensada para todas las personas y mucho menos para las infancias; así, se mostrará cómo las niñas subsisten de forma colectiva desde el común deporte del fútbol a una narrativa impuesta que favorece la visión masculina.

El apoyo de la herramienta del mapeo colectivo y los diagnósticos de forma oral nos mostrarán la conexión que sienten las niñas entre las emociones y la configuración espacial de la habitabilidad. Puesto que, en conexión con la geografía feminista, la geografía de las emociones también reconoce que el cuerpo es la primera, íntima y más importante escala de expresión emocional por excelencia, y las emociones, a su vez, constituyen un lugar dentro y fuera de la escala espacial más cercana (Davidson & Milligan, 2004).

De manera colectiva, hablar y compartir nuestras emociones también tienen un carácter geográfico, pues estas pueden alterar la forma en que el mundo es para nosotras, lo cual también afecta nuestro sentido del tiempo y del espacio. Si la geografía feminista busca entre sus propuestas la reflexión de que esta corriente de pensamiento geográfico busca otorgar posibilidades a la lucha política para superar las espacialidades injustas (Lan, 2016), entonces el tema de las emociones es importante porque desde niñas nuestro sentido de quién y qué somos está continuamente formado por cómo nos sentimos, desde que nos excluyen de un lugar o espacio hasta en el sentido en que nos apropiamos de otros lugares y espacios.

Entre geografías de las infancias y el deporte

El enfoque social de la infancia en la geografía nació a partir de la década de 1990, con una visión interdisciplinaria en gran medida moldeada por la llegada del interés de investigadores con antecedentes en enfoques feministas, marxistas y posestructurales (Holloway & Pimlott-Wilson, 2011). A principios del siglo XXI se presenta un auge en la investigación sobre los estudios espaciales de los niños y las niñas. Es ahora un tema central de interés de la geografía humana, y su potencialidad le ha dado un nuevo giro crítico a la historia de la geografía (por ejemplo, Holt & Holloway, 2006; Evans, 2006). Estos estudios ofrecen un nuevo lente a través del cual se comprenden una serie de cuestiones que van desde su relación con la corporalidad hasta el paisaje de la micropolítica y la identidad. Desde este punto, la consideración de estos estudios ofrece una base para reevaluar dos conceptos como los de agencia y participación, los cuales forman parte del perfil geográfico. Uno de los aciertos de estas investigaciones es impulsar una pedagogía geográfica crítica que debe tener bases desde los espacios infantiles (Jeffrey, 2010).

La noción de que debemos comprometernos con los niños y las niñas como actores sociales y como categoría social tiene interesantes implicaciones metodológicas. La ventaja de los enfoques de las geografías de las infancias no es simplemente demostrar al gremio geográfico que la niñez es importante y que su estudio puede mejorar la comprensión de grandes cuestiones de la disciplina, sino que sitúa las experiencias de niñas y niños en contextos más amplios para permitir una comprensión más cabal de la espacialidad cambiante de sus vidas (Holloway, 2014).

Entonces, la niñez se convierte en uno de los campos de análisis de las ciencias sociales que crece con mayor rapidez. Hoy en día estas geografías están ampliamente documentadas y este texto nos ayuda a comprender desde el testimonio cómo los espacios (ur-

banos, rurales, de barrio) difieren en la forma en que se adaptan a la vida de los niños y las niñas, especialmente en lo que se refiere a las posibilidades de juego al aire libre. El espacio es importante, sobre todo en la vida cotidiana de ellos y ellas (Holloway & Valentine, 2000). Anna Ortiz Guitart (2007) reitera cómo gran parte de la atención de la disciplina geográfica que integra su análisis en la infancia se centra en el estudio del tiempo libre, así como su participación y la construcción de su identidad y el sentido del lugar:

En relación con el primer tema, cabe empezar señalando la importancia que desempeña el juego en el desarrollo de las capacidades físicas, mentales y creativas de los niños y las niñas. Diversos trabajos enfatizan la importancia del juego para su calidad de vida y su desarrollo social (Tandy, 1999; Thomson, 2005; Thomson y Philo, 2004). [...] Tradicionalmente, nuestra disciplina ha estudiado el juego en relación con el espacio público, es decir, ha centrado su interés en las posibilidades (y también inconveniencias) que ofrecen los espacios públicos urbanos como espacios de juego para los más pequeños (p. 205).

La geografía de los deportes pretende ampliar también un debate que vaya más allá de localizar y mapear las ubicaciones de espacios deportivos. Una de las cualidades es la propuesta de observar y de evidenciar, por ejemplo, el transcurso de los espacios recreativos en el ámbito privado, semipúblico (en la propia casa, en centro deportivos) y cómo estas actividades a su vez se desarrollan de forma privatizada, institucionalizada. Una de sus relaciones con la geografía de las infancias radica en cómo este desarrollo se organiza en su mayoría para los adultos (Gagen, 2000). A partir de la investigación sobre los espacios de juego se plantea que, “En términos generales, se considera que la oferta de espacios de juegos es suficiente, aunque quizá no plenamente adecuada para todos los usuarios potenciales. Así, por ejemplo, se menciona a menudo el hecho de que los espacios están pensados para un público muy limitado” (Baylina et al., 2006). De la misma manera, se esboza que la segregación por género es visible cuando se observa

cómo los niños y las niñas usan el área de juegos de los espacios públicos.

Fútbol, emociones y género

Las memorias nos unen a lugares concretos. La práctica del deporte produce emociones y en el caso del fútbol estas van más allá de la emoción inmediata de marcar un gol o ver cómo tu equipo favorito lo hace (Evers, 2010). Las emociones en los espacios futbolísticos pueden ir más allá de lo inmediato, y puede variar de un espectador a otro. Por ello, en la investigación de Bairner (2014) sobre las historias del fútbol y su vínculo con la memoria y las emociones se argumenta que la experiencia emocional se encuentra a menudo en la intersección entre la memoria y el espacio, y la cuestión es cómo captar mejor la relación dinámica entre esos conceptos. Por ello, Johnson afirma que “el concepto de memoria social se ha vinculado al desarrollo de lazos emocionales e ideológicos con historias y geografías concretas” (2002, p. 294).

Existe una diferenciación de género sobre cómo se vive el fútbol. Las geógrafas han logrado poner de relieve las formas en que las mujeres construyen su identidad a partir de sentimientos vinculados a la espacialidad de lo concreto y de la pertenencia a través de la distancia. Desde una visión posestructuralista, se evidencia cómo desde una visión tradicional se ha mantenido que los cuerpos de los hombres pertenecen a un campo de fútbol, en contraste con las representaciones de la identidad corporal de las mujeres, quienes, en consecuencia, no se consideran pertenecientes (Butler, 1990). Su nexa con la geografía se sustenta en que desde finales de la década de 1980 las geógrafas feministas han posicionado al “cuerpo” como una posición central en el discurso geográfico. Así como el espacio no es un concepto neutro, tampoco lo son los cuerpos que ocupan los espacios futbolísticos.

Las identidades privilegiadas y normadas, que van desde la afición hasta quien practica el deporte, son constituidas desde las masculinidades heterosexuales

y se presentan como lo hegemónico, mientras que las mujeres se presentan como lo “otro”, lo marginado. Las mujeres son representadas continuamente como las participantes “no auténticas” en el paisaje del fútbol, a la vez que son juzgadas (Baker, 2020). Esto es importante, puesto que se necesita trabajar en la espacialidad desigual que hay en el deporte (Pavlidis, 2018) y, a su vez, tomar como algo de vital relevancia su relación con las emociones. Las mujeres en el fútbol transgreden los estereotipos y comportamientos que construyen el “ser una mujer”, y con su práctica se rebelan contra las divisiones binarias impuestas que se establecen como lo femenino y los masculino.

En el 2021 participé en el Seminario *Espacios de poder: deportes y actividades recreativas* que realizó la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ahí expuse que la participación de las mujeres en el fútbol se percibía como un “desorden espacial” y uno de los significados del concepto *desorden*, según la Real Academia Española (RAE), es la situación o estado de confusión o de alteración de algo, especialmente del orden público o social. Para ello, me pareció prudente hacer referencia a dicho concepto porque desde la denuncia planteada, de que en el fútbol existe una desigualdad, se evidencia que en esta práctica deportiva hay un “orden” y es meramente patriarcal. Entonces hay que *desordenarlo*, es necesario hacerlo, pues son los hombres y la masculinidad los que dominan los espacios de fútbol. Es necesario recordarle a ese orden que las mujeres están dispuestas a transgredir y apropiarse de esos espacios. Es preciso señalarles que esos espacios ya no les pertenecen solo a ellos. Las futbolistas han luchado y siguen luchando contra los límites del mundo material, los límites impuestos por algunos organismos, y los límites hasta de sus propios cuerpos (Cartelera Cultural FFyL, 2021).

Las concepciones feministas que estudian y reflexionan sobre el afecto evidencian que a pesar de que las mujeres enfrentan y viven un sistema que se basa en la desigualdad y la violencia, la forma de co-

lectividad entre ellas y la transgresión de espacios se entrelazan para expresar discursos de libertad, autonomía y autogestión. Es decir, como grupo oprimido, las mujeres en el fútbol se relacionan desde la materialidad precarizada a través de la positividad y el optimismo.

Niñas, fútbol y emociones

En el marco del 8M del año 2023, trabajé con varias niñas para profundizar el tema de cómo viven el fútbol de forma colectiva con otras niñas y las emociones que subyacen en esta práctica. Llevé a cabo el taller al sur de la Ciudad de México, específicamente en San Pedro Mártir, uno de los doce pueblos originarios de la Alcaldía de Tlalpan. Escoger este lugar tiene un propósito al ver que se realizan actividades patronales y lúdicas (de manualidades y dibujos), pero en su mayoría el quiosco del pueblo es apropiado por gente adulta.

Con base en las *Memorias II Taller Internacional de Creación Cartográfica. Acciones para la construcción de nuevas narrativas territoriales* (2019), elaboré una metodología de mapeo colectivo que me apoyara para comprender mejor las dinámicas espaciales que producen las niñas. ¿Por qué con base en un mapa colectivo? De acuerdo con Olivares y Escutia:

El mapeo colectivo o comunitario pretende dibujar lo que ha pasado invisible o imperceptible para los realizadores de mapas “oficiales”, pues el espacio no solo es un espacio físico, sino sobre todo de reproducción y fabricación social; en ese sentido, el quehacer y reconstruir con los otros el espacio físico y simbólico posibilita indagar sobre las historias, la memoria y el futuro. Mapear colectivamente genera condicio-

nes de gestión local, autonomía y ciudadanía, pues implica una reflexión sobre lo que se tiene, lo que se ha perdido y lo que se puede hacer, ya que se promueve la apropiación del espacio y la posibilidad de decidir sobre él (p. 22).

Por lo anterior, el mapeo colectivo me sirvió como base para entender de mejor manera que la participación deportiva de las niñas, específicamente en el fútbol, se basa en las construcciones dominantes de la feminidad y la masculinidad. Esto ha situado a lo masculino como lo activo mientras que lo femenino se considera lo pasivo, esto es, que la no participación de las niñas en algunas prácticas o actividades puede socavar la construcción y desempeño de su identidad (Hargreaves, 1994). Por ejemplo, W (10 años) relata lo siguiente:

[...] a mí me gusta el fútbol, cuando estoy aburrida puedo jugar con mis amigas y es casi siempre lo que jugamos en la escuela, aunque en la escuela podríamos jugar otra cosa, pero siempre es lo que nos ponen, aunque hay niñas que no les gusta y entonces se sientan alrededor a ver a los niños jugar.

La comprensión de las prácticas deportivas de las niñas en relación con sus experiencias corporales y cómo estas se manifiestan en el espacio nos enseñarán a reflexionar sobre cómo entender las emociones que las rodean para tomar la decisión de participar o no en una actividad deportiva o recreativa. Por ejemplo, las niñas en algunas ocasiones eligen una actividad si pueden compartirla con otras niñas, sean amigas o compañeras de escuela, son pocas las veces que realizan actividades de manera individual y dentro de sus testimonios se evidencia que para ellas es importante el acompañamiento.



FIGURA 1. Niñas jugando fútbol en la plaza de uno de los pueblos de Tlalpan, Ciudad de México

FUENTE: Fotografía: Vanessa Quintana (2023).



FIGURA 2. Z (11 años) dibuja y describe cómo la hizo sentir la actividad; entre su sentir, se encontró la felicidad por conocer más niñas y por convivir

FUENTE: Vanessa Quintana (2023).

D (13 años) nos comparte:

[...] no me siento conectada con el fútbol porque no me dejan jugarlo, a veces no hay niñas que jueguen y a mí no me gusta jugar con los niños, también a veces no me dejan jugar con ellos y entonces me voy.

Al centrarse en la relación entre el cuerpo y el espacio social, el trabajo geográfico pone de relieve la relación recíproca entre diferentes cuerpos — en el caso anterior, los cuerpos de los niños y de las niñas— y entre cuerpos y espacios —las niñas y el lugar de no pertenencia—. Como los significados y lo simbólico fluyen entre los cuerpos y los espacios que ocupan estos cuerpos, las diferencias sociales dan forma a los cuerpos al tiempo que los cuerpos dan forma a los espacios que habitan (Rose, 1993; Longhurst, 2001).



FIGURA 3. Niñas realizando su mapeo corporal. E (11 años) escribió: “hoy me gustó el fútbol, fue divertido estar aquí”

FUENTE: Fotografía: Vanessa Quintana (2023).



FIGURA 4. Dibujo de A (9 años): ella llegó diciendo que no le gusta el futbol. Después de la actividad escribió que le gusta jugarlo y dibujar con otras niñas

FUENTE: Fotografía: Vanessa Quintana (2023).

Para algunas niñas que carecen de confianza en el deporte, su objetivo es ser competitivas en este (Evans, 2006). Por ejemplo, a L (10 años) le gusta competir al verse excluida de las actividades deportivas en su escuela y en su testimonio habló de cómo tiene que demostrar que puede jugar con los niños, teniendo en cuenta que sus compañeras no se animan a jugar con ella al futbol: “Me gusta el futbol y me gusta hacer amigas, cuando juego me gusta que me pasan la pelota y ganar, odio y no me gusta que me saquen del juego”.

Una pedagogía geográfica crítica nos ayudará a alentar a las niñas a resistirse a la presión de conformarse con hacer deporte como herramienta para construir un cuerpo “sano” y atractivo, para poder darle lugar como una actividad divertida y colectiva y para alentar tanto a niños como a niñas a reconocer que la competencia en el futbol no es una parte esencial del desempeño de su propia identidad

(Evans, 2006). Así mismo, con la ayuda de un enfoque materialista, es posible centrarnos en proporcionar un marco para entender la agencia y el afecto sin un pensamiento binario, esto es, conceptualizar la libertad (de cada niña en este caso) como algo que funciona a través de la actividad (Grosz, 2010). Este enfoque es especialmente pertinente en el ámbito del deporte, ya que las mujeres ejercen su agencia para experimentar más libertad (Pavlidis, 2020).

Varias de las niñas señalaron en este diagnóstico que no practican o les gusta el futbol; sin embargo, no es desde no querer hacerlo, sino porque no entra dentro de las practicas del deber “ser niña”. Del mismo modo, los testimonios coinciden en que a las niñas se les propone hacer actividades manuales, como dibujar o colorear, y pocas veces se fomenta desde la escuela o la familia que realicen una actividad física. También se ve reflejado un cierto interés hacia el futbol, pero no hay quién las impulse a ser parte de un equipo. También es relevante comentar que se les preguntó sobre el conocimiento de la liga femenil del futbol en nuestro país¹, pero desafortunadamente la mayoría de las niñas desconocía su existencia, teniendo en cuenta que aún persiste la invisibilidad de las mujeres en el campo del futbol y que se necesita potenciar las imágenes de quienes son referentes en este espacio para que las niñas tengan mayores aspiraciones. Entonces, el vínculo entre la geografía feminista y la geografía de los deportes influirá en criticar de forma reflexiva de qué manera las niñas están ocupando los espacios futbolísticos. A su vez, cuestionar los sistemas y procesos sociales y patriarcales que han privilegiado los espacios deportivos para unos y no para otros ayudará a incluir a las mujeres en el espacio deportivo (Bacchi & Eveline, 2010), así como seguir insistiendo en que el poder hegemónico masculino obliga a las mujeres a ajustarse a esos espacios de manera tradicional y bajo sus estándares, y en muchos casos su marginación suele pasar desapercibida (Evans, 2006).

¹ Liga MX BBVA Femenil.

A modo de reflexión

La teoría feminista se basa en la comprensión encarnada para cuestionar los cimientos del pensamiento social y político (Nelson & Seager, 2005). Este texto nos permite considerar la teoría geográfica feminista enraizada con las emociones y el deporte que se mueven a través de distintas escalas, que van desde el cuerpo hasta su vínculo personal y cotidiano con los paisajes y espacios recreativos. Poner en la mira la vida de las mujeres desde la niñez es una agenda aún por impulsar dentro de estas corrientes geográficas, existe una labor pendiente por hacer y mantener visible la espacialidad de las niñas es un proyecto que debe seguirse trabajando para formar parte del núcleo de estas geografías.

El tema de las emociones pone en el centro que estas están implicadas en la idea de pertenencia e identidad (Tang, 2015). De acuerdo con el trabajo de Ana Ortiz (2012), “Tradicionalmente la geografía no había considerado que el cuerpo fuese un lugar, que ocupase un espacio o que a través de él experimentásemos nuestras emociones” (p. 128). Pero, con el auge de la geografía de las emociones, reconocer que el afecto es un tema central ampliará el ámbito de la investigación geográfica actual y a su vez revelará algo que faltaba en el centro de la geografía al desafiar fundamentalmente la “identidad” de la disciplina (Smith et al., 2016).

Cabe recalcar que las infancias no necesitan “que les den voz”, ya que desde la niñez cada persona cuenta con una. Lo que necesitamos como sociedad moderna es que los y las adultos/as callen para que las voces de niños y niñas sean escuchadas. Desde la geografía feminista se propone trabajar con el mapeo como diagnóstico colectivo, pues tiene constantes cambios a través del tiempo y el espacio. En esta ocasión es relevante hacer esta propuesta desde las nuevas corrientes de geografía humana por el modo en que nos puede ayudar para ofrecer oportunidades que reflejen cómo las voces de las infancias, en este

caso, de las niñas, son vistas, así como sus experiencias encarnadas, su sentido del uso y percepción del lugar, para poder indicar las conexiones sociales y espaciales.

El deporte sigue perpetuando injusticias espaciales (Pavlidis, 2020). Sobre las experiencias futbolísticas de las mujeres, se afirma que están moldeadas por la política en la comunidad, incluidos los espacios físicos donde se realiza el deporte, así como la dinámica de poder y las fuerzas sociales que existen dentro de estos espacios deportivos (Cohen, 1982). Esta propuesta sobre documentar la realidad material de las niñas pretende impulsar construcciones teóricas sobre el papel del género como fuerza instrumental a través de los procesos geográficos, así como matizar y discutir el pensamiento feminista desde distintas corrientes geográficas como la geografía del deporte y proporcionar nuevas herramientas teóricas y metodológicas. También para el trabajo geográfico feminista, he de recordar que la construcción de la identidad de las mujeres se puede analizar desde la niñez y desde las emociones, y hacerlo ayudará a aclarar y desarrollar enfoques que se estudian a partir de la identidad, el poder y la diferencia.

En una investigación futura, uno de los propósitos será documentar también la experiencia de los varones y hacer una comparación para evidenciar más la forma de segregación entre hombres y mujeres en el espacio deportivo. Porque aunque las mujeres puedan tener igualdad de oportunidades para jugar fútbol en los mismos espacios que los hombres, esto no significa que compartan las mismas experiencias, y mucho menos la forma de *estar* en el espacio, teniendo en cuenta que los espacios recreativos suelen estar moldeados por normas culturales (Carr & Williams, 1993).

Es relevante, de manera personal, seguir trabajando el tema de las espacialidades del deporte —especialmente desde el fútbol— con la niñez, manteniendo un enfoque feminista y de cuidados. En nuestro gremio geográfico latinoamericano estos temas son muy poco visibles, para no decir que no son vastos; sin embargo,

existe una apuesta por crear metodologías y propuestas teóricas que rompan discursos hegemónicos de género y plantear nuevos enfoques de estudio sobre la identidad espacial de la niñez.

Cuando se deje de lado el adultocentrismo dentro de los debates de la geografía latinoamericana podremos hablar de un futuro y una disciplina inclusiva que está abierta a nuevos debates espaciales. Por geografías donde la voz, las vivencias y los enfoques desde las infancias sean eje central para la comprensión del espacio.

Agradecimientos

A todas las niñas que me permitieron construir junto a ellas espacios de colectividad y apropiación. A la Dra. Verónica Ibarra por impulsarme a escribir este texto, así como al Dr. Jonathan Montero por su opinión sobre este. Así mismo, agradezco a mis colegas Bea Bonilla y Denisse Rosas por el apoyo con la traducción.

Conflictos de interés. La autora no tiene conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. La autora no recibió financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. *Montserrat Vanessa Quintana López*: conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Bacchi, C. & Eveline J. (2010). Gender Mainstreaming or Diversity Mainstreaming? The Politics of 'Doing'. In C. Bacchi & J. Eveline (Eds.), *Mainstreaming Politics: Gendering Practices and Feminist Theory* (pp. 311-334). University of Adelaide Press.
- Bairner, A. (2014). Emotional grounds: Stories of football, memories, and emotions. *Emotion, Space and Society*, 12, 18-23. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2013.11.005>
- Baker, T. A. (2020). Gender, power and identity in women's long-distance football supporter performance: Finding Football Homes. *Gender, Place & Culture*, 27(11), 1652-1655. <https://doi.org/10.1080/0966369x.2020.1715352>
- Baylina Ferré, M., Ortiz Guitart, A., & Prats Ferret, M. (2006). Geografía de la infancia: espacios de juego en ciudades medias de Cataluña. *Geographicalia*, 50, 5-26. https://doi.org/10.26754/ojs_geoph/geoph.2006501122
- Butler, J. P. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Cartelera Cultural FFyL (2021, junio 10). *Espacios de poder: deportes y actividades recreativas #2*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=5gWkx8BPuB8>
- Carr, D. S., & Williams, D. R. (1993). Understanding the role of ethnicity in outdoor recreation experiences. *Journal of Leisure Research*, 25(1), 22-38. <https://doi.org/10.1080/00222216.1993.11969907>
- Cohen, A. P. (1982). *The Symbolic Construction of Community*. Routledge.
- Davidson, J. & Milligan, C. (2004). Embodying emotion sensing space: Introducing emotional geographies. *Social & Cultural Geography*, 5(4), 523-532. <https://doi.org/10.1080/1464936042000317677>
- Evans, B. (2006). 'I'd feel ashamed': Girls' bodies and sports participation. *Gender, Place & Culture*, 13(5), 547-561. <https://doi.org/10.1080/09663690600858952>
- Gagen, E. (2000). Playing the part. Performing gender in America's playgrounds. In *Children's Geographies: Playing, Living, Learning* (pp. 184-198). Routledge.
- Grosz, E. (2010). Feminism, Materialism, and Freedom. In D. Coole & S. Frost (Eds.), *New Materialisms: Ontology, Agency, and Politics* (pp. 139-157). Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv11cw2wk.9>
- Hargreaves, J. (1994). *Sporting females: Critical issues in the history and sociology of Women's Sport*. Routledge.
- Holloway, S. L. & Pimlott-Wilson, H. (2011). The politics of aspiration: Neo-liberal education policy, 'low' parental aspirations, and primary school extended services in disadvantaged communities. *Children's Geographies*, 9(1), 79-94. <https://doi.org/10.1080/14733285.2011.540441>

- Holloway, S. L. & Valentine, G. (2000). *Children's Geographies: Playing, living, learning*. Routledge.
- Holloway, S. L. (2014). Changing Children's geographies. *Children's Geographies*, 12(4), 377-392. <https://doi.org/10.1080/14733285.2014.930414>
- Holt, L. & Holloway, S. L. (2006). Theorising other childhoods in a globalised World. *Children's Geographies*, 4(2), 135-142. <https://doi.org/10.1080/14733280600806817>
- Jeffrey, C. (2010). Geographies of children and youth I: Eroding maps of life. *Progress in Human Geography*, 34(4), 496-505. <https://doi.org/10.1177/0309132509348533>
- Johnson, N. C. (2002). Mapping monuments: The shaping of public space and cultural identities. *Visual Communication*, 1(3), 293-298. <https://doi.org/10.1177/147035720200100302>
- Lan, D. (2016). Los estudios de género en la geografía argentina. En *Geografías feministas en diversas latitudes. Orígenes, desarrollo y temáticas contemporáneas* (pp. 55-70). Instituto de Geografía, UNAM.
- Longhurst, R. (2001). *Bodies: Exploring fluid boundaries*. Routledge.
- Massey, D. B. & Bernal, G. E. (1998). Espacio, lugar y género. [Traducción de Gloria Elena Bernal]. *Debate Feminista*, 17, 39-46. <https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.1998.17.428>
- McDowell, L. (1999). *Gender, identity and place: Understanding feminist geographies*. Polity Press.
- Nelson, L. & Seager, J. (2005). *A companion to Feminist Geography*. Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9780470996898>
- Olivares, M. & Escutia, B. (2019). Mapeando los territorios urbano rurales. Mapeos comunitarios para la defensa y la gestión territorial frente a la urbanización y los megaproyectos en la defensa identitaria y territorial. En Grupo de Investigación Espacio, Tecnología y Participación (ESTEPA), *Memorias II Taller Internacional de Creación Cartográfica. Acciones para la construcción de nuevas narrativas territoriales* (pp. 21-33). Universidad Nacional de Colombia. https://www.researchgate.net/profile/Julieth-Monroy-Hernandez/publication/335967566_Memorias_II_Taller_Internacional_de_Creacion_Cartografica_Acciones_para_la_construccion_de_nuevas_narrativas_territoriales/links/5d869fada6fdcc8fd60bf4c7/Memorias-II-Taller-Internacional-de-Creacion-Cartografica-Acciones-para-la-construccion-de-nuevas-narrativas-territoriales.pdf
- Ortiz Guitart, A. (2007). Geografías de la infancia: descubriendo “nuevas formas” de ver y de entender el mundo. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 49, 197-216.
- Ortiz Guitart, A. (2012). Cuerpo, emociones y lugar: aproximaciones teóricas y metodológicas desde la geografía. *Geographicalia*, 62, 115-131. https://doi.org/10.26754/ojs_geoph/geoph.201262850
- Pavlidis, A. (2018). Making “space” for women and girls in sport: An agenda for Australian geography. *Geographical Research*, 56(4), 343-352. <https://doi.org/10.1111/1745-5871.12302>
- Pavlidis, A. (2020). Being grateful: Materialising ‘success’ in women’s contact sport. *Emotion, Space and Society*, 35, 100673. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2020.100673>
- Rose, G. (1993). *Feminism and geography: The Limits of Geographical Knowledge*. Wiley.
- Smith, M., Davidson, J., Cameron, L., & Bondi, L. (2016). *Emotion, place, and culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315579238>
- Tang, V. (2015). ‘The tables have turned’: Sport, emotion & the passive counter-politics of youth citizenship. *Emotion, Space and Society*, 15, 19-28. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2015.04.004>

RAFAEL R. DÍAZ TORRES   

ARTÍCULO ORIGINAL

Promoviendo geografías deportivas feministas: la inserción del baloncesto femenino en el paisaje cultural de Puerto Rico

Recepción: 22 de agosto de 2023 ▶ **Evaluación:** 14 de diciembre de 2023 ▶ **Aprobación:** 11 de marzo de 2024

Sugerencia de citación. Díaz Torres, R. (2024). Promoviendo geografías deportivas feministas: la inserción del baloncesto femenino en el paisaje cultural de Puerto Rico. *Perspectiva Geográfica*, 29(1), 1-15 10.19053/uptc.01233769.16376

Resumen. En este artículo se trabaja el tema de las geografías deportivas en el contexto de Puerto Rico y su Equipo Nacional de baloncesto femenino. Se provee información sobre las luchas y gestas de las baloncelistas puertorriqueñas en distintas épocas y además se analizan los reclamos que tanto jugadoras como activistas feministas del deporte hacen en favor de la equidad de género en el deporte puertorriqueño. Se presentan dos casos en los cuales los reclamos públicos en apoyo a las baloncelistas se convierten también en propuestas para ampliar las geografías deportivas de Puerto Rico por medio de la integración de las voces, experiencias e identidades de las mujeres deportistas.

Palabras clave: *Puerto Rico, baloncesto, deporte femenino, geografía deportiva, feminismo, geografías feministas.*

1 Doctor en Historia de Puerto Rico y el Caribe del Centro de Estudios Avanzados de Puerto Rico y el Caribe. Catedrático auxiliar, Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de Puerto Rico en Humacao, Puerto Rico. rafael.diaztorres@upr.edu

Promoting feminist sports geographies: the insertion of women's basketball into the cultural landscape of Puerto Rico

Abstract: This article discusses the topic of sports geographies in the context of Puerto Rico and its National Women's Basketball Team. Information is provided about the struggles and exploits of Puerto Rican basketball players in different eras and the claims that both players and feminist sports activists make in favour of gender equality in Puerto Rican sports are also analysed. Two cases are presented in which public claims in support of female basketball players also become proposals to expand the sporting geographies of Puerto Rico through the integration of the voices, experiences and identities of female athletes.

Keywords: *Puerto Rico, basketball, women's sports, sports geography, feminism, feminist geographies.*

Promovendo geografias esportivas feministas: a inserção do basquetebol feminino na paisagem cultural de Porto Rico

Resumo: Este artigo discute o tema das geografias esportivas no contexto de Porto Rico e de sua Seleção Nacional de Basquete Feminino. São fornecidas informações sobre as lutas e façanhas dos jogadores de basquete porto-riquenhos em diferentes épocas e também são analisadas as reivindicações que tanto os jogadores quanto as ativistas esportivas feministas fazem em favor da igualdade de gênero nos esportes porto-riquenhos. São apresentados dois casos em que as reivindicações públicas em apoio às jogadoras de basquetebol também se tornam propostas para expandir as geografias desportivas de Porto Rico através da integração das vozes, experiências e identidades das atletas femininas.

Palavras-chave: *Porto Rico, basquete, esportes femininos, geografia esportiva, feminismo, geografias feministas.*

Introducción

Analizar el deporte desde acercamientos con perspectiva de género feminista no es siempre tomado con simpatía entre quienes ostentan posiciones de poder dentro de las federaciones y ligas que auspician eventos atléticos. El deporte ha sido históricamente representado y valorado como un campo primordialmente masculino. La aceptación de las mujeres como participantes en el deporte se ha dado gradualmente, y en la medida en que estas aceptan las normas institucionales trazadas desde perspectivas que le otorgan primacía a lo masculino (Duncan, 2006). Asimismo, la relación entre deportes y lugares ha sido una que históricamente le ha dado prioridad a los eventos atléticos protagonizados por hombres y equipos masculinos.

En las últimas dos décadas, investigadores han integrado al deporte como tema de estudio en la geografía. Trabajos como el del británico John Bale (2003) y la española Ana María Luque Gil (2012) han avanzado en los análisis y comprensión sobre cómo los espacios y paisajes también son producidos y alterados por la actividad deportiva. Frecuentemente, las geografías deportivas y culturales de ciudades, países y regiones se construyen alrededor de las imágenes, símbolos y experiencias de atletas masculinos. Por ejemplo, pensemos en los murales dedicados al futbolista Lionel Messi en distintas calles de Buenos Aires, Argentina, o en la famosa estatua del exbaloncelista Michael Jordan en la ciudad estadounidense de Chicago. Es común que el sentido de pertenencia colectivo de distintos lugares se base en gran medida en celebridades deportivas y clubes atléticos protagonizados por hombres ligados a disciplinas como el fútbol, el béisbol y el baloncesto, entre otros.

Este artículo analiza críticamente esas geografías deportivas masculinizadas partiendo de las críticas feministas que cuestionan la exclusión de las mujeres atletas de estos imaginarios espaciales. Se trabaja el baloncesto femenino puertorriqueño como caso de

estudio y se analizan las denuncias y perspectivas de dos mujeres ligadas al feminismo deportivo puertorriqueño. Se reflexiona, además, sobre cómo los planteamientos de ambas mujeres constituyen propuestas para ampliar las geografías deportivas de Puerto Rico partiendo de perspectivas inclusivas en favor de las baloncevistas. En ese sentido, este artículo también representa una invitación a integrar los estudios de género a las investigaciones académicas del creciente campo académico de la geografía del deporte.

El primer caso mencionado en este trabajo aborda las aportaciones de una muralista puertorriqueña que, a través de su arte urbano, le otorga visibilidad a las baloncevistas puertorriqueñas, principalmente a aquellas que han representado internacionalmente a Puerto Rico en los Juegos Olímpicos. Esta artista sostiene sus reclamos aludiendo no solamente a sus ideas y trayectoria como activista feminista, sino también a sus propias experiencias como exjugadora de baloncesto en categorías juveniles. El segundo caso discutido presenta los reclamos de equidad de género protagonizados por una periodista del deporte y exbaloncevista con experiencia en el Equipo Nacional de Puerto Rico. Para esta mujer, los símbolos alusivos a los equipos o clubes deportivos dentro de las instalaciones recreativas puertorriqueñas tienden a omitir la información y contenido relacionado con las atletas mujeres. Su propuesta de enarbolar banderas representativas de equipos deportivos femeninos responde a su deseo de divulgar los logros de las mujeres que compiten en el baloncesto. Al igual que el caso de la muralista, las críticas y propuestas de la periodista aspiran a que los paisajes deportivos de Puerto Rico también destaquen y celebren las gestas de las mujeres deportistas.

En aras de tener un contexto sobre la importancia del baloncesto en Puerto Rico, la próxima sección presenta varios datos históricos sobre la llegada de este deporte a la isla. Asimismo, se presenta el vínculo entre el deporte y la relación política colonial que tiene los Estados Unidos sobre Puerto Rico. Se reflexiona,

además, sobre la posición de las mujeres deportistas en una sociedad en la cual estas deben enfrentar los retos y violencias asociados tanto al colonialismo político como a las desigualdades por razón de género.

Baloncesto en Puerto Rico: colonialismo y luchas por la visibilidad de las mujeres deportistas

El baloncesto es uno de los deportes de mayor popularidad en el territorio caribeño de Puerto Rico. Su huella en el paisaje deportivo puertorriqueño se evidencia en la gran cantidad de canchas de cemento localizadas en distintas comunidades y barrios alrededor de la isla. Asimismo, cada municipio puertorriqueño cuenta con al menos una instalación bajo techo con los canastos y la superficie para disputar partidos de baloncesto. Según el historiador puertorriqueño Emilio Huyke (1983), el primer juego de baloncesto del que se tiene constancia en Puerto Rico ocurrió en el 1902. Este evento ocurrió once años después de la creación de este deporte en la ciudad de Springfield, Massachusetts, en los Estados Unidos. El denominado “deporte de las canastas” llega a la isla como resultado de la invasión estadounidense ocurrida en el 1898, año en el cual Puerto Rico pasa a ser un territorio bajo la soberanía y poderes plenarios de los Estados Unidos de América. Esta condición política continúa en la actualidad.

El primer juego de baloncesto organizado en Puerto Rico se celebró en el 1918 en San Juan, bajo el auspicio de la Asociación de Jóvenes Cristianos (YMCA, por su sigla en inglés). Posteriormente, en el 1969, el Circuito de Baloncesto Superior se renombra como la Federación de Baloncesto de Puerto Rico (FBPR), convirtiéndose así en el ente rector de este deporte a nivel insular (Mendoza Acevedo, 2018). Puerto Rico ha tenido participación en los eventos de Copa del Mundo de la Federación Internacional de Baloncesto (FIBA) desde el 1959, cuando Chile fue sede del torneo

más importante para hombres baloncestistas. Desde entonces, el Equipo Nacional de baloncesto masculino de Puerto Rico ha participado en 15 eventos de la Copa del Mundo FIBA, incluyendo la edición más reciente del 2023, celebrada en sedes compartidas en Filipinas, Indonesia y Japón (FIBA, 2023a). Aunque Puerto Rico no es un país con soberanía política propia, su relación colonial con los Estados Unidos no ha impedido que el Comité Olímpico Internacional (COI) reconozca al territorio como una nación deportiva en igualdad de condiciones con el resto de los países afiliados al movimiento olímpico. Desde el 1948, Puerto Rico compite en los Juegos Olímpicos de Verano (Sotomayor, 2016).

El reconocimiento del COI hacia el Comité Olímpico de Puerto Rico no cancela la realidad de que los Estados Unidos de América tiene la autoridad política y poderes plenarios sobre este territorio caribeño. Si bien Puerto Rico tiene un Gobierno central con capacidad de tomar decisiones administrativas locales, la soberanía política y el poder en torno a asuntos como la aprobación de visas para atletas extranjeros recaen en el Gobierno estadounidense. El trabajo de Figueroa Cancel (2016) aporta para entender esta limitación de poderes políticos y su impacto en el deporte. El historiador y periodista puertorriqueño analiza cómo la política exterior estadounidense influyó en que el Gobierno de Puerto Rico se opusiera a la participación de Cuba en los X Juegos Centroamericanos y del Caribe (JCC), celebrados en San Juan durante 1966. Posteriormente, en los XXI JCC, Puerto Rico fue nuevamente sede de esta justa regional en el 2010. Para esta edición del evento celebrada en la ciudad de Mayagüez, Cuba no pudo participar, a pesar del deseo del Gobierno puertorriqueño de que los atletas de esta isla caribeña pudieran competir. La buena voluntad y deseos del Gobierno local insular no fueron suficientes para contrarrestar las trabas impuestas por el Gobierno de los Estados Unidos, que al final no aprobó la entrada de los cubanos a Puerto Rico (Bernier, 2010).

En el contexto del baloncesto y su gran popularidad en Puerto Rico, ha habido instancias en las cuales eventos de este deporte se han utilizado como metáforas políticas con el fin de denunciar la relación colonial impuesta por los Estados Unidos. Por ejemplo, quienes apoyan que Puerto Rico se convierta en un país soberano celebraron que en los Juegos Olímpicos del 2004 el Equipo Nacional puertorriqueño de baloncesto masculino derrotó a la representación de los Estados Unidos. Sin embargo, esta utilización del deporte como instrumento de celebración y afirmación nacional puertorriqueña no siempre se extiende a las gestas deportivas de las mujeres baloncevistas. En ese sentido, estas atletas no solo enfrentan las trabas impuestas por el colonialismo estadounidense, sino que también lidian con las vicisitudes propias de un deporte que históricamente ha discriminado a las mujeres por razón de su género.

Según las investigaciones de Huyke, en los primeros años del baloncesto en Puerto Rico este deporte era mayormente practicado por mujeres. Los hombres inicialmente no se sintieron atraídos por esta competición, ya que la consideraban como “un juego para mujeres” (Huyke, 1983, pp. 64-65). Si bien Huyke expone en su trabajo que fue para los X JCC celebrados en el 1966 cuando finalmente se organizó un Equipo Nacional de baloncesto femenino de Puerto Rico, otros trabajos señalan que el debut del conjunto puertorriqueño fue en el 1946, durante la quinta edición de los JCC, celebrados en Barranquilla, Colombia (Díaz Torres, 2022b). Aunque a nivel local en Puerto Rico la participación de las mujeres en equipos de baloncesto lleva varias décadas, no fue sino hasta 1989 cuando vuelve a operar el circuito conocido como el Baloncesto Superior Nacional Femenino (BSNF), que es la principal organización profesional para las deportistas que practican el deporte de las canastas en la isla (Mendoza Acevedo, 2018).

No fue sino hasta el 2010, en la vigesimoprimera edición de los JCC, que el Equipo Nacional de baloncesto femenino de Puerto Rico obtuvo una medalla

de oro en esta justa deportiva regional. Estos juegos se llevaron a cabo en la ciudad de Mayagüez, ubicada en la costa occidental de Puerto Rico. Un año después, en el 2011, la representación puertorriqueña en el baloncesto femenino obtuvo nuevamente medalla de oro, pero en esta ocasión el campeonato fue logrado en los Juegos Panamericanos celebrados en Guadalajara, México. A diferencia de los JCC, en los Juegos Panamericanos participan equipos representativos de todo el hemisferio de América y no solo de las regiones de Centroamérica y el Caribe.

En el 2017, el Equipo Nacional de baloncesto femenino de Puerto Rico obtuvo medalla de bronce en la Copa América celebrada en Argentina. Esta gesta les permitió a las puertorriqueñas obtener una de las tres plazas disponibles para América en la Copa del Mundo FIBA que se celebró en el 2018 en Tenerife, España. Ese torneo internacional en suelo europeo representó el debut de Puerto Rico en un torneo mundialista de baloncesto femenino. En el año 2020, las puertorriqueñas continuaron su ascenso en este deporte y clasificaron por primera vez a unos Juegos Olímpicos de Verano. La participación en esta justa deportiva internacional fue pospuesta hasta el 2021 debido a la emergencia global de salud por la pandemia de covid-19. Esa edición de los Juegos Olímpicos se celebró en la ciudad japonesa de Tokio.

Aunque Puerto Rico no clasificó por mérito propio a la Copa del Mundo del 2022, el equipo terminó recibiendo una invitación por parte de la FIBA. Las puertorriqueñas sustituyeron al equipo de Rusia, el cual fue descalificado como represalia por la participación de su Gobierno en la guerra contra Ucrania. De esta forma, el Equipo Nacional de Puerto Rico participó por segunda ocasión en un Copa del Mundo de mujeres. La representación puertorriqueña culminó en la octava posición de este torneo mundial, tras lograr clasificar a la segunda ronda de este evento celebrado en Australia.

La destacada participación de las puertorriqueñas en la Copa del Mundo del 2022 aportó a que, en fe-

brero del 2023, la FIBA clasificara a Puerto Rico como el décimo mejor equipo entre un total de 118 naciones que compiten en el baloncesto femenino (FIBA, 2023b). Ese mismo mes, el Equipo Nacional masculino puertorriqueño fue anunciado como el clasificado número veinte entre 161 países que participan de los torneos de la FIBA para hombres (FIBA, 2023b). Mientras las mujeres participaron en la edición más reciente de los Juegos Olímpicos de Verano (Tokio 2020), el equipo puertorriqueño de hombres no participa de este torneo desde las Olimpiadas del año 2004 en Grecia. El hecho de que las mujeres baloncestistas puertorriqueñas tengan mejor clasificación mundial que los hombres ha llevado a reconocidas voces académicas y activistas feministas a denunciar el trato desigual y discriminatorio que las mujeres continúan recibiendo en este deporte de conjunto.

Una de las mujeres que públicamente ha reclamado mejor trato hacia las mujeres deportistas es la historiadora feminista puertorriqueña Delia Lizardi Ortiz. En su libro *Imagen de la mujer deportista puertorriqueña: 1960-2014*, la académica le dedica una sección al análisis de la situación precaria de las baloncestistas en Puerto Rico. Lizardi Ortiz cuestiona la campaña promocional de “Ellas también juegan”, mensaje que fue utilizado por el BSNF para mercadear los partidos de baloncesto de mujeres. Según la historiadora, este mensaje reproduce la idea de que el baloncesto es un evento para hombres en el cual las mujeres también pueden participar como actrices de reparto. Plantea Lizardi Ortiz que “este estribillo, aunque parezca inofensivo, implica la subordinación de estos equipos femeninos a que una autoridad decida y permita su participación... ¿Se supone, entonces, que el baloncesto sea un deporte masculino y a ellas también se les permite jugar?” (Lizardi Ortiz, 2015, p. 45).

Estos reclamos en favor de mayor equidad en el deporte han encontrado eco en diversos sectores de la sociedad puertorriqueña. Hoy día, los pronunciamientos de atletas, mujeres periodistas y académicas muestran que las perspectivas feministas en el depor-

te comienzan a ganar terreno en Puerto Rico. Uno de los reclamos presentados por quienes abogan por mayor equidad de género en el deporte es que exista mayor visibilidad hacia las mujeres deportistas. Estos reclamos también incluyen invitaciones a repensar y ampliar la geografía del deporte puertorriqueño para que incluya las imágenes y experiencias de las atletas femeninas y no solamente las historias de los atletas masculinos.

Activismo feminista de mujeres baloncestistas en Puerto Rico

En un trabajo anterior presento dos controversias en las cuales jugadoras puertorriqueñas de baloncesto asumieron un rol de activistas en favor de las mujeres deportistas. Aunque sus pronunciamientos ocurrieron en épocas distintas, las exjugadoras del Equipo Nacional, María “Cusa” Rivera y Carla Cortijo, se enfrentaron a la FBPR en lo que ellas entendían que eran situaciones de discriminación contra las baloncestistas. La denuncia de Rivera ocurrió en el 1993, cuando la deportista publicó una columna de opinión en el semanario de ideologías de izquierda *Claridad*. En dicho texto, la entonces jugadora denuncia las vicisitudes que existen en Puerto Rico para posibilitar la participación de las mujeres en el baloncesto. No obstante, a pesar de su frustración, Rivera cierra su columna con optimismo e invita a las mujeres deportistas a “visualizar los obstáculos y contratiempos en una forma positiva. Así serán capaces de convertir esos llamados contratiempos en un motivo de superación que les ayude y permita lidiar con cualquier situación que se les presente” (Díaz Torres, 2022b, p. 79). De este caso, llama la atención que el único medio de prensa que le dio la oportunidad a Rivera para escribir su columna de opinión fuera uno que abiertamente apoya la independencia de Puerto Rico con respecto a los Estados Unidos. Esta particularidad sugiere que dentro del equipo editorial de *Claridad* había personas

que veían la oposición al colonialismo político y los reclamos feministas como luchas complementarias por una sociedad puertorriqueña más justa.

El caso de Cortijo ocurre en el 2015, veintidós años después del texto escrito por Rivera. Esta nueva controversia en la cual una jugadora denuncia discriminación por razón de género comenzó cuando la FBPR le negó a Cortijo su carta de transferencia para autorizar su firma con el club deportivo Atlanta Dream de la Asociación Nacional de Baloncesto Femenino (WNBA, por su sigla en inglés) de los Estados Unidos. La razón dada por la FBPR para la denegación de la carta era que el torneo de la WNBA coincidía con fechas del Equipo Nacional al cual Cortijo pertenecía. La jugadora, por su parte, respondió a la prohibición alegando que ella siempre había aceptado las invitaciones a jugar con el Equipo Nacional. Asimismo, salió a relucir que, en el pasado, la FBPR había excusado a jugadores hombres del Equipo Nacional debido a sus compromisos con ligas de baloncesto profesionales.

La controversia entre Cortijo y la FBPR fue ampliamente reseñada por los medios de prensa en Puerto Rico. Así como Rivera publicó una columna para comunicar sus denuncias, Cortijo redactó una carta abierta que fue divulgada en diferentes medios y plataformas de comunicación masiva. En la misiva, la ahora exjugadora expresa que en la FBPR “no solo detuvieron mi progreso y mi desarrollo profesional, sino que lograron ponerle fin al sueño de todas las niñas y mujeres que veían como una posibilidad llegar a ese nivel [de la WNBA]”. Más adelante, la deportista cierra la carta invitando a las niñas baloncelistas a no desanimarse y luchar, ya que

[...] los tiempos han cambiado y los asuntos sociales, culturales, políticos, religiosos y deportivos no se miran desde la misma perspectiva de antes, dado a que hemos evolucionado como sociedad, y el atleta conoce, de primera mano, que aunque sudamos por la bandera, ésta esconde muchas verdades. Es momento de buscar igualdad y equidad en todos los

ámbitos sociales y deportivos por el bien y el futuro de nuestro país (Díaz Torres, 2022b, p. 188).

Aunque estas controversias están separadas por más de dos décadas, los reclamos de Rivera y Cortijo coinciden en que parten del reconocimiento de que las estructuras de poder del baloncesto en Puerto Rico discriminan a las mujeres que deciden practicar este deporte. Sus reclamos son feministas al establecer que el género de una persona no debe utilizarse como base para el discrimin y la negación de oportunidades. Las luchas de ambas representan precedentes para quienes posteriormente enarbolaron la bandera de la equidad en el deporte en Puerto Rico. Asimismo, los argumentos de ambas encontraron eco entre quienes posteriormente abogaron por una mayor visibilidad hacia el baloncesto femenino dentro de los espacios y paisajes deportivos alrededor del territorio puertorriqueño.

Paisajes deportivos y reclamos feministas por una mayor visibilidad de la mujer deportista

Las islas que forman parte de Puerto Rico se dividen en 78 unidades administrativas conocidas como municipios. Algunos de estos lugares cuentan con equipos dentro de las principales ligas deportivas puertorriqueñas. Uno de los torneos profesionales más populares es el Baloncesto Superior Nacional (BSN), circuito de competencia masculino avalado por la FIBA y que ha operado por más de nueve décadas. También destaca en popularidad la Liga de Béisbol Superior Doble A para hombres y la Liga de Voleibol Superior Nacional Femenino (LVSF).

Algunos de los municipios que son sede de equipos desarrollan parte de su identidad colectiva alrededor del conjunto deportivo que juega como local en su jurisdicción (Figura 1). Por ejemplo, en la región noroeste de Puerto Rico, el pequeño municipio de

Quebradillas es conocido por su apego a los símbolos alusivos al equipo de los Piratas en el BSN. Diferentes cafeterías, barras y restaurantes en ese pueblo adornan sus paredes con imágenes alusivas a los Piratas de Quebradillas, franquicia que ha sido exitosa, con un total de seis campeonatos del BSN. De manera similar, el municipio de la región del interior montañoso conocido como Corozal se autoidentifica como una de las capitales del voleibol, ya que su equipo de las Pinkin

cuenta con un total de diecinueve campeonatos en la LVSF (Federación Puertorriqueña de Voleibol, 2023). Frente al coliseo en el que juegan las Pinkin de Corozal hay una pequeña estatua en tributo a su legendaria exjugadora, Carmen Zoraida Figueroa. También, en el caso de la región oriental de Puerto Rico, el deporte del béisbol es el referente deportivo principal y además es gestor de rivalidades entre equipos de municipios vecinos que participan del circuito Doble A.



FIGURA 1. La estación del tren Deportivo en el municipio de Bayamón tiene decoraciones alusivas al equipo local de los Vaqueros

FOTO: Rafael R. Díaz Torres.

En su trabajo, la geógrafa Ana María Luque Gil (2012) argumenta que los deportes representan una “poderosa industria mundial con capacidad de generar grandes transformaciones en la configuración territorial, el geógrafo debería contribuir a entender estos paisajes denominados por John Bale ‘sportscape’” (p. 55). Al igual que en otros lugares del planeta, en Puerto Rico el sentido de pertenencia y la valorización colectiva hacia los equipos deportivos también aporta a transformar los espacios y paisajes de algunos municipios y regiones. Sin embargo, ningún municipio puertorriqueño reclama equipos de baloncesto femenino como entes protagónicos de su geografía cultural y deportiva. Esto a pesar de que el equipo que más títulos ha ganado en el baloncesto profesional nacional no es uno de

hombres en el BSN, sino uno de mujeres en el BSNF: las Gigantes de Carolina, con un total de 18 campeonatos. Mientras los techos de los coliseos que albergan franquicias de baloncesto enarbolan los banderines de los equipos masculinos que han obtenido títulos en el BSN, no se hace lo propio para las representaciones de mujeres que en algún momento se han alzado con el máximo título del BSNF¹. Esto a pesar de que en el año 2023 el Equipo Nacional de baloncesto femenino de Puerto Rico tiene una mejor clasificación mundial que el quinteto masculino, según las listas oficiales publicadas por la FIBA.

¹ Desde agosto del 2023, el municipio de Carolina decidió colocar banderas por los campeonatos de las Gigantes. Esta acción se dio luego de reclamos públicos en favor de la equidad de género en el deporte, como se verá más adelante en este artículo.

Hoy día, activistas y medios feministas que se interesan en los temas deportivos realizan llamados para ampliar la visibilidad de las mujeres dentro de los imaginarios colectivos y las geografías del deporte. En algunos casos, estos llamados surgen desde plataformas sociales cibernéticas, como es el caso de los escritos de la historiadora y atleta feminista Delia Lizardi Ortiz. En otras ocasiones, los reclamos surgen desde medios de prensa o revistas puertorriqueñas con línea editorial feminista, tales como *Todas y Revista Étnica*. Este uso del internet para comunicar estos reclamos posibilita las oportunidades de negociación con el fin de desarrollar e imaginar nuevas geografías de género para espacios que históricamente han sido monopolizados por los hombres (Whitson, 2018). En el contexto de Puerto Rico, ya sea a través de intervenciones artísticas en espacios urbanos o por medio de llamados publicados en las redes sociales cibernéticas, en años recientes activistas feministas ligadas al deporte continúan fortaleciendo sus reclamos de mayor equidad de género y visibilidad hacia las baloncevistas.

Las próximas dos secciones de este escrito presentan casos en los cuales mujeres alzaron su voz en favor de la integración de las baloncevistas dentro de los paisajes urbanos y las geografías deportivas de Puerto Rico. El primer caso presenta la experiencia de una artista que logró pintar un mural de jugadoras de baloncesto en un espacio público de San Juan, que es la ciudad capital puertorriqueña. El segundo caso expone los reclamos de una periodista de deporte y exjugadora de baloncesto, quien denuncia la ausencia de banderines de campeonato para el equipo que más títulos ha ganado en el BSNE. Ambos ejemplos parten del deseo de reconocer al baloncesto femenino como una actividad en igualdad de condiciones que el masculino, tanto en oportunidades como en la importancia brindada por los municipios en los cuales se llevan a cabo eventos de este deporte.

Muralismo, feminismo y visibilidad urbana hacia las baloncevistas

Los deseos de visibilizar a las baloncevistas dentro del paisaje urbano y deportivo de Puerto Rico están presentes en el trabajo de la artista puertorriqueña Elizabeth Barreto. Al reconocer que no existen murales que celebren a estas atletas del deporte de las canastas, Barreto aprovechó una oportunidad de colaboración junto al Gobierno de la ciudad capital, San Juan, para pintar una imagen con los rostros de varias de las jugadoras del Equipo Nacional que representó a Puerto Rico en las Olimpiadas de Verano 2020, celebradas en Tokio, Japón, durante el año 2021. El mural de Barreto se ubica en el área pública conocida como el Paseo de Diego, un espacio peatonal amplio que forma parte del sector capitalino de Río Piedras y que está a unos pasos del recinto más grande de la Universidad de Puerto Rico (UPR). Los proyectos de murales forman parte de una iniciativa local para tratar de revitalizar un área urbana que, aunque en el pasado fue vibrante en términos de actividad comercial y cultural, hoy día se caracteriza por el abandono de propiedades, la ausencia de inversión y la falta de disponibilidad de vivienda asequible. El mural pintado por Barreto destaca a las jugadoras puertorriqueñas Pamela Rosado, Jazmon Gwathmey, Jennifer O'Neill, Michelle González e Isalys Quiñones (Figura 2).

Previo a la inauguración del trabajo de arte callejero de Barreto, durante el otoño del año 2022, la ciudad de San Juan solo contaba con un gran mural dedicado al baloncesto puertorriqueño. Esta obra artística se ubica en la entrada del Coliseo Roberto Clemente, el cual es la principal instalación deportiva en donde se llevan a cabo los partidos locales del Equipo Nacional de baloncesto. El mural consiste exclusivamente en figuras de hombres que han representado a

Puerto Rico (Figura 3). Fue precisamente esta invisibilidad hacia las baloncelistas lo que motivó a Barreto a proponer el mural de las jugadoras como parte de la oferta artística urbana en el Paseo de Diego. Además, la artista de murales fue jugadora de baloncesto en su

natal pueblo de Bayamón y su hermana participó del torneo del BSNF. Estas experiencias aportaron a que Barreto no dudara en reconocer la importancia de visibilizar el legado de las baloncelistas dentro de los paisajes urbanos de San Juan.



FIGURA 2. La baloncelista puertorriqueña Isalys Quiñones posa al lado del mural pintado por la artista Elizabeth Barreto en tributo al Equipo Nacional de baloncesto femenino de Puerto Rico
FOTO: Frances Quiñones.

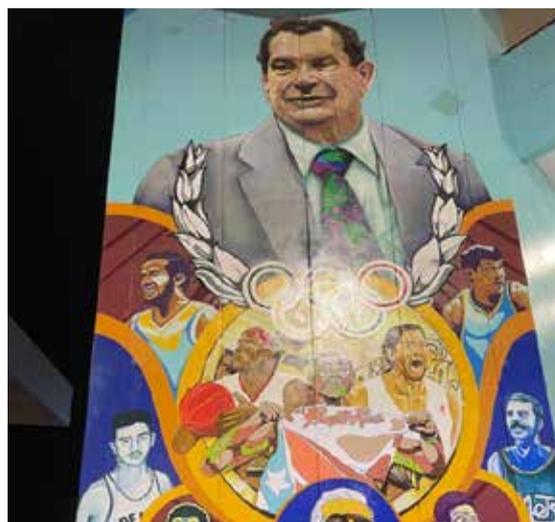


FIGURA 3. Mural en San Juan que rinde tributo a algunos de los mejores baloncelistas masculinos de Puerto Rico
FOTO: Rafael R. Díaz Torres.

En una entrevista publicada por el medio feminista puertorriqueño *Todas* (2022), Barreto justifica su arte como uno de carácter feminista. Según la artista, “estamos en una coyuntura en la cual hay que aprovecharlas y darles el empuje [a las baloncevistas], nosotros como fanaticada, nosotres como feministas también”. Para Barreto, proveer mayor visibilidad hacia estas jugadoras dentro de los paisajes de la ciudad también representa una oportunidad para ampliar las conversaciones sobre los logros, luchas y retos de las mujeres deportistas. En ese sentido, la artista bayamesa aspira a

[...] que se abran las puertas del diálogo y que se hable más de la desigualdad que ellas enfrentan, versus la liga masculina. Que se hable de lo que se merecen, una paga justa. Que tengan la oportunidad de dedicarse al deporte completo y no tener que malabarear entre otros trabajos, lo cual se me hace súper injusto (Díaz Torres, 2022a).

Tras varios meses desde la inauguración del mural de las baloncevistas, un grupo de estudiantes del Bachillerato en Ciencias Sociales con Investigación y Acción Social (INAS) de la UPR en Humacao realizaron un recorrido didáctico en el Paseo de Diego de Río Piedras. El evento se llevó a cabo en la tarde del 24 de febrero del 2023. Una de las paradas reflexivas del recorrido fue frente al mural de Barreto. Como parte de la discusión, se aprovechó para destacar los logros recientes del Equipo Nacional de baloncesto femenino, el cual meses antes finalizó octavo entre las doce representaciones que participaron de la Copa del Mundo de la FIBA celebrada en Australia.

Una semana después del recorrido, algunos estudiantes de INAS compartieron anónimamente sus reflexiones sobre la experiencia, incluyendo el análisis sobre el mural de las jugadoras de baloncesto. Uno de los estudiantes expresó: “Lo más que me gustó fue los dibujos de varias jugadoras de baloncesto, se pudo apreciar el mérito que realmente le[s] tienen que dar, el cual hoy día pocos hacen ya que desconocen, o por gente machista”. Otra estudiante de INAS comentó que

el mural era un dibujo con “perspectiva de género, [por ser una] representación en el baloncesto femenino”. El hecho de que dos de un grupo de nueve estudiantes identificaran la importancia del mural como instrumento de promoción del deporte femenino valida la intención de Barreto y su interés de posibilitar conversaciones sobre estas atletas. Este arte callejero constituye un anejo adicional en los diferentes episodios de luchas por la equidad del deporte en Puerto Rico. Es una oportunidad de ampliar los rostros, identidades e historias que protagonizan el arte callejero de los paisajes urbanos y deportivos puertorriqueños.

Equidad en la representación de banderines de campeonatos femeninos

Las propuestas para incluir a las baloncevistas en los paisajes de la geografía del deporte puertorriqueño no se limitan a los esfuerzos por dar mayor exposición a las mujeres que han vestido los colores del Equipo Nacional. En tiempos recientes, también ha habido llamados para que los municipios de Puerto Rico que son sede de equipos de baloncesto femenino provean mayor exposición a los clubes de mujeres que forman parte del BSNF. Durante el mes de julio del 2023, y en medio de la serie final del principal torneo masculino de baloncesto profesional en Puerto Rico, la periodista deportiva puertorriqueña Natalia Meléndez (2023) publicó un mensaje en el cual cuestionó la razón por la cual los coliseos no tienen banderines que representen los títulos o campeonatos obtenidos por los equipos del BSNF. Meléndez, quien también fue jugadora del Equipo Nacional de baloncesto Puerto Rico y además ha narrado partidos en español para la Asociación Nacional de Baloncesto (NBA, por su sigla en inglés) de los Estados Unidos y la FIBA, publicó una imagen en su cuenta de Facebook en la cual enseñó que en el principal coliseo de baloncesto de la ciudad de Carolina cuelgan los tres banderines de los subcampeonatos del equipo masculino de los Gigantes,

pero no había ninguna bandera que representara a alguno de los 17² campeonatos que para ese entonces tenían las Gigantes de Carolina en el BSNF (Figura 4). Tanto los Gigantes como las Gigantes juegan sus partidos locales en el mismo coliseo, el Polideportivo Guillermo Angulo en Carolina.

En su crítica, Meléndez aprovechó que la serie final 2023 del BSN era protagonizada por los equipos de los Vaqueros de Bayamón y los Gigantes de Carolina. Ambos clubes se ubican en ciudades que forman parte de la región metropolitana de San Juan. El equipo de Bayamón es reconocido como el máximo ganador de campeonatos en el BSN, con un total de 16. Por su parte, los Gigantes obtuvieron el primer título en su historia al concluir dicha serie final ante los Vaqueros. Los 16 trofeos de campeonato adjudicados a Bayamón posicionan a esta franquicia como la máxima ganadora del circuito profesional al cual pertenecen. Sin embargo, los Vaqueros no son el equipo de baloncesto profesional de Puerto Rico con el mayor número de títulos. Esa distinción le corresponde al equipo de las Gigantes de Carolina, con sus 18 campeonatos.

Al igual que Barreto con su mural de las baloncelistas, el cuestionamiento de Meléndez sobre la ausencia de los banderines en el Polideportivo Guillermo Angulo parte de una visión feminista del deporte. La propuesta por visibilizar los campeonatos de un equipo de mujeres representa un planteamiento en el cual se le otorga al baloncesto femenino el mismo valor que al baloncesto masculino. Es una invitación para

que las personas de la ciudad de Carolina reconozcan que su geografía cultural matizada por el deporte también tiene rostros de mujeres. El comentario de Meléndez no ocurre en el vacío ni es el resultado del fragor del momento. Por años, la periodista ha sido vocal en la defensa de los derechos de las baloncelistas y las comunicadoras del deporte. En una entrevista del podcast *La sala de todas*, Meléndez habla sobre los retos de sus compañeras comunicadoras y expresa que “todavía hay mucha resistencia. Todavía las critican. Todavía están pendiente al *lipstick* [de ellas], que si al pelo, que si a la ropa, y no las escuchan” (Quiles, 2022, min 20:47).

La temporada 2023 del BSNF inició en agosto de ese año. Días después de la inauguración del torneo, el municipio de Carolina finalmente invirtió en banderas alusivas a los campeonatos de las Gigantes. Actualmente cuelgan en el techo del Polideportivo Guillermo Angulo, junto a las tres banderas de los subcampeonatos alcanzados por el equipo masculino de la misma ciudad. La gestión del municipio de Carolina no hubiera ocurrido sin la presión y divulgación de una publicación en redes sociales que fue compartida por más de mil cuentas y que además recibió miles de reacciones, incluyendo muchas en apoyo al planteamiento original hecho por Meléndez. La colocación de las banderas de los campeonatos de las Gigantes aporta a visibilizar sus aportaciones al deporte en Carolina y expande el paisaje deportivo de la ciudad al reconocer y valorar las aportaciones de las mujeres deportistas.

2 Al momento en que Meléndez hace la denuncia, las Gigantes de Carolina tenían 17 campeonatos del BSNF. Sin embargo, al finalizar la temporada del 2023, el equipo ganó nuevamente el torneo y aumentó su cifra de títulos a 18.



FIGURA 4. El techo del Polideportivo Guillermo Angulo en la ciudad de Carolina solamente presentaba los banderines alusivos al equipo de hombres de los Gigantes de Carolina durante el mes de julio del 2023

FOTO: Rafael R. Díaz Torres.

Conclusiones

Las primeras y únicas dos medallas de oro obtenidas por atletas de Puerto Rico en unos Juegos Olímpicos de Verano fueron protagonizadas por mujeres. Por un lado, la tenista Mónica Puig ganó la presea dorada en las Olimpiadas del 2016, celebradas en Río de Janeiro, Brasil. Luego, en el 2021, la atleta Jasmine Camacho-Quinn ganó la medalla de oro en la carrera de los 100 metros con vallas de los Juegos Olímpicos de Tokio. Estas gestas deportivas encabezadas por mujeres aportaron a ampliar los reclamos de mejores condiciones para las deportistas que representan a Puerto Rico o que compiten profesionalmente en alguna de sus ligas nacionales.

Asimismo, los logros recientes del Equipo Nacional de baloncesto femenino de Puerto Rico a nivel

internacional propiciaron una coyuntura ideal para que voces que llevaban años reclamando mejores condiciones para las deportistas renovaran sus críticas y exigieran nuevamente un mejor trato hacia las baloncestistas. Si bien la cobertura de periodismo deportivo ha mejorado en los últimos años en términos de la exposición y calidad de representación hacia el baloncesto femenino (Díaz Torres, 2022b), todavía queda mucho trabajo por hacer para mejorar la brecha de inequidad por razón de género. Reclamos como los realizados por la muralista Elizabeth Barreto y la periodista Natalia Meléndez validan la vigencia que continúan teniendo las luchas en favor de mayor visibilidad y equidad hacia las mujeres deportistas. Sus respectivas propuestas por adornar los espacios urbanos de la capital con murales de las jugadoras y añadir en coliseos los banderines de

campeonatos de equipos de baloncesto femeninos representan un llamado a ampliar las geografías deportivas puertorriqueñas a través de la inserción de la mujer deportista como un elemento protagónico. Es una invitación a valorar a las baloncestistas de la misma forma que históricamente se han valorado a los baloncestistas. Es, además, una afirmación de que las geografías deportivas de Puerto Rico deben estar igualmente configuradas por las voces, experiencias y luchas de las mujeres que, dentro de sus diversidades, han aportado para que su nación sea reconocida internacionalmente a nivel olímpico.

Conflictos de interés. El autor no tiene conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. El autor no recibió financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. *Rafael R. Díaz Torres*: conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

Bale, J. (2003). *Sports geography*. Routledge.

Bernier, D. (2010). *¡En guardia!: combates, conquistas y legados de Mayagüez 2010*. Publicaciones Urbanas.

Díaz Torres, R. (2022a, agosto 18). Elizabeth Barreto pinta mural en tributo a baloncestistas puertorriqueñas. *Todas*. <https://www.todaspr.com/elizabeth-barreto-pinta-mural-en-tributo-a-baloncestistas-puertorriqueñas/>

Díaz Torres, R. (2022b). *Género, prensa y geografía del deporte: representación y cobertura de la Selección Nacional de Puerto Rico en el baloncesto femenino (1993-2017)*. Isla Negra Editores.

Duncan, M. C. (2006). Gender warrior in sport: Women and the media. In A. Raney & J. Bryant (eds.), *Handbook of sports and media* (pp. 231-252). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Federación Internacional de Baloncesto (FIBA) (2023a). *Federación de Baloncesto de Puerto Rico*. <https://www.fiba.basketball/es/federation/Puerto-Rico>

Federación Internacional de Baloncesto (FIBA) (2023b). *FIBA World Ranking Presented by Nike*. <https://www.fiba.basketball/es/rankingwomen>

Federación Puertorriqueña de Voleibol (2023, mayo 12). *Las campeonas Pinkin de Corozal lograron el “back to back”*. <https://fedpurvoli.com/2023/05/12/las-campeonas-pinkin-de-corozal-lograron-el-back-to-back/>

Figueroa Cancel, A. (2016). *El camino al Cerro Pelado: la oposición del gobierno de Puerto Rico a la participación de Cuba en los X Juegos Centroamericanos y del Caribe en 1966*. Editorial Deportiva Caín.

Huyke, E. (1983). Baloncesto. En E. Huyke (ed.), *Los deportes en Puerto Rico* (pp. 58-74). Serie Colecciones Puertorriqueñas. Troutman Press.

Lizardi Ortiz, D (2015). *Imagen de la mujer deportista puertorriqueña: 1960-2014*. Editorial Deportiva Caín.

Luque Gil, A. M. (2012). El deporte como objeto de reflexión e investigación geográfica. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 59, 49-77.

Meléndez, N. (2023, julio 20). *Y aprovecho ya que estamos con fiebre de Calentón para señalar sin “tirar la mala”...* https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02XmuRypcuWtLPzADGxNwPivxiKzNo-gjGvDrVz9yX6xKA3rsZL6juunRH9eS7dVsySl&id=100044277107302&mibextid=qClgEa&paipv=0&eav=AfajL-gNy8T7gzJ8P71FAUmRzkp6fVosg-QL_TfRkI5WrapbYOYHVJW07wNOjqEzWxQ&_rdr

Mendoza Acevedo, C. (2018). La nación entre aros: notas históricas del baloncesto puertorriqueño. En C. Mendoza Acevedo & W. Bonilla Carlo (eds.), *La patria deportiva: ensayos sobre historia y cultura atlética en Puerto Rico* (pp. 163-238). Editorial Arco de Plata.

Quiles, C. [Anfitrión] (2022, octubre 21). Las victorias del baloncesto femenino se sostienen en décadas de luchas y sacrificios. [Pódcast de audio]. *La sala de todas*. <https://podcasters.spotify.com/pod/show/la-sala-de-todas/episodes/Las-victorias-del-baloncesto-femenino-se-sostienen-en-decadas-de-luchas-y-sacrificios-e1pij60>

Sotomayor, A. (2016). *The sovereign colony: Olympic sport, national identity, and international politics in Puerto Rico*. University of Nebraska Press.

Whitson, R. (2018). Spaces of culture and identity production: Home, consumption and the media. In A.

Oberhauser, J. Fluri, R. Whitson, & S. Mollett (eds.),
Feminist spaces: Gender and geography in a global context.
Routledge.

CIRIA MARGARITA SALAZAR C.   EMILIO GERZAÍN MANZO LOZANO 

ARTÍCULO ORIGINAL

Fútbol e interseccionalidad: la trayectoria de Monarcas Colima

Recepción: 22 de agosto de 2023 ▶ **Evaluación:** 3 de noviembre de 2023 ▶ **Publicación:** 1 de enero de 2024

Sugerencia de citación. Salazar C., C. M., Manzo Lozano, E.G. (2024). Fútbol e interseccionalidad: la trayectoria de Monarcas Colima. *Perspectiva Geográfica*29(1), 1-12. <https://doi.org/10.19053/01233769.16368>

Resumen. El deporte, especialmente el fútbol —desde su génesis—, ha sido un territorio hipermasculinizado, caracterizado por la fuerza, el vigor y la rudeza. Esto no solo dejó durante mucho tiempo a las mujeres fuera de su práctica, sino que también aquellos hombres que no encajaban en la masculinidad hegemónica fueron excluidos por décadas de una práctica oficialista. En términos de la interseccionalidad, el vocablo alude a los hombres de la comunidad LGBTQ+ que, por no cumplir con el estereotipo físico y actitudinal, fueron estigmatizados y orillados a buscar prácticas deportivas estereotipadas, o donde los estándares no marcaran una diferencia o confrontación con la identidad sexual. Los movimientos sociales para el reconocimiento de la diversidad sexual impactan en el ámbito deportivo al reconocer las distintas manifestaciones del ser humano más allá del género binario. El objetivo del artículo es contar la trayectoria de 19 años del equipo Monarcas, en el estado de Colima (México), y por qué marca un hito al constituirse como un conjunto de jugadores de fútbol que no entran en el esquema binario del género y que promueven los derechos a la libertad, la vida sana y el deporte, para hacerse un lugar como campeones en un territorio heteronormativo. La metodología utilizada es etnografía feminista, apoyada por fuentes documentales y entrevistas semiestructuradas como fuentes primarias para la construcción del entorno espacial, histórico e influencia del club en los movimientos deportivos LGBTQ+ de la región y el país.

Palabras clave: *fútbol, interseccionalidad, LGBTQ+, Monarcas Colima, geografía.*

-
- 1 Doctora en Educación Física y Artística, Universidad de Extremadura, PTC de la Universidad de Colima. Cuerpo académico UCOL85 Educación y Movimiento, México. ciria6@ucol.mx <https://orcid.org/0000-0001-8863-2309>
 - 2 Doctor en Letras Modernas, Universidad Iberoamericana, PTC de la Universidad de Colima. Cuerpo académico UCOL85 Educación y Movimiento, México. manzolozano@ucol.mx <https://orcid.org/0000-0003-2087-2378>



Football and intersectionality: the trajectory of Monarcas Colima

Abstract: Sport, especially soccer—since its genesis—has been a hyper masculinized territory, characterized by strength, vigour and rudeness. This not only left women out of its practice for a long time, but also those men who did not fit into hegemonic masculinity were excluded for decades from an official practice. In terms of intersectionality, the word refers to men from the LGBTIQ+ community who, for not complying with the physical and attitudinal stereotype, were stigmatized and forced to seek stereotypical sports practices, or where the standards did not make a difference or confrontation with the sexual identity. Social movements for the recognition of sexual diversity impact the sports field by recognizing the different manifestations of the human being beyond the binary gender. The objective of the article is to tell the 19-year history of the Monarcas team, in the state of Colima (Mexico), and why it marks a milestone by becoming a group of football players who do not fit into the binary gender scheme and who promote the rights to freedom, healthy living and sports, to make a place for themselves as champions in a heteronormative territory. The methodology used is feminist ethnography, supported by documentary sources and semi-structured interviews as primary sources for the construction of the spatial, historical environment and influence of the club on the LGBTIQ+ sports movements of the region and the country.

Keywords: *football, intersectionality, LGBTIQ+, Monarcas Colima, geography.*

Futebol e interseccionalidade: a trajetória de Monarcas Colima

Resumo: O esporte, especialmente o futebol – desde a sua gênese – tem sido um território hiper masculinizado, caracterizado pela força, vigor e grosseria. Isto não só deixou as mulheres fora da sua prática durante muito tempo, mas também aqueles homens que não se enquadravam na masculinidade hegemónica foram excluídos durante décadas de uma prática oficial. Em termos de interseccionalidade, a palavra refere-se a homens da comunidade LGBTIQ+ que, por não cumprirem o estereótipo físico e atitudinal, foram estigmatizados e obrigados a buscar práticas esportivas estereotipadas, ou onde os padrões não faziam diferença ou confronto com a sexualidade. identidade. Os movimentos sociais pelo reconhecimento da diversidade sexual impactam o campo esportivo ao reconhecerem as diferentes manifestações do ser humano para além do gênero binário. O objetivo do artigo é contar a história de 19 anos do time Monarcas, do estado de Colima (México), e por que ele marca um marco ao se tornar um grupo de jogadores de futebol que não se enquadram no esquema binário de gênero e que Promovem os direitos à liberdade, à vida saudável e ao desporto, para conquistarem um lugar como campeões num território heteronormativo. A metodologia utilizada é a etnografia feminista, apoiada em fontes documentais e entrevistas semiestruturadas como fontes primárias para a construção do ambiente espacial, histórico e influência do clube nos movimentos esportivos LGBTIQ+ da região e do país.

Palavras-chave: *futebol, interseccionalidade, LGBTIQ+, Monarcas Colima, geografia.*

Introducción

Los apuntes de partida

El deporte moderno —como se le conoce en nuestra época— tiene, justamente, su génesis en la Rugby Public School, bajo la dirección de Thomas Arnold, en Inglaterra (de 1828 hasta 1841). Arnold era conocido como “el revolucionario del deporte”; durante sus primeros años como director aplicó reformas al currículo de la escuela pública de la comunidad de Rugby (Inglaterra) y consideró al deporte como un eje transversal en la formación de las juventudes (Pérez Aragón & Gallardo Pérez, 2016).

La Rugby Public School tuvo como mérito ser la escuela formadora de los hombres jóvenes ingleses —lugar para la trasmisión del conocimiento más avanzado de la época y del momento— para forjar el carácter y modelar cualidades morales y sociales; en palabras del propio Thomas Arnold, de comunes a caballeros: “mi objetivo es enseñar a los niños a gobernarse a sí mismos” (Coubertin, 2012, p. 97). Los historiadores de Arnold —principalmente Pierre de Coubertin— afirman que observó con detenimiento cómo los jóvenes del colegio dedicaban sus horas libres a compartir, en las áreas abiertas, juegos populares y tradicionales de sus lugares de origen y cómo estos, bajo códigos de comportamiento, podían brindarles una interacción placentera y vigorosa.

Cuando Thomas Arnold observó la viabilidad pedagógica de las prácticas físicas y organizadas, les encargó a sus estudiantes que reglamentaran esos juegos del patio (establecer acuerdos y códigos), lo que llevó a la creación de clubes, formalización del asociacionismo y generación de diversas disciplinas deportivas —entre ellas, el fútbol—. Este tuvo su origen oficial con la publicación del reglamento de 1863 (el cual fue conciliado por varios colegios de la época). Para el fútbol, el reglamento y código más influyente fue el de Cambridge. Elaborado bajo los principios de la masculinidad hegemónica de la época, se redujo —

con la normativa— el juego brusco y violento, pero las nuevas reglas enfatizaban destrezas y habilidades basadas en la fuerza física.

Coubertin (2012), creador de los Juegos Olímpicos (JJ. OO.) modernos y seguidor de Thomas Arnold, en uno de sus libros enfatiza sobre el uso y el pensamiento emancipador del cuerpo, tratamiento que también imprimió a los JJ. OO. desde su origen: “Arnold fue el primero en utilizar al deporte para producir voluntades firmes y corazones rectos, al mismo tiempo que cuerpos robustos mediante la libertad y jerarquía del mérito” (p. 90). Esta visión del deporte y sus participantes no solo descartó a otro tipo de masculinidades de la época, sino que también determinó, durante muchas décadas, la participación de las mujeres.

Para el caso de las mujeres, Pierre Coubertin —de forma férrea— impuso una distancia con el deporte basada en un discurso patriarcal, biológico e intelectual que en nuestros días aún persiste, y, sobre todo, estereotipado por la reproducción femenina, la delicadeza de la figura y la estética. La antigua frase *citius, altius, fortius*, que continúa vigente como definición del ser identitario de los JJ. OO., es una prueba efectiva de lo que se espera de alguien que desea entrar al olimpismo: “más rápido, más alto y más fuerte”. Esta locución latina legitimó los valores y las capacidades físicas vinculadas a lo que debía ser un hombre.

También, desde su génesis, el fútbol *soccer* fue el espacio de reproducción de la masculinidad hegemónica institucionalizada y reconocida socialmente, aunque en nuestros días se han comenzado a gestar algunos cambios y procesos que nos hacen pensar en rupturas del bastión masculino, pues desde siempre fue el espacio de los hombres para medir y potenciar los ímpetus, la habilidad y la pericia física sobre un objeto redondo que circulaba por un gran rectángulo.

Sanfélix (2016) menciona que el fútbol es un coto homosocial propicio para la modelación y reproducción sistemática del modelo hegemónico, en donde los chicos aprenden desde la infancia que al ir a prac-

ticar fútbol también se deben aprender los códigos identitarios de ser hombre jugador de fútbol: “fuerza, agresividad, competitividad, violencia, en pro de la consecución del reconocimiento y el éxito, pero siempre desde el paradigma de la pertenencia a un grupo identitario que le da sentido y sustento a estas lógicas” (p. 246). Estos espacios de homosocialidad masculina —como es el caso del fútbol— articulan de forma perfecta estructuras de socialización, construyen relaciones de fraternidad y hermandad a modo de pacto patriarcal (Segato, 2017, citado en Kopelovich, 2023) y fortalecen la identidad sexogenérica; en muchos casos, se caracterizan por la violencia exacerbada, violencia simbólica con y para los otros, misoginia, machismo y homofobia: escenarios, sin duda, de construcción o fortalecimiento de la masculinidad (hegemónica).

A principios de los años ochenta (s. XX), se desprende de los estudios de género el concepto de masculinidad hegemónica, históricamente entendido como un patrón de prácticas legitimado por el poder patriarcal (Connell & Messerschmidt, 2021) y atractivamente reproducible, pero que también permitió —a partir de su unicidad inicial— una mirada y cuestionamiento crítico a las diversas formas de ser hombre. Ponce (2004) expresa que, a pesar de la socialización dominante, los significados del ser hombre tienen un carácter heterogéneo, inestable y disputado; a eso deben agregarse las múltiples formas ideológicas, contextuales y geográficas en las que fueron formados, modelados y educados.

En este sentido, List Reyes (2004) hace notar —a través de la discusión de la relación entre sexo, género y genitalidad— que la masculinidad no siempre pertenece a los varones, o no siempre los varones, para ser varones, deben ser masculinos, porque lo masculino y lo femenino no son órdenes monolíticos, excluyentes ni binarios. En cuanto a suponerlos binarios o ligados (el sexo y el género), Judith Butler (2007) asevera que cuando el género se independiza del sexo, el género mismo se convierte en un artificio vago, con la conse-

cuencia de que hombre y masculino pueden significar tanto un cuerpo de mujer como un cuerpo de hombre y mujer; y femenino, tanto uno de hombre como uno de mujer (p. 39); en otras palabras: las identidades de género son mutables.

Con relación al tema, la masculinidad normativa y hegemónica —a lo largo de las reflexiones y aplicaciones— ha cambiado hasta volverse una categoría diversa; desde la mirada de List Reyes (2004), la construcción de la masculinidad estará normada por sus condicionantes histórico-culturales. Estas nuevas concepciones sobre las masculinidades, así como la posibilidad de que las mujeres participen con libertad y sin cuestionamientos de identidad sexogenérica, han posibilitado la incursión de las comunidades LGBTIQ+ en la práctica deportiva pública, institucional y profesional (Salazar, 2023). En el presente trabajo se narra la trayectoria deportiva y activista de casi dos décadas del equipo Monarcas, del municipio de Tecomán, Colima (México), una agrupación que marca un hito al constituirse en un conjunto de jugadores de fútbol que no entran en el esquema binario del género y que promueven los derechos a la libertad, la vida sana y el deporte.

El abordaje

El abordaje metodológico es de tipo antropológico feminista, que, de entrada, cuestiona la situación sobre cómo operan los sistemas de opresión, el sexismo, el etnocentrismo, el racismo y el régimen cisheterosexual, entre otros (Ruiz, 2022), en el contexto espacio, tiempo y forma de la unidad de análisis Monarcas Colima. La técnica utilizada para el rescate y manejo de la información fue la etnografía feminista, que nos permite ver desde la interseccionalidad las nuevas desigualdades y las dinámicas de poder, un método de rastreo, ensamble y *transformación para cultivar la capacidad de respuesta entre las urgencias* (Ruiz, 2022, p. 82).

La Barbera (2017) describe a la interseccionalidad como una categoría analítica que permite examinar

las dinámicas sociales y estructurales reproducibles de generación en generación:

La interseccionalidad se presenta como categoría analítica para identificar de qué manera la intersección de las estructuras sociales (género, sexualidad, raza, nacionalidad, clase, discapacidad) genera situaciones de discriminación complejas que se mantienen y reproducen tanto en el nivel estructural, como político y discursivo (La Barbera, 2017, p. 191).

Recurrimos a las fuentes documentales (en notas periodísticas, literatura gay de la época y registros digitales del estado de Colima) para situar a Monarcas Colima en el contexto espaciotemporal y recuperamos, de forma oral —de sus fundadores e integrantes—, aspectos sensibles de su trayectoria, así como algunas de sus experiencias.

Monarcas Colima: tiempo y espacio

Considerado por muchos años la “capital del oro verde” (por su alta producción de limón), Tecomán es uno de los diez municipios que conforman el estado mexicano de Colima, sobre la costa del Pacífico. Ubicado en un valle pródigo en cultivos de cítricos, palma de coco y fauna, genera gran parte de la riqueza del estado y es asentamiento de jornaleros temporales provenientes de diferentes lugares de la República Mexicana. Se atribuye a este municipio una superficie de 808 km y tiene dos zonas definidas: la costera, una franja con el 60% de la superficie que cuenta con 30 km de litoral (17 km en su parte más ancha tierra adentro y 8 km en la más angosta), cuya superficie total estimada es de 487 km; y la planicie costera, conocida como el Valle de Tecomán, que se destaca por sus playas: Pascuales, El Real, Tecuanillo, Carrizal, Manzanilla, Guazango, El Coco, Guayabal, y que, al inicio del presente siglo, representaba la principal fuente de ingresos para la población local (Correa, 2010).

Tecomán ha sido escenario de proyectos productivos de agricultura, además de encontrarse en el co-

redor costero y estratégicamente cercano al puerto de Manzanillo, calificado como uno de los más importantes de Latinoamérica. Este panorama le otorga un perfil prominente frente a los otros municipios colimenses.

En este lugar se encuentra instalado el campus universitario que alberga bachilleratos y las ingenierías en agricultura y veterinaria, para aprovechar todos los recursos que se generan en estos rubros. Además, a lo largo del municipio existen planteles de los tres niveles de educación básica —preescolar, primaria y secundaria— que cuentan con servicios de apoyo de educación especial, lo que significa (al menos en teoría) que la instrucción se encuentra asegurada.

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda de 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi, 2021), en Tecomán viven 116.305 personas, con una proporción de 98 hombres por cada 100 mujeres y una edad promedio de 28 años. En el rubro de disponibilidad de servicios y equipamiento, en porcentajes: las viviendas cuentan con un 84,4 de agua entubada, 99,4 de drenaje, con las mismas cifras para el servicio de servicio sanitario, así como un 99,2 de energía eléctrica. En cuanto a la disponibilidad de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), existe un 88,4 de uso del celular (teléfono móvil), 34,8 con cobertura de internet, 22,8 de la población cuenta con computadora y el 26,4 con línea telefónica fija. Un 82,1 de las personas están afiliadas a algún servicio médico, mientras que para la situación conyugal 31,2 se encuentran en matrimonio y un 31,9 en soltería.

Este panorama estadístico se muestra alentador, sin embargo, según un estudio desarrollado por la Universidad de Colima y el Instituto Nacional de Desarrollo Social (Martínez Guzmán et al., s. f.), en el estado de Colima existe un amplio margen de población perteneciente a la comunidad LGBTIQ+ que vive discriminación —institucional y cotidiana— y, en el espacio público, violencia —simbólica y estructural, así como física y sexual—. Estos resultados son

proporcionales, de acuerdo al 13% de participantes, en el municipio de Tecomán, en una muestra de 430 personas compuesta por un 68% de hombres, un 30% de mujeres y 2% de intersexuales.

En cuanto al aspecto de la convivencia, centrado solamente en los resultados estadísticos, las cuentas no resultan porque, desde la perspectiva social, queda mucho trabajo por hacer. De las 384 localidades que conforman este municipio, la mayoría están inscritas en un marco de ruralidad. Por densidad de población, destacan la propia cabecera municipal de Tecomán, Cerro de Ortega y la Colonia Bayardo. Asimismo, sobresale que en este municipio existe una fuerte manifestación de la diversidad sexual en actividades económicas, sociales y culturales, que se visualiza —por ejemplo— en la Asociación Unidos por la Diversidad en el Valle de Tecomán (Undivate) (Santillán, 2023).

Junto con estos grupos, que promueven la visibilidad y el trabajo social en distintos escenarios sociales —como la Marcha del Orgullo Gay (Marcha del Orgullo LGBTIQ+ Tecomán, 2023) y concursos de belleza que legitiman su presencia—, aparece la trayectoria de un equipo de fútbol que resulta un hito en el ámbito deportivo porque sus integrantes rompen con los estereotipos que acompañan históricamente a este deporte, vinculados por la tradición a la masculinidad *per se*. El equipo Monarcas tiene un espacio ganado a pulso por ser un buen competidor a nivel cancha, pues su trabajo en conjunto rebasa los límites de los partidos para lanzarse a las causas por la comunidad, por el respeto a los derechos humanos y el reconocimiento ganado con respeto para todas las personas, en particular hacia los hombres que viven la alternancia sexual más allá de la heterosexualidad. A través del balompié promueven desde hace muchos años, entre otras actividades, la Copa LGBT Monarcas Tecomán 2022 de fútbol *soccer 7* —avalada por la Federación Nacional de Deporte Diverso—. En su emisión 2022, reunió a 16 equipos varoniles y 8 femeniles, como una preparación previa a la participación de esta asociación en los Gay Games 2023 (Espíritu, 2022).

El 21 de octubre del 2004 nace el Club Deportivo Monarcas en el municipio de Tecomán, Colima. Desde hace varios días atrás de esta fecha nos veníamos reuniendo [...] para celebrar encuentros deportivos amistosos entre nosotros mismos, surgió una idea prácticamente de nosotros de convivir, de relajarnos un poco a la par de los trabajos que llevábamos juntos todos, los 11 fundadores del club, porque éramos 11 fundadores [...]. Tomamos como referencia nuestra fecha de inicio porque fue cuando tuvimos nuestro primer uniforme y encuentro deportivo ya en un evento oficial, que fue la Unidad Deportiva Norte del municipio de Tecomán (Líder del equipo).

La particularidad de este club deportivo reside en que abarca una temporalidad sobresaliente por su permanencia, además de desarrollarse en un ambiente que no es el más favorable para la comunidad LGBTIQ+. Sus integrantes conforman una red de apoyo para la comunidad diversa que se extiende a la sociedad en general, pues México es uno de los países en la región que cuenta con más leyes encaminadas a la inclusión de las personas de la diversidad sexual. Sin embargo, al mismo tiempo, sigue siendo uno de los que tiene mayor número de registro de crímenes de odio (Corral, 2018).

Habrá que pensar en la transversalidad del paradigma del género binario y en la transformación del esquema del futbolista y del hombre que lo practica. El advenimiento de nuevas formas de masculinidad impacta en las distintas actividades sociales y, por supuesto, el deporte no es excepción. De acuerdo con el *Manual de semántica de la lengua española* (Carriano Ruiz, 2021), podemos observar la construcción del futbolista LGBTIQ+ perteneciente a Monarca: la suma de rasgos semánticos *fuerza (+) virilidad (+) liderazgo*, además de los rasgos implícitos en el futbolista, se mueven en la peculiaridad del equipo Monarcas. En su juego promueven un acto simbólico de transformación social y el acercamiento a nuevas formas de ser hombre, donde la virilidad y la femineidad se conjugan abiertamente en el terreno de juego para dar lugar a la visibilidad de un conflicto social relacionado con la asunción de la

presencia de personas que viven de manera diversa su sexualidad y que la asumen, independientemente del riesgo que esto implique. Sin embargo, el impacto de una liga de fútbol LGBTIQ+ en un contexto enmarcado en la tradición machista —como el municipio de Tecomán— hace que cada encuentro deportivo sea una manifestación de aquellos que, por el pensamiento conservador, han sido invisibilizados y que gracias a la convocatoria de un partido de fútbol adquieren una nueva posición en la dimensión social.

Para poder dimensionar la influencia social de la falta de espacios sociales para las minorías sexuales resulta necesario acudir, como fuente informativa, a la producción literaria colimense de la segunda mitad del siglo xx. Un breve acercamiento ayudará a la comprensión del contexto en el que se ha desenvuelto la comunidad LGBTIQ+ en Colima. Aunque en esta disciplina lleva implícita una reconfiguración de la realidad, da cuenta de las diversas formas peyorativas y discriminatorias que promovían una alternancia sexual, más que aceptada, oculta por los prejuicios. Las obras que se revisan corresponden a la narrativa, género literario que permite un análisis interpretativo apegado a la representación del mundo desde la visión del autor. Los relatos analizados señalan diferentes momentos históricos y geográficos en la región colimense.

“Pelados a rape” (Ceballos Silva, 1996) es una crónica de un suceso acaecido en la capital del estado en 1936: un grupo de adolescentes pertenecientes a familias adineradas decide cortarse el pelo a rape como protesta contra el alza de los impuestos. Enterado el gobernador, son citados al Palacio de Gobierno; ahí les da a conocer un bando publicado en el boletín gubernamental: “Las autoridades gubernamentales, con el deseo de erradicar el homosexualismo y su proliferación han decretado la pelada a rape de todos los jóvenes afectos a tan feo vicio y así señalarlos ante la sociedad y público en general”. Ante esta amenaza, los involucrados incluyeron peluquines en su atuendo diario.

La ruralidad también ofrece escenarios para la homosexualidad. En “El diablo y Manuel” (González, 1996) se describe el desenfreno sexual del joven Manuel Ruiz, hijo de hacendados, que pasa la noche en busca de alguien para desahogar su pasión. Recorre los domicilios de las mujeres disponibles y todas se niegan. El relato dice: “Por último decide visitar a Lupón, el joto que estrena a todos los hombres en Comala [...] sin encontrar respuesta, al regreso a casa, pierde la razón”. Luego descubren que está poseído por el demonio y es exorcizado. Todo vuelve a la tranquilidad.

España, la calle (Márquez Gileta, 1995) es quizá la novela que retrata con más detalle la homosexualidad en la ciudad de Colima durante la década de los ochenta (s. xx). Se desarrolla en un escenario entre cantinas de barrio y hoteles de paso, así como la vida cotidiana de la comunidad, que parece vivirse a plenitud. Sin embargo, en el capítulo “Bajo el signo de Orus” (p. 45) narra: “De tristeza fallece Leonardo, mientras las demás mueren a cuchilladas: el Chino Hoyos de cinco puñaladas en la cabeza, el doctor Enriquez de siete, pero en el *derriere*, a Reynaldo Vera le cortaron el cuello, a Mircea Rodríguez lo castran, expira desangrándose”.

Todos estos crímenes forman parte de la cultura oral colimense; registrados por el autor, dan cuenta de la homofobia normalizada. Más adelante, en el apartado “En la noche que perdió el Guadalajara” (pp. 85-99), el protagonista, Leonardo, tiene un altercado con Galilo, su pareja, quien le explica a sus hijos: “La razón es muy simple” —dice Galilo— “si Leonardo y yo dormimos juntos es porque él es puto y yo mayate. Y si sus tías Lulú, Libertina y Janis tienen nombre de mujeres y son hombres es porque también son putos”. De nueva cuenta, la homofobia queda de manifiesto, donde la homosexualidad está en el otro, quien lleva la carga femenina y, por lo tanto, se encuentra en posición peyorativa.

El cuento “Vivir” (Chávez et al., 2003) da cuenta de la travesía nocturna de un grupo de jóvenes en la

capital colimense de los inicios del 2000. Uno de ellos, Chalito, manifiesta su homosexualidad y comparte con ellos una serie de escauceos eróticos hasta que el resto del grupo decide abandonarlo en una calle solitaria: “¡Por un momento deja tus puterías!, me grita Villalba, ése y todos los sinónimos de joto que conocemos, como enloquecido [...]. Arranca el vocho y me dejan en la avenida con la luna derramándose en las huertas”. Una vez más, la homofobia y la doble moral se patentizan en la narrativa. En esta antología, este es el único texto con temática homosexual entre 16 autores.

Cierra este repaso, nuevamente, Ceballos Silva (1996, p. 188), ahora con el relato “La Sodoma colimense”, a propósito del municipio donde se ha desenvuelto el equipo Monarcas. Describe el autor que, a mediados de la década de 1970, ante la proliferación de prostíbulos, el gobernador propone ante los diez presidentes municipales clausurar ese tipo de establecimientos. El único munícipe que se niega a acatar tal disposición es el tecomense, quien argumenta: “Me permitiré explicarle que en Tecomán hay una población flotante de más de doce mil trabajadores que vienen solitos, es decir, sin sus mujeres [...] y si les cerramos esos centros de esparcimiento, son muy capaces que empiecen por nosotros. Y yo, señor, no quiero pasar por esa prueba”. Dice el autor que el gobernador aceptó y Tecomán fue reconocido, durante algún tiempo, como “la Sodoma colimense”.

Este recorrido literario da cuenta de la visión de la homosexualidad existente en el estado de Colima y pone de manifiesto: 1) la normalización de la homofobia en contextos rurales y urbanos; 2) el manejo de códigos de censura y supresión de la libertad sexual; y 3) una constante de violencia, en cualquiera de sus manifestaciones, ante la diversidad sexual, que perdura hasta la época actual. Monarcas promueve el reconocimiento de su ciudadanía sexual de manera inherente a su actuación, provoca, convoca al cambio.

Cardona Acuña (2018) habla de estos cambios del paradigma de género y, en el caso que nos ocupa, se

enfoca en el masculino para señalar dichos cambios como una vía central en el proceso de aceptar, salvaguardar, promover y reconocer comunamente y ante las mayorías los derechos humanos de las minorías sexuales y señalar el concepto de ciudadanía sexual (Jiménez Bolaños, 2018). Así mismo, muestra elementos políticos, civiles y sociales que se asocian a las libertades individuales, el sentido de dignidad inherente al ser humano y la búsqueda de la sana convivencia sin importar las diferencias, en una construcción orgánica de la vida social.

El fútbol: punto de encuentro y transformación

Entre hombres heterosexuales, la homosocialidad en el fútbol significa socializar, hermandad, construcción de identidad deportiva o colectiva, camaradería, reafirmación de la masculinidad hegemónica (Segato, 2017) e incluso homofobia (Morales & Bustos, 2018). Para Monarcas Colima la homosocialidad significó la oportunidad, la inclusión, reconocimiento y visibilización; en primer lugar, se organizaron para encontrarse en un grupo de confianza de homosexuales que gustaban del fútbol, para posteriormente enfrentarse en grupo (equipo Monarcas) al heteronormativismo del balompié local.

Todos estudiábamos en la Facultad de Contabilidad y Administración en el municipio de Tecomán y, por ende, pues nos conocíamos prácticamente de la farándula de la comunidad LGBT [de la] que formamos parte. Se nos ocurre la idea de juntarnos y nos empiezan a invitar a jugar en diferentes ligas y hasta la fecha, pues militamos en la Liga de Superveteranos, anteriormente no pertenecíamos a esa, estábamos en otra liga municipal de fútbol, pero conforme pasaron los años pues fuimos creciendo, y pues ya tenemos la edad para estar en la Liga de Veteranos de Tecomán, Colima, en la cual ya tenemos más de 12 años militando, y que esto nos ha llevado a darle un impulso excelente al deporte diverso, haciendo mucha inclusión, visibi-

lización y sobre todo fomentando el respeto entre las personas que van y se dan tiempo de irnos a ver (Líder del equipo).

Pues gracias al entusiasmo de los que formamos la asociación y las ganas de jugar y practicar deporte nos dimos valor de formar un equipo y enfrentarnos con heteros en encuentros amistosos (I, jugador).

Si bien Monarcas Colima se abre un espacio en las ligas masculinas del municipio, a cambio debieron demostrar mayor fuerza y destreza física y dominio de balón, e incluso la adopción del rasgo más característico de la masculinidad hegemónica, que es la violencia. Una forma de jugar y ser que les permitía estar a la altura de los hombres (Kopelovich, 2023).

De recién que inició el club fue muy difícil, ya que no éramos muy bien aceptados dentro de la sociedad y bien visto[s]; pero a lo largo del tiempo fuimos tomando más fuerza y mucha gente empezó a seguir y concientizando, es así como vamos impulsando nuevas generaciones (R, jugador).

Nosotros íbamos con toda la actitud e íbamos a demostrarles que también queríamos jugar, fue así como después metimos un equipo a la liga de fútbol, ya un poco más formal [...]. Nos tuvimos que enfrentar o jugar con equipos heteros para que la sociedad pueda visualizarnos desde otra perspectiva y así ser aceptados, respetados, y que poco a poco la sociedad tenga otra mentalidad de la diversidad (I, jugador).

Este deporte como tal es rudo y de contacto, pero no significa que alguien fuera de esquema no lo pueda practicar (F, jugador).

El hecho de que los jugadores de Monarcas hubieran tenido que demostrar que los hombres homosexuales también juegan fútbol y que pueden asumir los estereotipos masculinos nos habla de una disociación entre sexo, género y deporte, y de una intersección frente a sus pares y heterosexuales (Heredia, 2021). Monarcas rompe con el arquetipo del “hombre futbolista”, pero para integrarse a la liga municipal no

hay que dar cabida a la fragilidad ni al menoscabo de la forma física y técnica. En otras experiencias registradas por equipos deportivos de fútbol como Las Gardenias de Tepito, las futbolistas son transexuales y travestis y cada 4 de octubre saltan al campo para enfrentarse a los hombres del barrio, al equipo Ebraye (Staff de VICE, 2016). Su valentía por abrirse como homosexuales o travestis y jugar contra los hombres se premia con la normalización de la identidad sexual, la tolerancia y el estatus de futbolistas (Bruno, 2016). Sin embargo, la afeminación de los jugadores y de su estilo de juego refuerza la masculinidad hegemónica y da pie a un espectáculo entre la feminidad impropia del fútbol contra la masculinidad nativa del juego (Heredia, 2021).

Nosotros teníamos abarrotados los campos al principio porque éramos la novedad de lo que se estaba viviendo y muchísima gente nos invitaba a la apertura o finales de algún equipo municipal y éramos la antesala del partido oficial porque llenábamos. Entonces, hasta la fecha tenemos mucha gente que nos sigue, mucha gente que nos respeta, mucha gente que nos apoya y es lo que ha causado que Monarcas siga vigente por más de 19 años (Líder del equipo).

Los integrantes del equipo Monarcas expresan que —a lo largo de 19 años— su logro más palpable es la visibilidad social, el reconocimiento y aceptación de su condición homosexual y el respeto por su nivel futbolístico. Aceptar el condicionamiento heteronormativo, adaptarse, sobreponerse e imponerse en las ligas deportivas del estado ha transformado y fortalecido a ese equipo, integrado ahora por ocho de los pioneros, para contagiar a otros colectivos para ganar espacios con equidad e igualdad.

En Monarcas estamos convencidos [de] que solamente con la suma de esfuerzos podremos establecer condiciones de vida que nos permitan a todos convivir en paz y armonía dentro de un mismo espacio geográfico sin importar nuestras diferencias, pues al final de cuentas todos somos seres humanos y tenemos los mismos derechos. Y aunque la tarea nos ha sido difícil desde el comienzo, debemos reconocer que se han logrado cam-

bios importantes en el camino de la tolerancia y respeto a través de un deporte tan popular como el fútbol y [el] voleibol, pues lo que hace apenas algunos años atrás se consideraba un deporte para hombres, hoy día celebramos que existe mayor participación de diferentes grupos sociales y minorías [en] este bonito deporte (Líder del equipo).

La fuerza emocional y pública que ha tomado el equipo derivó en una posición de liderazgo en la liga municipal, y ha alcanzado representatividad nacional por su juego y por sus acciones a favor de la inclusión. Tal posición les ha brindado la oportunidad de realizar activismo a favor de la comunidad LGBTIQ+, de impulsar una agenda incluyente, dignificación en la salud sexual y visibilidad en las políticas públicas, en especial, en lo que a deporte se refiere.

Dentro del deporte, en el estado de Colima nos han apoyado [para] dar más visibilidad ante la sociedad, ya que hace más de diez años hemos estado en torneos tanto nacionales como internacionales. Gracias a esta lucha que hemos tenido, hoy en día, en el año 2023, se ha logrado que cada 21 del mes de octubre será el día del deporte diverso, gracias al trabajo del Club Deportivo Monarcas (R, jugador).

A manera de cierre

La interseccionalidad resultó ser una excelente herramienta para la observación de la masculinidad diversa *versus* la masculinidad hegemónica. El Club Deportivo Monarcas experimentó durante años diferencias por sexismo, género, orientación sexual, estratificación (clase social), práctica deportiva (fútbol), destreza motriz, homofobia y violencia.

Monarcas Colima se atrevió a irrumpir el heteronormativismo del fútbol, pero debió sujetarse al modelo de masculinidad hegemónica en los primeros años, a la par de una lucha activista por los derechos humanos y una visibilización institucional de igualdad, lo que permite hoy jugar fútbol desde una masculinidad diversa siendo o no homosexual.

Estos señalamientos ayudan a contemplar el escenario que Monarcas ha debido construir a través de la práctica del fútbol en su desarrollo histórico, donde su convocatoria frente a las distintas comunidades rurales que conforman el municipio donde se asientan y ante el mismo estado de Colima lo señalan como punta de lanza en la búsqueda de una mejor convivencia: la búsqueda para transitar de la tolerancia a la aceptación.

La aportación social de este artículo, en primera instancia, permite visibilizar las problemáticas que enfrenta la comunidad LGBTIQ+ en el terreno deportivo y principalmente en el fútbol. De igual manera, hacen notar la importancia de la formación universitaria y profesionalista del equipo para enfrentarse al estigma social con herramientas jurídicas y argumentativas. En un tercer momento, la experiencia y las reflexiones permiten generar estrategias comunitarias seguras, respetuosas e incluyentes, sin importar la orientación e identidad sexual de los/las deportistas.

Conflictos de interés. Los autores no tienen conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. Los autores no recibieron financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. *Ciria Margarita Salazar C:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección). *Emilio Gerzaín Manzo Lozano:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Bruno, J. (2016). *El otro Tepito: cambios y continuidades de un barrio originario de la Ciudad de México*. [Tesis de maestría]. Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Cardona Acuña, L. Á. (2018). El reconocimiento de los derechos humanos de las personas de la diversidad sexual: reflexiones sobre la inclusión y la exclusión. En H. Forcada & A. Wintorn, *Diversidad sexual, discriminación y violencia. Desafíos para los derechos humanos en México* (pp. 13-17). CNDH.
- Carriano Ruiz, J. R. (2021). *Manual de semántica de la lengua española*. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Ceballos Silva, C. (1996). *De lejos y a mi alrededor*. Universidad de Colima.
- Chávez, D., Durán Carvajal, M., Gay, M., Gutiérrez Santana, L., Manzo, G., Morales, A., Ramírez Vuelvas, C., Saavedra, N., & Sánchez, A. (2003). *Cola de Cuija: antología de la primera generación de la escuela de escritores de la SOGEM Colima*. Gobierno del Estado de Colima.
- Connell, R. W. & Messerschmidt, J. W. (2021). Masculinidad hegemónica. Repensando el concepto. (Traducción de M. Barbero & S. Morcillo). *Revista del Laboratorio Iberoamericano para el Estudio Sociohistórico de las Sexualidades*, 6, 34-66. <https://doi.org/10.46661/relies.6364>
- Corral, M. (2018). Discriminación y violencia en datos: estudios sobre diversidad sexual en México. En R. Hernández Forcada & A. Winton (eds.), *Diversidad sexual, discriminación y violencia. Desafíos para los derechos humanos en México* (pp. 55-57). CNDH.
- Correa, R. A. (2010). El valle de Tecomán, Colima: un estudio regional. *Theomai*, 22, 174-187.
- Coubertin, P. (2012). La educación inglesa. En Norbert Müller & Daniel Poyán Díaz (ed.), *Olimpismo. Selección de textos* (pp. 95-110). Comité Internacional Pierre de Coubertin-Schors.
- Espíritu, F. J. (2022, agosto 20). Anuncian “Copa LGBT Monarcas Tecomán 2022” de Futbol Soccer 7. *Diario de Colima*. <https://diariodecolima.com/noticias/detalle/2022-08-20-anuncian-copa-lgtb-monarcas-tecomn-2022-de-futbol-soccer-7>
- González, F. (1996). *Las vacas de Dios*. Praxis.
- Heredia, D. (2021). *La espiral del silencio de la homofobia en el mundo del fútbol masculino. El tratamiento mediático de la homosexualidad en el deporte rey*. [Tesis de grado]. Universidad de Sevilla, España. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126423/PER_HEREDIALEAL_TFG.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2021). *Panorama sociodemográfico de Colima. Censo de Población y Vivienda 2020*. Inegi. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197773.pdf
- Jiménez Bolaños, J. D. (2018). Ciudadanía sexual en Costa Rica: los actos, las identidades y las relaciones en perspectiva histórica. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México*, 4, 1-31. <https://doi.org/10.24201/eg.v4i0.152>
- Kopelovich, P. (2023). Fútbol, masculinidad y homofobia. *Ludopédio*, 166, art. 17. <https://ludopedio.org.br/arquivancada/futbol-masculinidad-y-homofobia/>
- La Barbera, M. C. (2017). Interseccionalidad = Intersectionality. *Eunomia. Revista en Cultura de la Legalidad*, 12, 191-198. <https://doi.org/10.20318/eunomia.2017.3651>
- List Reyes, M. (2004). Masculinidades diversas. *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, 2(20), 101-117.
- Marcha del Orgullo LGBTIQ+ Tecomán (2023, junio 1). *III Marcha del Orgullo LGBTIQ+ de Tecomán*. <https://www.facebook.com/marcha.orgullo.tecoman/posts/pfbid02D2nNjLkzQzQbfoGQxnRkbWl1wkgqbrbz1H2rkBxwCqCyg7NXvdeFto8woBtyv7PEl>
- Márquez Gileta, S. (1995). *España, la calle*. Praxis.
- Martínez Guzmán, A., Sánchez Bazán, J., Molina Rodríguez, N., & Guzmán Cervantes, O. (S. f.). *Discriminación y diversidad sexual en Colima: un estudio desde la perspectiva de la sociedad civil*. Universidad de Colima.
- Morales, M. & Bustos, O. (2018). Male homosociality as a nucleus of resistance to possible transformations of hegemonic masculinity. *Psocial*, 4(2), 21-31.
- Pérez Aragón, P. & Gallardo Pérez, J. M. (2016). Thomas Arnold en la obra de Coubertin: el mito de Arnold. *Ágora para la Educación Física y el Deporte*, 18(1), 20-35.
- Ponce, P. (2004). Masculinidades diversas. *Desacatos*, 15-16, 7-9. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2004000200001
- Ruiz, M. (2022). *Antropologías feministas en rebeldía en Chiapas y Centroamérica*. Universidad Autónoma de Chiapas.
- Salazar C., C. M. (2023). Mujer y deporte: comportamiento de la política pública mexicana de 2000-2022. *CienciaUAT*, 18(1), 141-157. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v18i1.1738>

Sanfélix, J. (2016). Fútbol y masculinidad en perspectiva socioantropológica. En J. Eloy Martínez (ed.), *Perspectivas interdisciplinarias en el estudio de la cultura y la sociedad* (pp. 239-258). Universidad Miguel Hernández de Elche.

Santillán, J. (2023, junio 27). Celebra asociación Undivate presencia de la comunidad LGBTI+ Tecomán en Mar-

cha del Orgullo en CDMX. *De política y algo más*. <https://depoliticayalgomas.es/2023/06/27/celebra-asociacion-undivate-presencia-de-la-comunidad-lgbti-tecoman-en-marcha-del-orgullo-en-cdmx/>

Staff de VICE (2016). *Las Gardenias de Tepito*. <https://www.vice.com/es/article/avmgve/las-gardenias-de-tepito>

JOHN ALEXANDER CASTRO LOZANO   

ARTÍCULO ORIGINAL

El carnaval de los hinchas en Bogotá: un estudio social sobre la fiesta en el fútbol*

Recepción: 29 de agosto de 2023 ▶ **Evaluación:** 18 de octubre de 2023 ▶ **Publicación:** 1 de enero de 2024

Sugerencia de citación. Castro Lozano, J. A. (2024). El carnaval de los hinchas en Bogotá: Un estudio social sobre la fiesta en el fútbol. *Perspectiva Geográfica* 29(1), 1-15. <https://doi.org/10.19053/01233769.16460>

Resumen. Desde la década de 1990, la tribuna oriental general y luego la lateral norte y la lateral sur del estadio Nemesio Camacho “El Campín” mostraron el surgimiento de una generación de hinchas que transformaron el aburrimiento, la monotonía y la pasividad de aficionados y de *barras* tradicionales, pues eventualmente expresaban sus emociones durante los partidos de fútbol. En 1993 se organizó Blue Rain y en 1996 se transformó en Comandos Azules #13, grupos organizados de hinchas del Club Deportivo Los Millonarios en Bogotá, usualmente denominados *barras bravas*, quienes —mediante aplausos, canciones, saltos, instrumentos musicales, papel, pólvora y columnas de humo, entre otros— exaltan su identidad futbolística, *alientan* a su club y, además, maximizan sus rivalidades.

El propósito del artículo es interpretar las expresiones festivas —manifestadas por los hinchas reunidos en *barras bravas* de Bogotá— alrededor de los partidos de fútbol en “El Campín”. En este aspecto, el artículo se organiza en ocho apartados: “Introducción”, “Los aspectos metodológicos”, “Barra del Búfalo”, “Y acá llegamos”, “Desde el sur llegó la inspiración”, “Llegó la brava”, “Te juro te *alentaré*” y “Conclusiones”. Finalmente, lo relacionado con la metodología se orientó a través de la observación, la participación y las entrevistas, técnicas específicas del trabajo de campo etnográfico. Los actores sociales son hinchas agrupados en Blue Rain y en Comandos Azules Distrito Capital de Millonarios Fútbol Club en Bogotá.

Palabras clave: *barras bravas, carnaval, estudios sociales, fiesta, fútbol, geografía.*

* Este artículo es una derivación de mi tesis de grado, intitulada *¡Lo soy azul! La imitación* y el aguante *entre hinchas en Bogotá*, desarrollada y aprobada en la línea de investigación en subjetividades, diferencias y narrativas del Doctorado en Estudios Sociales de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, bajo la asesoría del doctor Alfonso Torres Carrillo.

1 Doctor en Estudios Sociales de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia. Universidad Nacional Abierta y A Distancia. alexandercastro1981@gmail.com <https://orcid.org/0000-0001-8397-7690>

The fans' carnival in Bogotá: a social study on the celebration in football

Abstract: Since the 1990s, the general eastern tribune and then the north side and the south side of the Nemesio Camacho “El Campín” stadium showed the emergence of a generation of fans who transformed the boredom, monotony and passivity of fans, as they eventually expressed their emotions during football games. In 1993 Blue Rain was organized and in 1996 it was transformed into Comandos Azules #13, organized groups of fans of the Los Millonarios Sports Club in Bogotá, usually called “bravas bravas”, who - through applause, songs, jumps, musical instruments, billboards, gunpowder and columns of smoke, among others—exalt their football identity, encourage their club and, in addition, maximize their rivalries. The purpose of the article is to interpret the festive expressions—manifested by the fans gathered in the brave bars of Bogotá—around the football games in “El Campín.” In this aspect, the article is organized into eight sections: “Introduction”, “The methodological aspects”, “Barra del Búfalo”, “And here we come”, “Inspiration came from the south”, “The brave arrived”, “I swear I will encourage you” and “Conclusions”. Finally, the methodology was oriented through observation, participation and interviews, specific techniques of ethnographic fieldwork. The social actors are fans of Millonarios Football Club in Bogotá grouped in “Blue Rain” and “Comandos Azules”

Keywords: *“barras bravas”, carnival, social studies, party, football, geography.*

O carnaval de torcedores em Bogotá: um estudo social sobre a festa do futebol

Resumo: Desde a década de 1990, a tribuna geral leste e depois o lado norte e o lado sul do estádio Nemesio Camacho “El Campín” mostraram o surgimento de uma geração de torcedores que transformou o tédio, a monotonia e a passividade dos torcedores tradicionais, uma vez que acabaram expressando suas emoções durante jogos de futebol. Em 1993 foi organizada a Chuva Azul e em 1996 transformada em Comandos Azules #13, grupos organizados de torcedores do Clube Esportivo Los Millonarios de Bogotá, normalmente chamados de “barras bravas”, que - por meio de aplausos, cantos, saltos, instrumentos musicais, outdoors, pólvora e colunas de fumaça, entre outros - exaltam sua identidade futebolística, incentivam seu clube e, além disso, maximizam suas rivalidades. O objetivo do artigo é interpretar as expressões festivas - manifestadas pelos torcedores reunidos nos “bares valentes” de Bogotá - em torno dos jogos de futebol no “El Campín”. Neste aspecto, o artigo está organizado em oito seções: “Introdução”, “Os aspectos metodológicos”, “Barra del Búfalo”, “E aí vamos nós”, “A inspiração veio do sul”, “Os valentes chegaram”, “Juro que vou encorajá-lo” e “Conclusões”. Por fim, a metodologia foi orientada através da observação, participação e entrevistas, técnicas específicas do trabalho de campo etnográfico. Os atores sociais são torcedores do Millonarios Football Club de Bogotá agrupados em “Blue Rain” e “Comandos Azules”

Palavras-chave: *“barras bravas”, carnaval, estudos sociais, festa, futebol, geografia.*

Introducción

Desde el inicio del fútbol profesional colombiano en 1948, los espectadores observaban —sentados— el desarrollo del juego y eventualmente salían de esa pasividad por una jugada extraordinaria, un gol, una decisión errada por parte del árbitro o un gesto malintencionado de un jugador rival. Durante la década de 1970 y de 1980 se formaron las *barras*, integradas por familiares y amigos, quienes asistían frecuentemente a los juegos de su club, portaban sus colores y empleaban (ocasionalmente) bombos y trompetas. Sus expresiones festivas eran modestas pues únicamente eran alterados por las circunstancias del partido, es decir, continuaban indicando un ambiente inactivo en las tribunas del estadio.

El surgimiento de Santa Fe de Bogotá en 1991 del Club Independiente Santa Fe y de Blue Rain¹ en 1993 del Club Deportivo Los Millonarios² expusieron una ruptura en las diferentes rutinas de los fanáticos —en el exterior y en el interior del estadio “El Campín”³— y mostraron el surgimiento de las *barras bravas* en la capital de Colombia. Santa Fe de Bogotá y Blue Rain se ubicaron en la tribuna oriental general, la primera en el costado central sur y la segunda en el costado central norte; un posicionamiento que

les permitió apoyar festivamente —desde un lado de la cancha— a sus equipos y, además, tener múltiples enfrentamientos en los clásicos capitalinos.

En 1996, Comandos Azules #13 (Millonarios) se posesionó en la tribuna lateral norte⁴ y en 1997 La Guardia Albi-Roja Sur (Santa Fe) se instaló en la tribuna lateral sur, graderías ubicadas detrás de los arcos. En mayo 6 de 1997 se disputó el clásico de Bogotá y en el minuto 32 Osman “Fosforito” López —defensor central— anotó, con pierna derecha, el primer gol de la noche para Los Millonarios. La *hinchada* celebró y desde la tribuna lateral alta festejaron con una *avalancha*. Los integrantes de C. A. #13 bajaron corriendo por la gradería y esperaban que la baranda de seguridad contuviera su celebración.

Ellos lo creían, pues soportaba sus *avalanchas* desde septiembre 8 de 1996, pero ese miércoles esto no ocurrió y decenas de hinchas cayeron al primer piso. Por fortuna, lateral baja se encontraba con aforo total. Aunque varios aficionados resultaron heridos, ninguna persona falleció. Desde ese hecho, las expresiones festivas —y las conductas violentas— fueron seguidas por medios de información y autoridades deportivas y civiles, pues buscaban entender las dinámicas de estos grupos sociales urbanos en el contexto del fútbol. Las expresiones festivas han tomado relevancia entre los hinchas, pues el *carnaval* es sinónimo de alegría y sirve para *alentar* al club y contagiar a los demás hinchas. Por eso, las laterales se convirtieron en un lugar para *estar presente*.

1 En 1993 se organizó Blue Rain y se ubicó en oriental general, en 1996 se trasladaron a lateral norte y su nuevo nombre fue Comandos Azules #13. En 2001 se produjo una nueva modificación: Comandos Azules Distrito Capital. En 2006, a partir de múltiples conflictos internos, se dividió la *barra brava*, dando origen a una diferente: Blue Rain. Comandos Azules Distrito Capital se quedó en lateral altas norte y Blue Rain se posicionó en lateral altas sur.

2 En 1946 fue fundado el Club Deportivo Los Millonarios y en 2011, a partir de la Ley 1445, su razón social cambia y pasa a llamarse Millonarios Fútbol Club. Otras denominaciones son Embajador y Ballet Azul.

3 Ubicado en la localidad de Teusaquillo, en la calle 57 con avenida Norte Quito Sur (NQS), anteriormente carrera 30. En la capital colombiana, los bogotanos —en la primera mitad del siglo XX— realizaban campamentos o *camping* en las áreas verdes de la hacienda de don Nemesio Camacho, terrenos que fueron heredados y posteriormente donados —por Luis Camacho Matiz, su hijo— para la construcción de un estadio. Este fue inaugurado en agosto 10 de 1938 y lo llamaron Nemesio Camacho. Los eventos realizados, incluyendo los partidos de fútbol, eran una oportunidad de un encuentro familiar mediante el “paseo de olla”, pues la tradición capitalina había creado la costumbre del *camping*.

4 Antes de 1996, los hinchas llamaban a las tribunas laterales (del estadio Nemesio Camacho) el *gallinero*, pues eran las graderías más lejanas a la cancha, el partido se observaba detrás de los arcos y, además, el costo de las boletas era el más económico. Después de la ocupación de C. A. #13, los hinchas denominaron a las laterales, “la popular”. En 1996, en los partidos de Millonarios como local, la entrada a laterales tenía un valor de 1.200 pesos y en 2023 tiene un valor de 44.000 pesos, es decir, en 27 años el precio se incrementó en 3.567% aproximadamente. Por otra parte, en 1996 el salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) en Colombia era de 142.125 pesos y en 2023 es de 1.160.000 pesos, es decir, se incrementó en un 716% aproximadamente. La boleta a lateral norte representaba el 0,84% del SMMLV de 1992 y en 2023 representa el 3,79%. En otras palabras, el posicionamiento de las *barras bravas* en las laterales provocó la valorización de las entradas.

Las *barras bravas* demostraron expresiones festivas recurrentes e innovadores, pues usaron papel, pólvora, columnas de humo, instrumentos musicales e interpretaron canciones en las que manifiestan su identidad futbolística y grupal y su apoyo “incondicional” a los jugadores, así como burlas, insultos, desafíos y amenazas contra los rivales. Asimismo, regularizaron los enfrentamientos con hinchas de otros clubes organizados grupalmente y para ello emplearon sus cabezas, sus brazos, sus piernas y también “botellas de vidrio, palos de madera, piedras, tubos de policloruro de vinilo (PVC), varillas e incluso armas blancas y de fuego” (Castro, 2022b, p. 122). Lo festivo y lo violento son dos expresiones o conductas regulares entre las *barras bravas*.

En este artículo se plantea el siguiente objetivo: interpretar las expresiones festivas —manifestadas por los hinchas reunidos en *barras bravas* de Bogotá— alrededor de los partidos de fútbol en “El Campín”. El artículo se ordena de la siguiente forma: “Introducción”, “Los aspectos metodológicos”, “Barra del Búfalo”, “Y acá llegamos”, “Desde el sur llegó la inspiración”, “Llegó la brava”, “Te juro te *alentaré*” y “Conclusiones”. Por último, los actores sociales son los aficionados agrupados en Blue Rain y en Comandos Azules Distrito Capital (C. A. D. C.) de Millonarios Fútbol Club (M. F. C.).

Los aspectos metodológicos

Al final de la década de 1980 comprendí que mi agrado por el azul y además por el blanco se habían consolidado alrededor del fútbol. Desde pequeño incliné mi afición por el Club Deportivo Los Millonarios y seguí sus juegos, especialmente en la radio; leía las noticias en los diarios y veía la sección deportiva en los noticieros, entre otras prácticas. En diciembre 7 de 1996 logré asistir al Nemesio Camacho —para observar un clásico capitalino—, mi hermano mayor me invitó y él compró entradas para oriental general. Ese domingo nos ubicamos cerca de un grupo de

hinchas que tocaban un bombo, saltaban, cantaban esporádicamente y estaban bajo una bandera que decía “Barra del Búfalo”. La *barra* es un homenaje a Juan Gilberto Funes —llamado el Búfalo de San Luis—, quien vistió la camiseta del Embajador desde el segundo semestre de 1984 hasta el primer semestre de 1986 y anotó el gol 3.000 en la historia del club.

En esa tarde, un grupo de hinchas —posicionados en la tribuna lateral altas norte— llamaron mi atención por la cantidad de banderas, las columnas de humo, los saltos, las canciones continuas y su nombre: Comandos Azules #13. 125 días después, en abril 11 de 1997, decidí ingresar a esa gradería (para un partido de Copa Libertadores, Nacional de Montevideo visitaba Bogotá), pues pretendía integrarme a C. A. #13. Entre 1997 y 1999 participé en múltiples actividades para *estar presente* en las tribunas, en las calles y en los viajes. Desde el 2000 hasta el 2005 participé en algunas de las prácticas de C. A. #13-C. A. D. C. Durante 2006 y 2007 trabajé en el apoyo logístico en “El Campín”. Entre 2008 y 2010 ingresé a la tribuna lateral sur altas a aplaudir, a cantar y a saltar con Blue Rain, asistencia que demostré hasta noviembre 11 de 2018, justamente en un clásico capitalino. Después de esa fecha me he dedicado a escribir sobre *barras bravas* de M. F. C.

Desde el segundo semestre de 2010 hasta el segundo semestre de 2018 estuve en la tribuna y en las calles buscando comprender e interpretar la construcción de la realidad social de la *barra brava*. El trabajo de campo fue una experiencia interesante ya que el contexto, los sujetos y los grupos sociales me eran familiares, pero debía construir una serie de descripciones que demostraran la comprensión y la interpretación de las nociones y las prácticas de los hinchas en las *barras bravas*. Por eso fue necesario *estar presente* en el estadio antes, durante y después de cada uno de los juegos. De acuerdo con Sanabria (2009), el investigador debe ser capaz de “objetivar las condiciones que le permiten dar cuenta de los modos de sentir, pensar y actuar de los otros” (p. 20). En este aspecto, se optó por trabajo de campo etnográfico porque relaciona las prácticas

de lo que *la gente hace* y los significados de las prácticas de lo que *la gente dice que hace* (Restrepo, 2018).

De lo que se trata es de comprender e interpretar —a través de un documento escrito— la producción y la reproducción de los significados de las nociones y de las prácticas de los sujetos en los grupos sociales en su contexto, es decir, “lo que interpreta es el flujo del discurso social y la interpretación consiste en tratar de rescatar ‘lo dicho’ en ese discurso de sus ocasiones percederas y fijarlo en términos susceptibles de consulta” (Geertz, 2003, p. 32). De ahí que la “noción de reflexividad es importante aquí porque ayuda a integrar estos aspectos supuestamente personales y comprender cómo se da el flujo de la investigación empírica a través de interacciones sociales” (Guber, 2018, p. 66). Sin embargo, “el lenguaje no agota la experiencia de vivir, siempre en proceso, en un mundo igualmente inacabado” (Guzmán & Suárez, 2022, p. 188). Por consiguiente, podría ser relevante regresar, para *estar presente*, a las tribunas, a las calles y a los viajes con la *barra brava* siguiendo a M. F. C.

En este aspecto metodológico, la entrevista es relevante porque se puede entender como un diálogo formal que es orientado a partir de las preguntas de la investigación (Restrepo, 2018). Los sujetos deben cumplir ciertos alcances y características, y se deben escuchar sus experiencias y sus conocimientos sobre percepciones, valoraciones o acontecimientos desde sus narraciones. La entrevista se puede realizar con una grabadora portátil o mediante apuntes. Le permite al investigador aproximarse (a través del diálogo) a las experiencias de los sujetos en el grupo social para identificar y comprender lo que hacen, quién o quiénes lo hacen, cómo lo hacen, cuándo lo hacen, dónde lo hacen, los motivos para hacer lo que hacen y los significados de lo que hacen. En este sentido, “el investigador formula preguntas cuyas respuestas se convierten en nuevas preguntas. Pero este proceso no es mecánico; demanda asombro, y para que haya asombro debe haber una ruptura con sus sentidos que ‘tenga sentido’ para él” (Guber, 2001, p. 85).

Barra del Búfalo

En abril 26 de 1992, Millonarios derrotó a Santa Fe y después de ese clásico capitalino la *barra* Santa Fe de Bogotá agredió a la *hinchada* de Millonarios. Esa agresión fue un motivo para que un grupo de aficionados plantearan la posibilidad de formar una nueva *barra*. Su primer nombre fue *Los Sin Vergüenzas de Siempre*. La nueva agrupación estaba conformada por Martha Díaz, Mirtha Díaz, Libia Díaz, Néstor Herrera, Andrés Martínez, Madia Melina Melo, Olga Parra, Oscar Pineda, Germán Prieto, Oscar Puerto, Armando Ramírez, Hugo Segura, Leonardo Sotelo y Jaime Torres, acompañados por otros hinchas más. Sin embargo, antes de iniciar el partido entre Tolima y Millonarios (en mayo 10), algunos miembros de la *barra* —que viajaron a Ibagué— fueron entrevistados y enviaron un saludo a sus semejantes en Bogotá. Como el periodista entendió que el nombre de la *barra* era “Las Sin Vergüenzas”, a partir de esa interpretación equivocada, al siguiente partido, decidieron modificar el nombre de la *barra*.

Néstor Herrera sugirió que podían hacerle un homenaje a Juan Gilberto Funes, quien había fallecido en enero 11 de 1992. Ese domingo, mayo 17, fue fundada la Barra del Búfalo. La agrupación de fanáticos se ubicó en la tribuna oriental general, cerca del tiro de esquina, y aún se mantienen en ese lugar⁵. Los aficionados en la Barra del Búfalo se caracterizaron por observar el partido de pie, saltar, tocar el bombo y cantar diversos coros durante el partido para manifestar de esa manera el apoyo a Millonarios. Estas expresiones eran anormales para la época, ya que lo tradicional era mantenerse sentado mientras se observaba el encuentro y eventualmente se expresaba alguna emoción. La Barra del Búfalo ha integrado a familiares y amigos e hinchas de distintas edades, profesiones, ideologías y credos. Pineda sostiene que la consigna de la Barra del Búfalo ha sido, es y será

5 La reconstrucción sobre el surgimiento de la Barra del Búfalo fue posible gracias a una conversación con Oscar Pineda en junio 27 de 2019. Él es el actual presidente de la Barra del Búfalo.

“acompañar y apoyar al cuadro embajador en las buenas, en las regulares y en las malas”.

A continuación, los relatos de “Gordo John”, “Negro”, “Morón” y “Beto” narran el impacto que experimentaron ante la organización de la Barra del Búfalo durante el primer semestre de 1992, en medio actitudes aburridas, monótonas y pasivas por parte de la *hinchada* embajadora para una nueva generación de hinchas.

La primera *barra* como tal, de saltarines, que se podía decir, fue los Búfalos. Ellos se ubicaban en la oriental general y, pues, esa tribuna era en la que en un inicio yo estuve. Aunque al principio estuve en la de Elmer Tamayo Guarín, que en un inicio quedaba en occidental. Pero ya me di cuenta de los Búfalos y ya empezábamos a hacernos uno a uno (“Gordo John”, 18 de febrero del 2012).

Pero la única que me llamó la atención fue el “Búfalo”, que fue cuando vimos unos hinchas de Millonarios saltando. Aunque era una *barra* muy familiar. Esa fue la que más me llamó la atención y seguro de la que más me acuerdo porque [...] empezamos a cantar, a saltar, a ver el fútbol de pie. Se ve de una manera diferente (“Negro”, 12 marzo del 2011).

La primera *barra* que empezó a mostrar un comportamiento diferente al que ya se veía desde los ochenta fueron los de la Barra del Búfalo [...]. Estaban todos de pie, cantaban todo el partido, hacían bulla, ya tenían bombos y pues tenían un estilo muy argentino, que aquí en Colombia no se veía [...]. La verdad, el primer momento [en] que los vi, del cual tengo referencia de ellos, fue el último partido del primer semestre del 92, que fue un Millonarios-Junior⁶, si mi memoria no me falla. Y pasó el receso de mitad de año y ya en el primer partido Millonarios vs. Cúcuta [...] decidimos meternos de lleno a esa Barra del Búfalo, que vimos que tenía unos comportamientos diferentes (“Morón”, 16 de julio del 2011).

Cuando vimos la Barra de Búfalo nos pareció emocionante, hasta *chévere*⁷ la forma en que ellos anima-

ban. No era visto acá ver a la gente de pie, saltando y gritando porque se veía como un espécimen raro en el estadio, porque la gente estaba acostumbrada a ver el partido sentado, con su familia [...]. Y estoy hablando del año 1992. Y comenzamos a hacer parte del Búfalo. Nos empezamos a impregnar de la forma de animar, pero entonces nosotros no nos quedamos ahí (“Beto”, 14 de agosto del 2010).

En el primer semestre de 1992 —específicamente en mayo— inició el proceso de organización de la Barra del Búfalo, una agrupación que presentó múltiples e innovadoras manifestaciones festivas frente al aburrimiento, la monotonía y la pasividad de las *barras* y de los hinchas. La Barra del Búfalo agrupó a una multiplicidad de aficionados que buscaban integrarse a las diversas emociones que pueden gestarse en las tribunas del estadio durante un partido de fútbol, repetir los coros y los saltos antes, durante y después de los encuentros futbolísticos. Esas manifestaciones festivas llamaron la atención de la *hinchada* de Millonarios, pues alteraban la normalidad de aquellos años.

Los hinchas, quienes formaron la Barra del Búfalo, mostraron formas innovadoras para animar o apoyar al club desde la tribuna, dejando a un lado el aburrimiento, la monotonía y la pasividad de los espectadores de la época y emocionando a los demás fanáticos de Millonarios. Los testimonios de “Gordo John”, “Negro”, “Morón” y “Beto” posibilitan comprender el impacto que provocó la conformación de la Barra del Búfalo entre la *hinchada* embajadora. “Beto”, “Gordo John”, “Negro” y “Morón” relatan la sorpresa que experimentaron por la formación del Búfalo, pues se mantenían de pie, saltaban y cantaban durante el partido, entonaban los coros más extensos y utilizaban los bombos con mayor frecuencia. No obstante, las expresiones festivas no se mantenían antes, durante o después de los juegos ni tampoco enfrentaron a los hinchas rivales, especialmente a la barra Santa Fe de Bogotá.

6 Jugado en junio 7.

7 Agradable o excelente.

Y acá llegamos⁸

La Barra del Búfalo estaba cerca de cumplir dos meses de conformada. Sus dinámicas animaban los partidos del Club Deportivo Los Millonarios y emocionaban a la *hinchada* embajadora. En julio 8, Millonarios enfrentó a Cúcuta Deportivo y el resultado final fue un triunfo para los embajadores, pues ganó por 1 a 0. El gol de la victoria lo consiguió “El Muelas” León⁹ después de un contrataque liderado por Méndez¹⁰. En la noche de ese miércoles, celebraron los azules. Por supuesto, los fanáticos, quienes integraban la Barra del Búfalo, observaron el encuentro futbolístico de pie, saltaron en la gradería y cantaron diversos coros, acompañados de golpes al bombo. Entre los aficionados, que saltaron, cantaron y celebraron el triunfo del club, se encontraban “Beto”, “Bruja”, “Español”, “Morón”, “Negro” y “Pablo” porque las dinámicas innovadoras de la Barra del Búfalo los sorprendieron y atrajeron a su ambiente festivo.

Cada uno decidió acercarse (por iniciativa propia) a la Barra del Búfalo porque exhibía una forma diferente de apoyar a Millonarios. Sin embargo, el impacto generado, poco a poco, fue disminuyendo, ya que se distinguieron los fanáticos tradicionales y una nueva generación de aficionados. Las expresiones festivas que expusieron e impactaron a los hinchas — al pasar los partidos — empezaron a demostrar limitaciones, ya que el ambiente festivo no se mantenía antes, durante y después de los encuentros futbolís-

ticos, lo cual produjo un desencanto entre aquellos que se habían sumado. Desde julio hasta noviembre de 1992, dos formas de hinchar por un club se van a identificar, pero se van a distinguir y distanciar, lo cual generó discusiones y problemas al interior de la Barra del Búfalo. Las contradicciones se hicieron indiscutibles en el último partido para Millonarios, el del segundo semestre de 1992.

En noviembre 22, las discrepancias —entre los fanáticos tradicionales y una nueva generación de aficionados— fueron evidentes, ya que los comportamientos de los jóvenes seguidores del club excedían las expresiones ya acostumbradas: cantar y saltar. En los minutos finales del partido en el que Millonarios enfrentó a Cali, desde la tribuna oriental general —específicamente desde el sector en donde se ubicaba la Barra del Búfalo— le arrojaron un martillo de pólvora al árbitro lateral. Este le cayó en una mano y lo hirió. La respuesta de los aficionados tradicionales de la Barra del Búfalo fue recriminarlos y acusarlos. En este aspecto, el testimonio de “Morón” describe las diferencias y posteriormente los conflictos surgidos entre los hinchas tradicionales y la nueva generación de aficionados, pues durante la segunda mitad de 1992 fue evidente que, entre los dos estilos de fanáticos, las maneras de apoyar al club iban por caminos diferentes.

En ese tiempo, yo fui el primero en llevar pólvora al estadio. Llevaba martillos, bengalas, avioncitos, pitos, mejor dicho, de todo; parecía Navidad en esa época [en] oriental. Y bueno, ese día yo llevé unos martillos y en ese momento ya estábamos desesperados. Unos de los martillos se los di a uno de mis compañeros, a “Pablo”. Yo lanzaba martillos a la línea lateral, a la cancha, esperando que alguno le impactara a algún jugador del Cali. Nunca pude lograrlo. Y “Pablo” en el primer intento logró estallarle un martillo al lado de la mano izquierda del juez de línea, cosa que al juez de línea tuvieron que vendarlo, pararon el partido y nos echaron la policía. Cuando vimos quién nos había echado la policía, vimos que había sido uno de los mismos integrantes del Búfalo (“Morón”, 16 de julio del 2011).

8 Esta canción fue elaborada por “Español” después de los hechos ocurridos en diciembre 17 de 1995, pues algunos miembros de Blue Rain fueron retenidos —en el municipio de Sogamoso, Boyacá— por la Policía Metropolitana: “Azules somos los duros / Y aquí llegamos y no nos vamos / A cinco amigos los tienen presos / Y no nos pueden y no nos pueden controlar / Yo soy de Millos, qué putería / Por eso canto de corazón / Tú serás siempre campeón / No soy del verde, ni de los rojos / Uno es marica, muy marica / El otro huevón, muy huevón. / Soy más veces campeón.

9 Freddy León —delantero colombiano— jugó en Millonarios desde el primer semestre de 1990 hasta el segundo semestre de 1996 y luego desde el segundo semestre de 1999 hasta el segundo semestre del 2000.

10 Peter Méndez —delantero uruguayo— jugó en Millonarios desde el primer semestre de 1992 hasta el primer semestre de 1993.

La nueva generación de aficionados exhibió innovadores modos de actuar y nuevos comportamientos frente a los mostrados por los aficionados tradicionales de la Barra del Búfalo. El relato de “Morón” destaca la agresión al árbitro asistente (ubicado en la línea lateral nororiental) en el partido entre Millonarios y Cali. El ataque le causó una herida en una de sus manos. Esa acción fue recriminada por los hinchas tradicionales del Búfalo y los denunciaron ante las autoridades civiles. Esa recriminación se sumó a las diferencias manifestadas en encuentros anteriores, por ejemplo, el rechazo al uso de groserías, a subirse en la malla y a la permanencia en las peleas contra los rivales. Los modos de actuar y los comportamientos de la nueva generación de aficionados los distanciaron de los fanáticos tradicionales en la Barra del Búfalo, lo cual produjo una división. Sin embargo, sus expresiones festivas y sus conductas violentas fueron fértiles entre los aficionados de Millonarios desde el primer semestre de 1993.

En marzo 28 de 1993, “Beto”, “Bruja”, “Darío”, “Diego”, “Español”, “Gordo John”, “Highlander”, “Iván”, “Madero”, “Morón”, “Negro”, “Pablo”, “Paisa Fernando” y “Wilson” le presentan a la *hinchada* embajadora (y a las rivales) la organización y el surgimiento de Blue Rain, ellos fueron los fundadores¹¹. Además, le dirigieron el siguiente coro a la Barra del Búfalo: “Y Millos / Y Millos / Y Millos tiene *hinchada* acá abajo / La de arriba tiene huevo”¹². La nueva generación de aficionados mostró el convencimiento de apoyar al equipo, pero se enfrentaron dos maneras de animar al club. Además, la nueva generación de hinchas sí aceptaba el enfrentamiento con los rivales. En el contexto del fútbol es posible constituir dos pertenencias: la primera está relacionada con la afiliación

y la fidelidad hacia el club y la segunda lo vincula y le posibilita la pertenencia a la *barra brava*.

Desde el sur llegó la inspiración

En la década de 1980 se formó una generación de hinchas por medio de la televisión, se veían las formas festivas manifestadas en las tribunas ubicadas detrás de los arcos: cantaban y saltaban durante el partido, festejaban los goles con *avalanchas* humanas, empleaban banderas de diferentes tamaños, encendían bengalas, columnas de humo, pólvora y lanzaban papel, entre otros. Esas formas de apoyo a los clubes de fútbol eran desconocidas por los aficionados de Santa Fe y de Millonarios en Bogotá. En la Cadena 3¹³ fueron transmitidos campeonatos de Argentina, Chile y Uruguay, “Beto” narra esa experiencia:

Para ese tiempo había un programa en el Canal 11 que se llamaba *Fútbol internacional*, donde pasaban el campeonato argentino del año inmediatamente anterior. Y se veía todo el fenómeno completo porque los partidos no eran editados, sino [en] “directo” [...]. Sobre todo, los cánticos porque eran impresionantes. Lo impactaban a uno por lo marcial del asunto, por el mensaje que llevaban, por la fuerza de voluntad, de tesón. Y de ahí para allá, testosterona, güevas¹⁴, llámelo como quiera, de ahí para allá (“Beto”, 14 de agosto del 2010).

Asimismo, la programadora RCN¹⁵ Televisión (actualmente Canal RCN) usualmente presentaba partidos de la Copa Libertadores de América —y juegos de otros campeonatos— y a través de estos era posible observar el ambiente festivo de las tribunas de los estadios, especialmente de las ubicadas detrás de los arcos. “Morón” cuenta esa vivencia:

11 Según Morón, Blue Rain se fundó en julio 8 de 1992, cuando se encontraron “Beto”, “Bruja”, “Español”, “Morón”, “Negro” y “Pablo” en la Barra del Búfalo, en el juego en el que Millonarios enfrentó a Cúcuta Deportivo.

12 *Tiene huevo* se refiere a una persona o grupo de personas que son consideradas sin importancia o sin fuerza, quizá son incoherentes o están equivocados.

13 Este canal ha tenido diferentes nombres: Canal 11, Tercera Cadena, Tercera Cadena Color, Canal 3 y en la actualidad Señal Colombia.

14 Es una palabra de origen muisca que significa “extranjero”. No obstante, “Beto” lo explica como una demostración masculina relacionada con la fuerza, el valor o la hombría.

15 Radio Cadena Nacional.

Es curioso porque yo sí tenía ya noción, lo de las *barras bravas* en Argentina. Desde el año 88, que había visto en un noticiero, por ahí, cómo era el ambiente de la *barra* del Boca. Creo que alguna vez el periodista Oscar Rentería mostró imágenes de un partido en la Bombonera, cosa que me impactó mucho. [...] Y una vez transmitieron un partido de Independiente vs. River en “La Doble Visera”¹⁶, la cancha de Independiente [...]. Y empecé a ver algo que acá no se veía, algo como la *barra* de Independiente¹⁷ y del River, detrás del arco. Eso quedó para siempre en mí (“Morón”, 16 de julio del 2011).

Los testimonios de “Beto” y de “Morón” muestran la importancia de esas transmisiones televisivas, ya que les permitieron acercarse a distintas maneras de expresarse en la gradería, pues los hinchas del Cono Sur exhibían (aún lo hacen) formas animadas, entusiastas y entretenidas. Sin embargo, ese ambiente festivo era diferente en las tribunas del estadio Nemesio Camacho, ya que la monotonía y la pasividad eran características en la década de 1980 y principios de 1990. Esas manifestaciones motivaron a una generación de hinchas a ilustrarse sobre ese tipo de expresiones y buscaron en la ciudad los documentos necesarios que les permitiera aprender sobre la festividad de las *barras bravas*.

Por eso, intuitivamente se dirigieron al centro de Bogotá, particularmente a la (antigua) Plaza de San Victorino¹⁸, pues se podían localizar distintas revistas sobre fútbol extranjero. “Beto” indica las actividades que realizaron para adquirir todas las referencias necesarias:

En primera instancia, fue la revista *El Gráfico*. Íbamos y lo ubicábamos en las zonas del centro. En ese tiempo todavía estaba la Plaza San Victorino. Y había unos lugares donde había revistas viejas y la revista *El Gráfico* argentino se conseguía, en ese tiempo, en 300 pesos. [...] Nos llenamos de bibliografía del

fenómeno, exclusivamente de las *barras*, buscábamos donde hubiera problemas de *barras*. Nos argumentamos de esa literatura, de la revista *El Gráfico*, la *Revista Deportiva* (que era también argentina), una que se llamaba *Nacional B* en Argentina, creo que desaparecida porque no la volvimos a ubicar (“Beto”, 14 de agosto del 2010).

En este sentido, “Bruja” destaca la importancia de las canciones para motivar a los demás hinchas a sumarse a un ambiente festivo porque representó una novedad en esos años. Las canciones fueron ajustadas al contexto colombiano, es decir, se repitieron, pero adecuadas al Club Deportivo Los Millonarios, a Blue Rain, a Bogotá y a los rivales:

Y ahí empezó a llegar música, coros y lo que hacían los *manes* [de Argentina] y los acomodamos aquí. “Beto” fue el primero que llegó con esas copias y con un casete que se llamaba *La descontrolada*¹⁹. “Beto” llegó con eso y pues, obvio, a todo mundo eso le pareció novedoso (“Bruja”, 19 noviembre de 2011).

La televisión y las revistas de fútbol les mostraron una innovadora manera de animar a su equipo de fútbol. Las canciones que fueron adaptadas (por los aficionados en Argentina) al contexto del fútbol, rápidamente fueron asimiladas por los hinchas de Millonarios, pues están basadas en canciones populares. Las canciones, los aplausos, los saltos, el papel, el humo, las banderas y la pólvora se articularon y produjeron un ambiente festivo en la tribuna oriental general del estadio Nemesio Camacho, es decir, renovaron el ambiente futbolístico en la década de 1990.

Los relatos de “Beto”, “Bruja” y “Morón” narran las distintas actividades y las múltiples prácticas que realizaron. “El contar una (la propia) historia no será entonces simplemente un intento de atrapar la referencialidad de algo ‘sucedido’, acuñado como huella en la memoria, sino que es constitutivo de la dinámica misma de la identidad” (Arfuch, 2005, p. 27). Los testimo-

16 Estadio Libertadores de América.

17 La Barra del Rojo es la *barra brava* del Club Atlético Independiente.

18 Ubicada entre la avenida Jiménez y la calle 12, entre la avenida Caracas y la avenida carrera 10.

19 En 1992, La Banda Descontrolada —respaldada por la compañía productora DG Discos— grabó el álbum *Un sentimiento*, una serie de 32 canciones dedicadas a la Selección Argentina.

nios cuentan el proceso alejamiento de la Barra del Búfalo y de reagrupamiento y cohesión alrededor de Blue Rain, es decir, la diferenciación respecto a los fanáticos tradicionales y la semejanza entre los aficionados de la nueva generación. La diferencia y la semejanza posibilitaron la constitución de una identidad grupal que reunió a los fundadores desde la demostración de renovadas prácticas en las graderías del estadio.

Llegó la brava

“Llegó la brava / Llegó la fuerte / Con Millonarios hasta la muerte”. Este coro fue compuesto por el primer grupo que formó Blue Rain y se interpretaba cuando la *barra* llegaba a la tribuna oriental general del estadio “El Campín”. Ese coro les permitió presentarse ante la *hinchada* embajadora y, además, demostrar que su compromiso está asegurado, es decir, solamente hincharán por Millonarios, pues la identificación con un club de fútbol es única. En *El secreto de sus ojos*, Sandoval le dice a Esposito: “El tipo puede cambiar de todo: de cara, de casa, de familia, de novia, de religión, de dios. Pero hay una cosa que no puede cambiar Benjamín, no puede cambiar de pasión” (Campanella, 2009).

La afiliación y la fidelidad futbolística deben ser inmutables porque es un convenio que se practicará hasta el final de la vida, es decir, hasta la muerte. Además, es posible intuir que defenderán su afiliación y su fidelidad —y la de la *hinchada* embajadora en general— de los hinchas rivales de Millonarios. Esa nueva generación de aficionados buscó un nombre que los distinguiera y diferenciara de las *barras* tradicionales. “Surge primero el nombre de Blue Rain, lo coloca ‘Madero’ (que en paz descanse), porque en ese tiempo estaba en furor una película que se llamaba *Black Rain*”²⁰ (“Beto”, 14 de agosto del 2010).

20 *Black Rain* es una película dirigida por Ridley Scott, producida por Stanley Jaffe y Sherry Lansing. El guion estuvo a cargo de Craig Bolotin y Warren Lewis, y la música es de Hans Zimmer. La película fue protagonizada por Michael Douglas, Andy García, Kate Capshaw, Ken Takakura, Yūsaku Matsuda, John Spencer y John Costelloe. Se estrenó en 1989.

En Blue Rain se agruparon y cohesionaron a partir de expectativas, prácticas y relatos semejantes relacionados con expresiones festivas y conductas violentas que no eran usuales —durante un encuentro futbolístico— en ninguna tribuna del Nemesio Camacho, quizás en ningún estadio del país en esos años²¹. Lo festivo y lo violento demostraron su presencia en la tribuna y en las calles, es decir, fue trascendental *estar presentes*. Así, es posible destacar que las “identidades emiten a una serie de *prácticas de diferenciación y marcación* de un ‘nosotros’ con respecto a unos ‘otros’. Para decirlo en otras palabras, identidad y alteridad, misinidad y otredad son dos caras de la misma moneda” (Restrepo, 2009, p. 62). En este sentido, los grupos sociales “construyen su propia identidad; elaboran un conjunto de mitos, símbolos, ritos, lenguajes y valores que les dan distinguibilidad frente a la población local y frente a otras asociaciones similares” (Torres, 2006, p. 8). De esta forma, “Beto” recuerda lo ocurrido en marzo 28 de 1993:

Ellos nos excluyen ese día. En un partido contra el Once Caldas²², y bueno, somos 16 y la idea, es decir, vamos a superarlos a ellos en todos los aspectos: en organización y lo que más nos importaba a nosotros, en berraquera²³ (“Beto”, 14 de agosto del 2010).

Las distinciones entre la Barra del Búfalo y Blue Rain se refieren a la cantidad de integrantes y las formas de apoyar a Millonarios y de asumir los enfrentamientos contra los aficionados rivales.

Por acá, esta parte norte del estadio va a ser de nosotros, va a ser de la *hinchada* de Millonarios. Eso fue lo primero que se hizo, eso va a ser de nosotros, hablando de oriental norte, porque nosotros duramos en oriental como cuatro años más o menos (“Beto”, 14 de agosto del 2010).

En la actualidad, el estadio “El Campín” se organiza en tres tribunas: occidental (dividida en general,

21 En 1991, aficionados de América instituyeron Furia Roja y en 1992 seguidores de Cali organizaron Ultras.

22 Marzo 29 de 1993. En esos años se llamaba Once Philips.

23 Fuerza, valentía u hombría.

preferencial y central), la más costosa; oriental (popular, general, central y preferencial), con precios intermedios; y laterales (separadas en norte y sur), las más baratas. Las graderías de occidental y de oriental se encuentran al costado del terreno de juego y las laterales están ubicadas detrás de los arcos. En oriental general inició la organización de Blue Rain:

Inclusive nos uniformamos, eran unas camisetas blancas y les colocamos con aerosol unas calaveras y eso llamó la atención, veían a los de las camisetas blancas con calaveras (“Beto”, 14 de agosto del 2010).

Las *barras* de Millonarios usualmente se identifican con camisetas, sudaderas o chaquetas de color azul o blanco con el nombre de la *barra* y el escudo del club. En este sentido, Blue Rain hizo lo mismo, pues cada integrante llevó una camiseta blanca y con una plantilla y una lata de aerosol pintaron una calavera y lograron su primera indumentaria. Blue Rain no era una *barra* tradicional, pues sus hinchas mostraban una serie de comportamientos que excedían las conductas de los fanáticos tradicionales de la época, e incluso del presente. Por ejemplo, los comportamientos que alejaban de la Barra del Búfalo a Blue Rain fueron quemar pólvora, agredir a los aficionados rivales, *poguesear*²⁴ o enfrentarse a la policía. Pero esas conductas le permitieron constituir una identidad grupal específica o particular a la nueva generación de hinchas.

La *avalancha* se hace por la emoción, porque cuando se hace el gol uno quiere irse a la mitad de la cancha a celebrar el gol con los jugadores, el frenesí del gol y eso lo inspira el tren de emociones que crea el fútbol (“Beto”, 14 de agosto del 2010).

El testimonio de “Beto” muestra las diversas situaciones y las posibilidades que asumió la nueva generación de hinchas al organizar Blue Rain, pues buscaron y ocuparon un lugar en la tribuna oriental general; integraron a diversos fanáticos; elaboraron

(espontáneamente) vestimenta; y exhibieron variadas expresiones festivas, incluyendo algunas manifestaciones agresivas, entre otros aspectos.

En septiembre 8 de 1996 se disputó el clásico capitalino y los hinchas de Millonarios lograron ubicarse, por primera vez, en lateral norte, pero desplazaron a la Barra Cardenales de Santa Fe. En lateral norte, modificaron su nombre a Comandos Azules #13 y lograron la exclusividad de la gradería para los hinchas de Millonarios. “Pablo” diseñó el escudo de C. A. #13²⁵. “Beto” narra el origen del nombre:

Comandos Azules nace porque es un nombre que me pareció, a mí, guerrero, éramos 16, que luego fuimos 32, éramos un grupo pequeño pero decidido, lo que se nos pusiera por delante [...], entrábamos con la que fuera [...]. Tenemos el nombre “comandos” por lo decididos, “azules” por lo del equipo y #13 por la cantidad de estrellas que tenía Millonarios en ese momento, yo fui uno de los primeros que dijo que Comandos Azules debía ser acompañado con el #13 porque nosotros nacimos bajo la estrella número 13.

En 1997 inició la masificación de los viajes para seguir a Millonarios, comenzó la carnetización de los hinchas que formaban C. A. #13 y fue lanzada la revista y el afiche de la hinchada. “Beto” planteó la obligación de ocupar la tribuna lateral sur, buscando así retrasar el crecimiento de, especialmente, Disturbio Rojo Bogotá de América y una filial de Los del Sur de Nacional en Bogotá.

Te juro te *alentaré*...

En el presente, la Banda del Bombo o la Instrumental del Comando²⁶ se posiciona en el centro de la tribuna y desde ahí orientan la intensidad de los cantos y los

24 Es un tipo de baile iniciado desde el género musical punk. En esta forma de danza, los individuos se mueven según el ritmo de los instrumentos y levantan las piernas y los brazos. El baile se denomina *pogo* y participar implica *poguesear*.

25 “Beto” explica de la siguiente manera el escudo de C. A. #13: “Nacimos bajo 13 estrellas de Millonarios, el club nos unió y estaremos hasta la muerte con el Embajador, por eso la calavera”.

26 Son los subgrupos encargados de interpretar los instrumentos musicales durante el encuentro futbolístico en Blue Rain y en Comandos Azules Distrito Capital respectivamente.

saltos. A su alrededor se ubican los múltiples *parches*²⁷ y algunos hinchas, particularmente hombres, se estacionan en los rompeolas²⁸ y otros sobre los vomitorios²⁹, se agarran de las *tiras*³⁰ para saltar mientras cantan. Las canciones buscan animar al equipo, los hinchas que “participen en la composición de canciones, en la elaboración *trapos* y en la adquisición de instrumentos musicales, papel, fuegos artificiales y sombrillas, serán ubicados en diferentes posiciones en el orden interno o en la jerarquía de la *barra brava*” (Castro, 2022a, p. 129).

La *barra brava* se destaca por “la originalidad y cantidad de cantos que se entonan antes, durante y después de cada partido” (Aragón, 2007, p. 73). Los cantos (las canciones) forjan una masculinidad corporal resistente, caracterizada por *ir al frente, poner huevo, no arrugar, mandar o ser capo* (Scharagrodsky, 2002). Una de las canciones destaca el acompañamiento que asegura la *barra brava* con su club, mediante expresiones festivas, solicitando una victoria:

Siguiendo a los Millos yo llegaré lejos / Tan lejos como se pueda llegar / Ya llegan los bombos y los redoblantes / Ya llega el *aguante* de la capital / Copando, copando se llena de a poco / Estamos relocos, hoy hay que ganar / Vamos, Millonarios, que todo está bien / Esta noche cantaré, te juro te *alentaré* / Vamos, Millonarios, hoy hay que ganar / Esta noche hay que ganar, no me vallas a fallar / Y vamos, los Millos, quiero verte campeón / Vamos los Millos³¹.

Los saltos (de izquierda a derecha o viceversa) aumentan la temperatura en la gradería. Por eso,

27 El *parche* es un subgrupo de la *barra brava*, se reúnen en torno a un origen territorial común, un referente histórico del equipo de fútbol o de la barra brava, o son parte de otro grupo social.

28 Son tubos de hierro en forma de rectángulo que han sido puestos en muchos escalones de la gradería, alcanzan una dimensión de dos metros de ancho por un metro de alto y se han instalado al interior para impedir o cortar las *avalanchas*.

29 Entrada-salida de la tribuna.

30 Son banderas (o *trapos*) verticales, colgadas de arriba a abajo de la tribuna, que alcanzan dimensiones hasta de 30 metros de largo y 2,50 de ancho.

31 Canción basada en *Siguiendo a la Luna* de Los Fabulosos Cadi llacs.

muchos fanáticos se quitan sus camisetas y exponen tatuajes como el escudo del club, e incluso con los símbolos de la *barra brava*. Los saltos son armónicos, algunos aficionados se abrazan para conservar el equilibrio. Desde afuera de la *hinchada* se puede considerar que son saltos bruscos, fácilmente se cree que los hinchas se empujan o se golpean, pero no lo hacen porque están *pogueando*. En el *carnaval* en el que participan los fanáticos, quienes forman la *banda*, se exhibe “una violencia establecida, un desenfreno de hechos y de palabras que se ajustaba a formas específicas; así, la inversión del orden normal de las cosas tenía un papel primordial en la fiesta” (Caro, 2006, p. 51).

Los aplausos, las canciones, el humo de colores, los instrumentos musicales, el papel, la pintura en el rostro, la pirotecnia, el *pogo*, los saltos, las sombrillas, los tatuajes y los *trapos* exhibidos en la tribuna es posible entenderlos alrededor del *carnaval*, pues “está integrado principalmente por expresiones festivas que se articulan alrededor del baile, el canto, la música, el acercamiento corporal” (Losada, 2007, p. 42). En el *carnaval* se permite manifestar comportamientos usualmente reprimidos en la cotidianidad y se facilita el anonimato de los participantes en la multitud. El *carnaval* permite salir de la vida diaria, entregarse a la exaltación y al delirio, gozar de un sistema simbólico representado por colores, olores, sonidos, sabores, y la música deja a un lado al silencio e invita al movimiento, a iniciar la fiesta (Bohórquez, 2014).

El *carnaval* es la forma para demostrar su afiliación y su fidelidad por Millonarios al desbordar (en la tribuna) un espectáculo festivo y generar un escenario animado, entusiasta y entretenido para los aficionados, hecho por los mismos hinchas. Además, les sirve para apoyar o —en las propias palabras de los fanáticos— *alentar* al club. En el *carnaval*, “mezcla única de elementos aparentemente disparatados es lo que brinda a cada celebración ese carácter propio que la vuelve atractiva” (Vignolo, 2006, p. 17).

Al interior de la *hinchada* se constituye “una dispersa y autogestiva serie de iniciativas comunitarias,

festivas, solidarias, de las que los hinchas son capaces” (Sodo, 2013, p. 262). Las expresiones festivas de los fanáticos son “una representación que pone en escena a una comunidad determinada mostrándola a sí misma y a las otras con sus símbolos específicos, sus significados, permitiéndoles a los participantes experimentar una identidad” (Buevas, 2006, p. 66). El ambiente festivo les permite a los hinchas divertirse mientras alientan a su club. No obstante, de acuerdo con Caro (2006), “el carnaval *urbano* ganó importancia, pero perdió fuerza” (p. 168).

Los hinchas que integran Blue Rain y C. A. D. C. también componen canciones dirigidas a sus contrincantes futbolísticos en las que se evidencian las rivalidades, pues los “clubes de fútbol constituyen identidades deportivas y la competencia produce las rivalidades, ya que pone frente a frente a dos contendientes en el terreno de juego” (Castro, 2020, p. 184). Las rivalidades son la apropiación de múltiples diferencias expresadas verbalmente a través de las canciones y físicamente mediante el enfrentamiento. La siguiente canción expone lo anteriormente señalado:

Verde³², verde compadre / La concha³³ de tu madre
/ Verde, verde compadre / La concha de tu madre /
Si tienes tanto huevo³⁴ / Si tienes tanto *aguante* / Te
esperamos afuera para hacer un *combate* / Para hacer
un *combate*.

Las rivalidades futbolísticas se radicalizan a partir de diferencias territoriales, pasionales, históricas, socioculturales, político-económicas e incluso étnicas y sexuales. Por eso, los hinchas —quienes integran Blue Rain y C. A. D. C.— han compuesto canciones que manifiestan su rivalidad con otros equipos: Club Independiente Santa Fe, Asociación Deportivo Cali, América de Cali, Club Deportivo Popular Junior

Fútbol Club, Deportivo Independiente Medellín y Atlético Nacional. En esas canciones se evidencian burlas, insultos, desafíos y amenazas. Los hinchas que integran las *hinchadas* demuestran su presencia en la tribuna alentando a su club, es decir, *están presentes*, exteriorizan un ambiente festivo, diferente al aburrimiento o a la *amargura* que destacan contra sus rivales.

Conclusiones

Es posible ubicar las expresiones festivas expuestas en las graderías (como temática de análisis) en los estudios sociales del fútbol. Sin embargo, el fútbol no es la preocupación en este artículo, y tampoco sus practicantes. El interés son los sujetos que observan los partidos de su club, los aficionados asociados en las denominadas *barras bravas*. En el contexto del fútbol, los hinchas animan a su club y, además, rivalizan con los adversarios. Las situaciones mencionadas permiten entender los procesos de socialización, es decir, la influencia de los grupos sociales sobre el sujeto y la asimilación o la respuesta a esa influencia.

Las expresiones festivas (o el *carnaval*) manifestadas por los integrantes de Blue Rain y de C. A. D. C. fueron descritas a partir de cada una de las prácticas realizadas, especialmente durante el desarrollo del partido del fútbol. Lo festivo demuestra la distinción entre, por un lado, *barras* y aficionados tradicionales, y, por otro lado, *barras bravas*. La diferencia entre los primeros y los segundos está expuesta en el apoyo constante (por parte de los segundos) en la tribuna a través de aplausos, canciones y saltos. Igualmente, la asistencia masiva en las tribunas y el empleo de instrumentos musicales, papel, pólvora y columnas de humo, entre otros, para dar la bienvenida al club en el terreno de juego. El principal propósito del *carnaval* es *alentar* al equipo y mantener un ambiente efervescente en la tribuna. Igualmente, promueve y anuncia el *combate*.

La importancia del *carnaval* es innegable en Bogotá, pues es una manifestación urbana de la actualidad. El *carnaval* de la *barra brava* viene a presentarse

32 Se dirige a los seguidores de Nacional o de Cali y puede ser reemplazado por rojo cuando se dirige la canción a los aficionados de Santa Fe o de América.

33 Se refiere a la vagina en Argentina y puede usarse como insulto, pero en Colombia no posee la misma connotación.

34 Se refiere a una demostración masculina relacionada con la fuerza, el valor o la hombría.

como una expresión festiva en el contexto del fútbol, ante la ausencia de fiestas masivas en la capital que permitan salir de la cotidianidad y subvertir el orden. Por eso, son trascendentales las expresiones festivas de Blue Rain y de C. A. D. C. de Millonarios F. C.³⁵. El hincha —al participar y al permanecer en el *carnaval*— muestra su voluntad para *estar ahí* en el grupo social. Lo festivo (e igualmente lo violento) le solicita una serie de compromisos que debe asumir, pues la dedicación al frente de esos deberes mostrará su responsabilidad para cumplir cada uno de los convenios acordados para desarrollarlo.

El *carnaval* manifiesta la alegría y es contrario al *combate*, una conducta violenta, constituyentes del *aguante* —una construcción social en el contexto del fútbol— entre los hinchas agrupados en las *barras bravas*. Aunque el *carnaval* y el *combate* son contradictorios, al mismo tiempo son complementarios, relacionados a través de burlas, insultos, desafíos y amenazas en las canciones dirigidas contra los rivales. El *aguante* permite exhibir la presencia en las tribunas (lo festivo) y en las calles (lo violento) y demuestra la identidad futbolística, la pertenencia al grupo social y la maximización de las rivalidades. El *carnaval* es opuesto a la amargura y el *combate* es contrario a la cobardía que los hinchas reunidos en las *barras bravas* destacan contra sus rivales.

Conflictos de interés. El autor no tiene conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. El autor no recibió financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. *John Alexander Castro Lozano*: conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador

original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Aragón, S. (2007). “*Los trapos se ganan en combate*”: una mirada etnográfica sobre las representaciones y prácticas violentas de la “barra brava” de San Lorenzo de Almagro. Antropofagia.
- Arfuch, L. (2005). *Identidades, sujetos, subjetividades*. Prometeo Libros.
- Bohórquez, C. (2014). La música como dimensión simbólica del carnaval. En M. González (coord.), *Carnavales y nación. Estudio sobre Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba y Venezuela* (pp. 256-267). Corporación de Estudios Interculturales Aplicados.
- Buevas, M. (2006). La fiesta contemporánea. En E. Gutierrez & E. Cunin, *Fiestas y carnavales en Colombia: la puesta en escena de las identidades* (pp. 59-96). La Carreta Editores.
- Campanella, J. (Dir.). (2009). *El secreto de sus ojos*. [Película]. Distribution Company, Alta Films, Sony Pictures Classics.
- Caro, J. (2006). *El carnaval: análisis histórico-cultural*. Alianza Editorial.
- Castro, J. (2020). “El día que me muera me vas a escuchar”. De la identidad y la violencia en el contexto del fútbol en Colombia. *Logos Ciencia & Tecnología*, 12(1), 175-187. <https://doi.org/10.22335/rict.v12i1.1111>
- Castro, J. (2022a). *¡Yo soy azul! La imitación y el aguante en barras bravas de Bogotá*. [Tesis doctoral]. Universidad Distrital Francisco José de Caldas [no publicada].
- Castro, J. (2022b). El combate entre hinchas en Bogotá: sociología de la violencia del fútbol. *Revista Colombiana de Sociología*, 45(2), 117-139. <https://doi.org/10.15446/rsc.v45n2.95844>
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Editorial Gedisa.
- Guber, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Grupo Editorial Norma.
- Guber, R. (2018). “Volando rasantes”... etnográficamente hablando. Cuando la reflexividad de los sujetos sociales irrumpe en la reflexividad metodológica y narrativa del investigador. En J. Piovani & L. Muñoz (coord.), *¿Condenados a la reflexividad? Apuntes para repensar el proceso de investigación social* (pp. 52-72). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. <https://doi.org/10.2307/j.ctvn5tzjw.6>
- Guzmán, L. & Suárez, L. (2022). Acompañemos la vida en el trabajo material: una propuesta de indagación antropológica. *Revista Colombiana de Antropología*, 58(1), 175-205. <https://doi.org/10.22380/2539472X.1992>
- Losada, F. (2007). Notas de carnaval. *Revista de Investigaciones Folklóricas*, 22, 42-47.

35 Igualmente, las expresiones realizadas por La Guardia Albi-Roja Sur del Club Independiente Santa Fe.

- Restrepo, E. (2009). Identidad: apuntes teóricos y metodológicos. En G. Castellanos, D. Grueso, & M. Rodríguez, *Identidad, cultura y política: perspectivas conceptuales, miradas empíricas* (pp. 61-74). Universidad del Valle.
- Restrepo, E. (2018). *Etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Sanabria, F. (2009). Manderlay, Grace and Freedom o la tentación de hacer el bien en antropología. En F. Sanabria & H. Salcedo (coord.), *Ficciones sociales contemporáneas* (pp. 19-31). Universidad Nacional de Colombia.
- Scharagrodsky, P. (2002). Los graffitis y los cánticos futboleros plattenses: o acerca del proceso de configuración de diversas masculinidades. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 24(1), 179-197.
- Sodo, J. (2013). Los significados de lo popular en un grupo de hinchas del fútbol argentino. En J. Branz, J. Garriga, & V. Moreira (coord.), *Deporte y ciencias sociales: claves para pensar las sociedades contemporáneas* (pp. 233-264). Editorial de la Universidad de la Plata.
- Torres, A. (2006). Organizaciones populares, construcción de identidad y acción política. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 4(2), 1-23.
- Vignolo, P. (2006). La metamorfosis del carnaval. Apuntes para la historia de un imaginario. En E. Gutierrez & E. Cunin (coord.), *Fiestas y carnavales en Colombia: la puesta en escena de las identidades* (pp. 17-41). La Carreta Editores.

EDITH CORTÉS ROMERO   ELIZABETH VALENZUELA ORNELAS 

ARTÍCULO ORIGINAL

Trialéctica de un espacio deportivo: *Strong Girls*

Recepción: 15 de agosto de 2023 ▶ **Evaluación:** 21 de noviembre de 2023 ▶ **Aprobación:** 11 de marzo de 2024

Sugerencia de citación. Cortés, E y Valenzuela, E. (2024). Trialéctica de un espacio deportivo: *Strong Girls*. *Perspectiva Geográfica*, 29(1), 1-19
<https://doi.org/10.19053/uptc.01233769.16375>

Resumen. La siguiente propuesta tiene como propósito presentar el programa *Strong Girls*, que busca dar a conocer la participación de las mujeres en el deporte, así como mostrar a qué barreras y desafíos se enfrentan en el deporte femenino. El enfoque teórico está basado en la trialéctica de Edward Soja, ya que se investiga el espacio, el tiempo y la sociedad en relación con la participación de las mujeres en el deporte, y cómo *Strong Girls* utiliza el *streaming* como medio para promover la equidad de género y aumentar la visibilidad de las mujeres deportistas. Para la metodología, se retomó a *Strong Girls* como estudio de caso y se utilizó una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos para recopilar datos de los programas y analizar la difusión deportiva, al tiempo que se muestran experiencias de deportes individuales y de equipo. Los hallazgos del proyecto son: la identificación de las barreras que enfrentan las mujeres, como los estereotipos de género, falta de oportunidades o apoyo y discriminación; así mismo, cómo *Strong Girls* es un espacio inclusivo, de apoyo, ya que propicia redes y comparte experiencias entre deportistas para superar obstáculos, y cómo durante tres años el programa ha podido mostrar el papel de las mujeres deportistas al promover la visibilidad de los deportes que practican e impulsar el conocimiento de todo lo que conlleva el deporte.

Palabras clave: *deporte femenino, espacio, streaming, difusión.*

1 Último título obtenido: Doctorado en Comunicación Universidad que lo otorgó: Universidad Iberoamericana Filiación institucional: Universidad Autónoma del Estado de México Correo electrónico: ecromero@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-6899-5740>

2 Último título obtenido: Licenciatura en Comunicación Universidad que lo otorgó: Universidad Autónoma del Estado de México Filiación institucional: Universidad Autónoma del Estado de México Correo electrónico: elizabethvao@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-9973-851X?lang=en>

Trialectic of a sports space: strong girls

Abstract: The purpose of the following proposal is to present the *Strong Girls* program that seeks to publicize the participation of women in sports, as well as to show the barriers and challenges they face in women's sports. For which the theoretical approach is based on the trialectic of Edward Soja, when investigating space, time and society in relation to the participation of women in sport, and how *Strong Girls* uses streaming as a means to promote gender equality and increase the visibility of female athletes. For the methodology, *Strong Girls* was used as a case study, and a combination of qualitative and quantitative methods was used to collect data from the programs and analyze the sports diffusion, taking up experiences of individual and team sports. The findings of the project is the identification of the barriers that women face, such as gender stereotypes, lack of opportunities and discrimination, as well as *Strong Girls* is an inclusive space, supportive by promoting networks and sharing experiences among athletes to overcome obstacles. Likewise, as the program for three years has been able to show the role of women athletes, promoting the visibility of the sports they practice and promoting knowledge of everything that sports entails.

Keywords: *women's sport, space, streaming, diffusion*

Trialética de um espaço desportivo: meninas fortes

Resumo: A proposta a seguir tem como objetivo apresentar o programa *Strong Girls* que busca divulgar a participação das mulheres no esporte, bem como apresentar as barreiras e desafios que elas enfrentam no esporte feminino. Para o qual a abordagem teórica se baseia na trialética de Edward Soja, ao investigar o espaço, o tempo e a sociedade em relação à participação da mulher no esporte, e como a *Strong Girls* utiliza o streaming como meio para promover a igualdade de gênero e aumentar a visibilidade do esporte. atletas do sexo feminino. Para a metodologia, o *Strong Girls* foi usado como estudo de caso, e uma combinação de métodos qualitativos e quantitativos foi usada para coletar dados dos programas e analisar a difusão esportiva, retomando experiências de esportes individuais e coletivos. As conclusões do projeto é a identificação das barreiras que as mulheres enfrentam, como estereótipos de gênero, falta de oportunidades e discriminação, bem como o *Strong Girls* é um espaço inclusivo, solidário ao promover redes e compartilhar experiências entre atletas para superar obstáculos. Da mesma forma, como o programa há três anos tem conseguido mostrar o papel das mulheres atletas, promovendo a visibilidade do esporte que praticam e promovendo o conhecimento de tudo o que o esporte envolve.

Palavras-chave: *esporte feminino, espaço, streaming, difusão*

Introducción

Existe una percepción generalizada de que el deporte, como tema de investigación, ha sido relegado por algunas disciplinas que le han conferido una baja relevancia científica debido a su carácter lúdico y trivial. Sin embargo, esto ha hecho que se pase por alto la influencia y relación del deporte con temas muy importantes a nivel económico, político, social, geográfico, psicológico, antropológico, etc., además de que el deporte puede y debe ser investigado desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa para poder conocer a profundidad todo lo que mueve a nivel mundial.

Otro factor que ha afectado la perspectiva del deporte como algo benéfico para la sociedad y digno de ser estudiado es el trinomio deporte-espectáculo-negocio, que en muchas ocasiones prioriza la parte económica por encima de la social y de los valores originalmente asociados al deporte moderno y contenidos en la Carta Olímpica, donde se menciona a la práctica deportiva como un derecho humano al decir que “toda persona debe tener la posibilidad de practicar deporte sin discriminación de ningún tipo y dentro del espíritu olímpico, que exige comprensión mutua, espíritu de amistad, solidaridad y juego limpio” (Comité Olímpico Internacional, 2020, p. 11).

A pesar de los intentos por alejar al deporte de esta filosofía, el deporte ha sido, es y seguirá siendo un espacio de protesta, de lucha y de inspiración para muchos grupos sociales segregados que ven en estos escenarios internacionales la oportunidad de representar a una minoría, de darle voz a quienes no la tienen en otros escenarios y de ser agentes de un cambio social en sus países de origen y en el mundo. En el presente artículo se hablará de uno de esos grupos, el de las mujeres deportistas que buscan contribuir a la equidad de género a través del deporte.

Se retoma el programa *Strong Girls*, que tiene como propósito dar a conocer la participación de las mujeres en el deporte, así como mostrar a qué barreras y desafíos se enfrentan en el deporte femenino. Se parte

del enfoque teórico de la dialéctica de Edward Soja y nuestra propuesta se basa en el espacio vivido, el cual se centra en las experiencias concretas y subjetivas de las personas en su entorno, en nuestro caso, en las deportistas. Se está priorizando el espacio vivido, en tanto tercer espacio, para destacar la perspectiva de las mujeres que participan en *Strong Girls*, lo que permitió explorar cómo el programa se centra y habla sobre las dinámicas del entorno deportivo femenino. Así mismo, se investiga el espacio, tiempo y sociedad en relación con la participación de las mujeres en el deporte y cómo *Strong Girls* utiliza el *streaming* como medio para promover la equidad de género y aumentar la visibilidad de las mujeres deportistas. A partir del análisis del espacio vivido, se recuperan las resistencias, es decir, los desafíos que enfrentan las mujeres, por lo que es importante referir los otros dos espacios de los que habla Soja (el primer y segundo espacio), porque son un referente para contextualizar las experiencias de las deportistas y comprender cómo los factores externos influyen en el espacio vivido de *Strong Girls*.

El programa *Strong Girls* surge por la necesidad de tener un espacio de difusión que se centrara en las mujeres que participan en el mundo del deporte, pues es sabido que la mayoría de los medios tradicionales, principalmente televisión y prensa, dedican la mayor cantidad de sus espacios al deporte varonil y solamente a algunas disciplinas que son prioridad en cuestiones de relaciones económicas e incluso políticas, dejando en un segundo o tercer plano la labor periodística.

La era digital, a través de plataformas como las redes sociales y el *streaming*, permite contar con espacios libres de intereses particulares ajenos al deporte, donde se pueden compartir con la audiencia las historias de lucha y éxito de mujeres en el deporte que rompen con los paradigmas en los cuales el deporte solía verse como un espacio exclusivo del género masculino, o bien donde conceptos como rudeza, superioridad, fortaleza, poder e incluso éxito no eran asociados con las mujeres.

Nuestra hipótesis es que la participación en *Strong Girls* se asocia de manera positiva a una mayor visibilidad de las mujeres en el deporte. El programa no solo ofrece una plataforma de difusión, sino que contribuye a cambiar las percepciones y enfrentar las barreras que inhiben la participación de las mujeres en el deporte y tener mayor consciencia de que ser mujer deportista conlleva más retos de diferente índole que ser un hombre deportista.

Para la metodología, se tomó a *Strong Girls* como estudio de caso y se utilizó una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, así como la recopilación de datos generados en las más de cien entrevistas que se han hecho a lo largo de los tres años que lleva transmitiéndose, para recopilar datos de los programas y analizar la difusión deportiva considerando las experiencias de estas mujeres tanto en deportes individuales como de equipo. El objetivo es analizar el deporte femenino a partir de la propuesta de *Strong Girls*, con un enfoque en la construcción y transformación del espacio vivido de las mujeres en el deporte.

Los hallazgos del proyecto son: la identificación de las barreras a que enfrentan las mujeres, como los estereotipos de género, falta de oportunidades y discriminación; cómo *Strong Girls* es un espacio inclusivo, de apoyo, al propiciar redes y compartir experiencias entre deportistas para superar obstáculos. Asimismo, cómo el programa, durante tres años, ha podido mostrar el papel de las mujeres deportistas y promover la visibilidad de los deportes que practican e impulsar el conocimiento de todo lo que conlleva el deporte.

Discusión teórica

Nivel macro de la práctica deportiva femenil

Históricamente, el deporte ha sido concebido como un espacio creado y dominado por hombres y esa idea ha generado una evidente desigualdad en cuanto

al apoyo y atención que se les da a los atletas masculinos en comparación con las mujeres atletas.

En las últimas décadas, las mujeres han luchado para ser reconocidas y valoradas en este campo; sin embargo, y aun cuando se presentan avances, el deporte femenino sigue enfrentando desafíos como la desigualdad en la financiación, los estereotipos de género, la falta de visibilidad mediática y la discriminación, obstáculos que las mujeres deben superar en el camino a la igualdad en el deporte. De ahí la importancia de conocer las políticas públicas y las funciones de los organismos deportivos para que el deporte pueda seguir siendo un motor de cambio social en cuestión de equidad de género, inclusión y empoderamiento para las mujeres.

Se retoma el trabajo de Daniel Carranza y Erasmo Maldonado (2020), donde apuntan que desde los organismos internacionales se promueven tres tipos de políticas deportivas: para el deporte, en el deporte y con el deporte. Asimismo, señalan que dependiendo de cada deporte surgen organizaciones que se incorporan a nivel macro con el fin de fortalecer los intereses de cada disciplina.

Algunos de los referentes de la práctica deportiva a nivel internacional son el Comité Olímpico Internacional (COI), la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y la Federación Internacional de Baloncesto (FIBA), por mencionar algunas; sin embargo, cada región, país e incluso Estados cuentan con diferentes organizaciones, federaciones, comités, etc., que tienen como objetivo garantizar el cumplimiento de la práctica deportiva como derecho humano y sentar las bases de las competencias a través de reglamentos, competencias y relaciones con los órganos rectores del mundo.

También están las organizaciones que hacen sinergia con el deporte y la actividad física como la Organización Mundial de la Salud (OMS), cuyas políticas se centran en la prevención de enfermedades no transmisibles a partir de las formas de actividad física, para

lo cual promueven la participación y acceso a instalaciones deportivas y recreativas como una oportunidad de practicar deporte para quienes así lo requieran. Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (Unesco) ve al deporte como un medio para promover la paz y enfatiza que el deporte tiene beneficios como la participación, la inclusión de grupos étnicos y como promotor del valores y principios.

En un estado ideal y en lo que respecta al COI, se destaca al deporte como parte del desarrollo armónico del individuo, así como por favorecer una sociedad

pacífica donde el deporte debe ser practicado sin discriminación y con un juego limpio. Por su parte, la FIFA promueve un enfoque de tolerancia cero frente a casos indebidos como el dopaje, protegiendo así el deporte desde su interior y apelando a la ética del deporte y el interés en la salud física y la integridad del jugador. En cuanto a la FIBA, con base en su política internacional dirigida a las federaciones nacionales (FN) de cada país, promueve un enfoque del desarrollo deportivo desde el trabajo formativo hasta el de alta competencia, así como la mejora del deporte desde sus procesos y procedimientos.

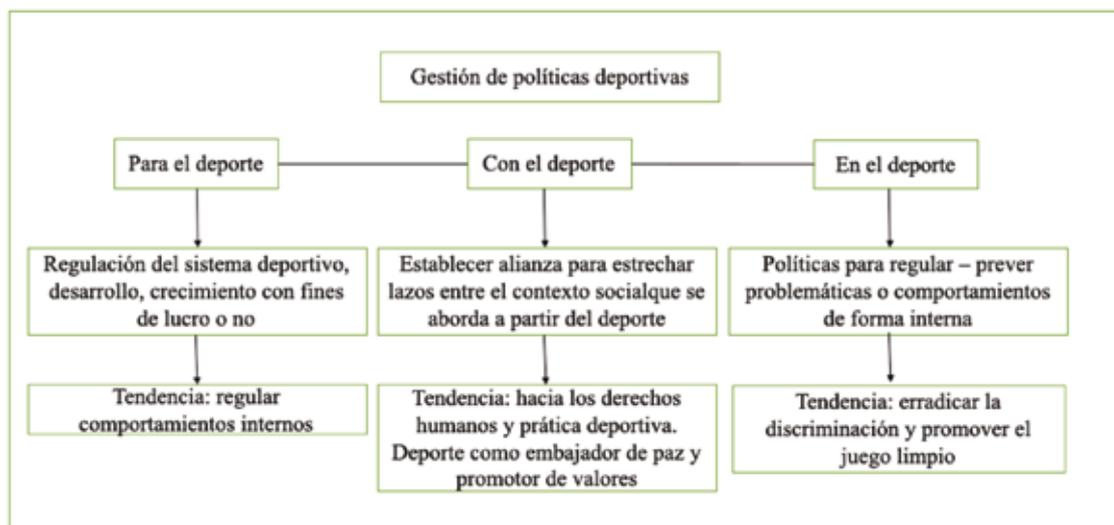


FIGURA 1. Esquema de gestión deportiva

FUENTE: elaboración propia con base en Carranza y Maldonado (2020).

A pesar de ello, en la práctica deportiva real las cosas no siempre suceden como se establece en estatutos o reglamentos, pues las deportistas entrevistadas revelan que hoy en día, después de más de 120 años, pues en los Juegos Olímpicos de 1900 se autorizó que las mujeres compitieran, seguimos viendo prácticas discriminatorias en diversos escenarios, como la igualdad salarial y el acceso a espacios y condiciones dignas y seguras para la práctica deportiva de niñas y jóvenes.

De igual forma, la FIFA, que fue fundada en 1904, de acuerdo con sus estatutos es una asociación de carácter internacional y por definición su principal ca-

racterística es que no tiene un fin lucrativo, lo que nos lleva al principal objetivo de la asociación, inscrito en el art. 2: mejorar constantemente el fútbol y promoverlo en todo el mundo (FIFA, 2020, citado en Acosta, 2022, p. 33). Solo hasta 1991 aprobó la realización de un mundial femenino, argumentando en muchos casos que el fútbol femenino no genera los mismos ingresos por patrocinios o el interés mediático, lo cual contradice el hecho de no tener un fin lucrativo y de querer promover el deporte.

Finalmente, en el caso de la FIBA, cuyas siglas vienen de su nombre original, cuando se fundó en 1932

como Federación Internacional de Baloncesto Amateur, un par de años después de su integración en el programa olímpico, podemos ver cómo países como Estados Unidos tardaron varios años más para crear las asociaciones de cada rama de un mismo deporte, como en el caso de la National Basketball Association (NBA), que tuvo su origen en 1946, y cincuenta años después surgió la Women's National Basketball Association (WNBA) en 1996.

Si bien es cierto que la discriminación en la práctica del deporte existe tanto para hombres como para mujeres, estas, por el simple hecho de serlo, se colocan un nivel más arriba en una escala de discriminación y a partir de ahí se pueden sumar más niveles, como preferencia o identidad sexual, lugar de origen, raza, discapacidad, edad, etc.

En el caso de los medios masivos de comunicación, la discriminación radica en invisibilizar, muchas veces de forma deliberada, por prejuicios, cultura e intereses económicos, a las mujeres deportistas, sin importar qué tan exitosas puedan ser o qué tantos seguidores puedan tener.

Tendríamos que preguntarnos y analizar a profundidad si esta práctica discriminatoria que podemos observar en los medios tradicionales se origina desde los propios medios o bien es un reflejo de la discriminación que existe a nivel organizacional en cada uno de los diferentes aparatos dedicados a salvaguardar la práctica deportiva como algo beneficioso para la sociedad.

La equidad de género integra múltiples factores políticos, jurídicos, económicos, educativos y familiares en un contexto sociocultural. En tal sentido, los roles asignados según el género segregan a las mujeres de algunas de las actividades y las colocan en posiciones de subordinación; uno de esos campos es el deporte. Preexiste una división que circunscribe la participación de las mujeres en determinadas prácticas deportivas y competencias. A través de la historia, las mujeres han tenido que luchar por el derecho a

competir y han demostrado su capacidad con fuerza física, resistencia y victorias extraordinarias (Cortés, 2021, p. 73).

En lo que se refiere a las políticas deportivas internacionales que promueven la igualdad de género, se encuentra la Comisión Mujer y Deporte del Comité Olímpico Internacional (COI), que también propone ampliar la participación de las mujeres en los Juegos Olímpicos. La FIFA implementa programas de empoderamiento y liderazgo sobre la igualdad en el fútbol con la creación del fútbol femenino, mientras que la Unesco fomenta una cobertura equilibrada de los deportes de hombres y mujeres y la Organización de las Naciones Unidas (ONU) enfatiza que el deporte es una herramienta para fortalecer los lazos sociales, el desarrollo sostenible y la paz.

La labor del periodista, la ciudadanía aficionada al deporte y la de los mismos deportistas debería ser la de denunciar cuando las diferentes instancias no cumplan con los objetivos, mismos que hacen públicos en sus estatutos y que son la razón de ser de su existencia, pero esto requiere de un nivel de compromiso superior y un interés por el desarrollo deportivo que no siempre existe en dichos actores. Por lo tanto, se vuelve fundamental impulsar y apoyar el deporte femenino desde otros espacios y eso implica promover la inclusión e igualdad de oportunidades e incluso desafiar los límites que impone el *statu quo*.

El tercer espacio

Retomamos la propuesta de la dialéctica triple a la que refiere Edward Soja (2008): espacio, tiempo y sociedad. El espacio es construido y modificado en el transcurso del tiempo por los actores sociales, por lo que la espacialidad es un medio y es resultado de las acciones y las relaciones sociales. De ahí que la espacialidad y la temporalidad son sustanciales en la construcción de lo social. Soja señala que hacer visible la espacialidad de la vida social implica considerar la dialéctica del ser: la historia, la sociedad y el

espacio, así como la dialéctica de la espacialidad con sus tres espacios. Para ello, en la dialéctica del ser las relaciones son interactivas entre espacialidad, historicidad y socialidad en una dimensión macro. Para el nivel micro, el autor señala que a partir del tercer espacio se permite unir lo que antes no se podía, con el propósito de romper lo dual.

El primer espacio alude a las prácticas espaciales de reproducción de la vida social, esto es, las prácticas materiales, que es la percepción del espacio. El segundo

espacio establece las representaciones del espacio conceptualizado que hacen los planificadores y urbanistas, es un espacio de diseño, regulación y orden socioespacial. Para el tercer espacio se tiene la representación y es abarcativo al bordear la experiencia espacial más íntima por ser un espacio directamente vivido, es la agencia y la experiencia del sujeto, lo que conlleva la vivencia de un espacio que vincula lo real con lo imaginado, es decir, un espacio mental. En la Figura 2 se muestra el modelo de Soja adecuado al deporte femenino.

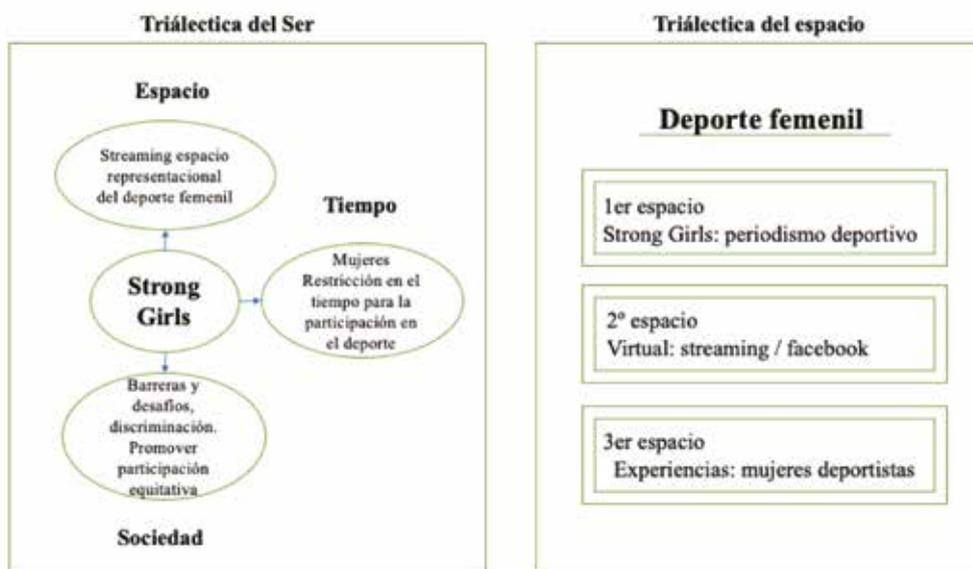


FIGURA 2. Esquema de la dialéctica del espacio en el deporte femenino

FUENTE: elaboración propia con base en Soja (2008).

Metodología

El deporte femenino está experimentando un crecimiento en los últimos años y una iniciativa destacada que ha surgido para promover la participación de las mujeres, además de la apropiación de este espacio como protagonistas de sus propias historias de éxito, es el programa de *streaming Strong Girls*.

De ahí surgen los siguientes cuestionamientos guías: ¿cómo se utiliza el *streaming* en *Strong Girls* como medio para promover la participación de las mujeres en el deporte? ¿Cómo se abordan las barreras y desafíos que enfrentan las mujeres en el deporte? ¿Cómo

se puede aumentar la visibilidad de las mujeres deportistas a través del *streaming*?

El objetivo es analizar el deporte femenino a partir de la propuesta de *Strong Girls*, con un enfoque en la construcción y transformación del espacio vivido por las mujeres en el deporte. Para ello, este análisis busca identificar y comprender experiencias para señalar las barreras y desafíos que impiden la participación equitativa de las mujeres en el deporte y promover la igualdad de oportunidades y de difusión.

Para el presente trabajo, se decidió hacer un estudio de caso sobre *Strong Girls*, por ser un medio de difusión del deporte femenino que nos permite, a través

de la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, la recopilación de datos generados en las más de cien entrevistas que se han hecho a lo largo de los tres años que lleva transmitiéndose. Se retoma el programa *Strong Girls* como estudio de caso a partir del espacio vivido según de la perspectiva de la trialéctica del espacio de Edward Soja porque ofrece *insights* respecto a la transformación que se presenta en espacios convencionales en el deporte y para dar

cuenta de cómo impacta la experiencia de las mujeres en el deporte. Esto proporciona una visión completa y más precisa del impacto de esta iniciativa, que busca la promoción del deporte femenino. Los testimonios de las participantes, las estadísticas de visualizaciones y la retroalimentación de la comunidad son hallazgos que se recuperan al analizar los resultados y evaluar el éxito del programa de *streaming*. En la Tabla 1 se muestra el enfoque que guió la investigación.

TABLA 1. Enfoque de la investigación	
Selección de materiales	
Elegir entrevistas	Mujeres líderes, como atletas, entrenadoras, investigadoras, periodistas, profesionales de la salud, directivas, creadoras, profesionistas y cualquier otro rol que ellas desempeñen dentro del ámbito deportivo, con apertura hacia cualquier tipo de deporte, así como a todas categorías existentes en una disciplina: individual, por equipos, convencional, adaptado, <i>amateur</i> , profesional, etc. Sin ejercer ningún tipo de discriminación por edad, preferencia o identidad sexual, nacionalidad, origen racial, discapacidad, etc.
Redes sociales	Las entrevistas se realizan en vivo, vía <i>streaming</i> , usando la plataforma de StreamYard, y se transmiten de forma simultánea a través de Facebook, con formatos de 30 y 60 minutos, así como los carteles que se difunden en Facebook e Instagram actualmente.
Categorización	
Temas emergentes	Equidad en el deporte, igualdad, empoderamiento, discriminación, cultura.
Interacción en redes sociales	Según la naturaleza del comentario, respuesta, interacción de la invitada con el público.
Análisis del discurso	
Resistencia	Recuperar elementos de resistencia, desafío a normas.
Empoderamiento	Cómo se construye el discurso para empoderarse, hacer visibles historias de éxito que no se cuentan en otros lugares y que contribuyen a la idea de que la mujer no destaca en el deporte.

FUENTE: elaboración propia.

Se recupera la propuesta de *Strong Girls* porque hace visible y contribuye al empoderamiento de las mujeres en el deporte al promover un cambio real en la dinámica deportiva. Es un programa de *streaming* centrado en mujeres en el deporte, lo que representa una innovación y un desafío a las normas convencionales en el deporte. De ahí la propuesta del tercer espacio de Soja como un espacio que va más allá de las dicotomías tradicionales, lo que hace ver a *Strong Girls* como un programa que encarna y contribuye a ese tercer espacio en el contexto de deporte femenino.

Análisis del *Strong Girls* a partir del tercer espacio

Primer espacio (objeto de análisis/espacio percibido)

Strong Girls es un programa de periodismo deportivo, que se transmite vía *streaming* por Facebook. En este sentido, encontramos tres tipos de *espacio* diferentes:

Espacio de difusión. *Strong Girls* es un programa cuya misión es dar visibilidad al papel que tienen

las mujeres en el deporte a partir de sus historias de lucha y éxito, tanto las de atletas como las de profesionistas que están ligadas a la industria del deporte.

Espacio virtual. El programa se realiza a través de una plataforma de *streaming* y en la era digital que vivimos actualmente no puede hablarse únicamente de espacio físicos, sino que también deben considerarse los espacios virtuales/digitales. El *streaming*, que en este caso se realiza a través de la plataforma Stream-Yard, sería el espacio virtual donde se desarrolla el encuentro entre la conductora y la o las entrevistadas, mientras que Facebook sería el espacio (o canal) digital donde se transmite en vivo para la comunidad (seguidores) del programa y de la red social.

Espacio físico o geográfico. Tenemos tres aspectos por considerar debido a que la conexión digital permite traspasar territorios, pues dos o más personas que están geolocalizadas en diferentes puntos se conectan de forma simultánea y crean así un espacio

de convergencia virtual donde en ese momento todas están en el mismo *lugar*:

1. La producción del programa se realiza desde Metepec (estado de México), desde la casa de la conductora.
2. Las invitadas se han conectado desde diferentes estados de México, pero también desde otros países como Estados Unidos, Chile e Italia; en ocasiones, desde su casa, en otras, desde hoteles de concentración o espacios deportivos.
3. La audiencia del programa es también de diferentes países, de acuerdo con información estadística de Meta Business de la página de *Strong Girls*¹. En las Figuras 3 y 4 se detallan los principales países y las ciudades más recurrentes donde se geolocalizan los 1.700 usuarios de Facebook que siguen el programa.

Principales países



FIGURA 3. Principales países de conexión de seguidores de Strong Girls en Facebook

FUENTE: elaboración propia.

¹ <https://www.facebook.com/stronggirlslapasiondeportiva>

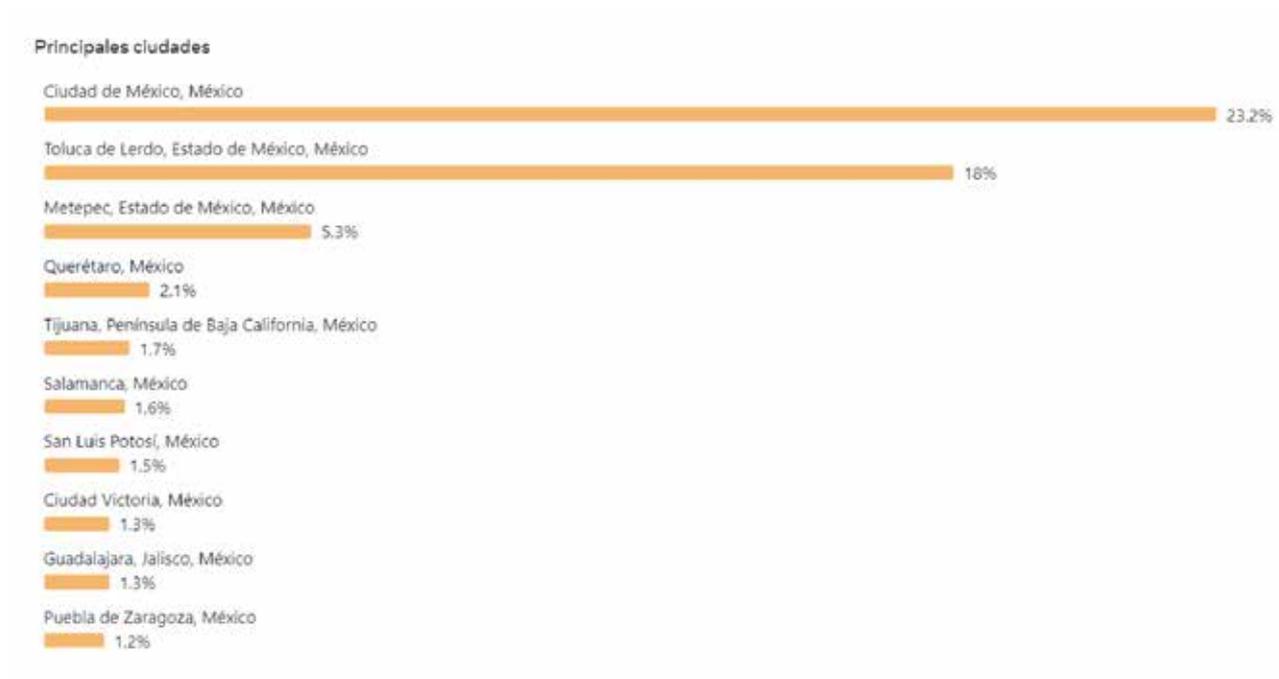


FIGURA 4. Principales ciudades de conexión de seguidores de *Strong Girls* en Facebook

FUENTE: elaboración propia.

Segundo espacio (espacio conceptualizado/espacio concebido)

Strong Girls desafía el imaginario urbano que durante muchos años la sociedad ha construido en torno a la figura del deportista mexicano, que es la de un deportista promedio, que “lucha” siempre por lograr la hazaña pero que pocas veces cuenta con la “fortuna” o el talento necesario para alcanzar la victoria. Es la historia de una lucha “aguerrida” por alcanzar aquello que se anhela para ser el “héroe” de toda una nación, pero termina siendo el “villano” al generar un sentimiento de decepción y tragedia, con frases acuñadas principalmente por aficionados al fútbol, tales como “ganamos como nunca y perdimos como siempre”, el “ya merito” y el “no era penal”, entre otras.

En esto los medios de comunicación tradicionales, como la televisión y la prensa escrita, han jugado un papel determinante por las historias que cuentan y la forma en que las cuentan, pero sobre todo por aquellas historias que no cuentan, aquellas que no tienen cabida en sus espacios deportivos, porque la industria del deporte-espectáculo, donde el dinero

juega un papel protagónico, le da más importancia a contar historias sensacionalistas, mayormente con una connotación negativa, donde parece ser que el morbo “vende” más que las historias de éxito.

Además, hoy en día seguimos encontrando que la mayoría de los titulares de programas de televisión deportivos o las portadas de diarios especializados en deporte son acaparados por la rama varonil. De acuerdo con Michelle Gulino, *marketing manager* de *partnerships* corporativos de los Dallas Cowboys, las mujeres representan el 40% por ciento de todos los participantes en los deportes (SO WHAT Sports, 2021); sin embargo, solo tienen un 4% de la cobertura de los medios y en lo que respecta a México las estadísticas apuntan hacia la misma tendencia: de acuerdo con el Observatorio de Medios de la ONG Somos Versus (2021), hay doce notas sobre deporte varonil por cada nota sobre deporte femenino.

Si bien es cierto que esto se debe principalmente a factores culturales, el papel que juegan los medios de comunicación es determinante para la invisibilización de la mujer en este escenario debido a que “su tendencia continuada a ignorar o marginar los deportes

femeniles ayuda a mantener el mito de que los deportes son para los varones, se tratan de la masculinidad y tienen un público formado exclusivamente por hombres” (Moreno, 2015, p. 279).

De la misma manera que existe poca equidad en cuestión de cobertura al deporte femenino respecto al varonil, también encontramos en los medios de comunicación deportivos una marcada discriminación por factores como discapacidad, categoría (edad) e identidad de género, entre otros, lo cual trae como consecuencia que el deporte, que suele ser visto como un conducto para lograr inclusión, equidad y empoderamiento de ciertas minorías, no logre este cometido, pues los medios, al invisibilizar las historias de éxito de mujeres deportistas, atletas con discapacidad, niños o adultos mayores que realizan deporte en categorías júnior y sénior (consideradas como de bajo interés para la audiencia deportiva), ejercen sobre estos grupos una marginación que se ha normalizado en el sector de la sociedad que gusta de los deportes, ya que está acostumbrado a ver únicamente ciertos deportes donde el hombre, con un cuerpo “ideal”, es el protagonista.

El contenido de los medios deportivos se sigue pensando y haciendo para un público masculino, lo que conlleva que se hable solo de deportes asociados a conceptos sobre cómo debe “ser un hombre”, como menciona Gilmore, enfatizando “la universalidad de valores tales como la fortaleza, la agresividad, el estoicismo y la heterosexualidad, en la definición del arquetipo de la hombría y la virilidad” (citado en Archetti, 2003, pp. 157-158), en oposición al ideal de “ser mujer”, a la discapacidad física o intelectual y a la homosexualidad.

Tercer espacio (experiencia vivida)

En este sentido, *Strong Girls* busca ser un espacio que permita visibilizar a las minorías, pero sobre todo que se conozcan estas historias de campeonas mundiales, centroamericanas, panamericanas, olímpicas, etc.,

para cambiar el imaginario donde el deporte es solo para hombres y también el que hace pensar que el mexicano en general no tiene éxito en el deporte. “El proyecto tiene la intención de dar voz a esas atletas o mujeres que están dentro del deporte, pero no tienen la visibilidad ni el reconocimiento por sus acciones dentro de la cancha o en su ámbito profesional ligado al deporte” (Cortés & Valenzuela, 2023, p. 78).

Strong Girls privilegia la libertad de expresión, el pensamiento crítico y la empatía, para lo cual también ofrece diversidad de contenido y da espacio a otros deportes, categorías y temas relacionados con el deporte que en los medios tradicionales no son considerados. En la Tabla 2 se muestran los deportes convencionales y adaptados, así como las categorías y las otras profesiones relacionadas con el deporte que se han tocado en las más de cien entrevistas realizadas durante tres años de programa.

TABLA 2. Deportes, categorías y otras profesiones relacionadas que se han abordado en las entrevistas

Deporte convencional
Alpinismo
Atletismo
Bádminton
<i>Bodyboard</i>
Automovilismo
Basquetbol
Béisbol
Box
<i>Canicross-mushing</i>
Charrería
<i>Downhill</i>
Enduro
Equitación
Fisicoculturismo
<i>Flag football</i>
Fútbol americano
Fútbol soccer
<i>Haidong gumdo</i>
Halterofilia
<i>Handball beach</i>
<i>Hiking</i>

<i>Hockey sobre pasto</i>
<i>Hockey sobre hielo</i>
<i>Jai alai</i>
<i>Jiu-jitsu brasileño</i>
Kendo
<i>Kick-boxing</i>
<i>Muay thai</i>
Nado aguas abiertas
Nado aguas gélidas
Natación artística
<i>Pole fitness</i>
Porristas
<i>Roller derby</i>
<i>Roller skate</i>
<i>Rugby</i>
<i>Skate</i>
<i>Softball</i>
Taekwondo
Tenis
Tiro con arco
<i>Towerrunning</i>
Voleibol sala
Voleibol playa
Waterpolo
Yoga
Deporte adaptado
Básquetbol en silla de ruedas
Judo adaptado
Futbol soccer para sordas

Futbol soccer para niñas con síndrome de Down
Levantamiento de potencia
Paranatación
Categorías
Júnior/infantil
Universitario
Amateur
Olímpico
Profesional
Empresarial
Sénior
Áreas relacionadas con el deporte
Administración
Arbitraje
Arquitectura
Cine
Comunicación
Derecho
Entrenador
Fisioterapia
Fotografía
Fundaciones
Investigación
<i>Marketing</i>
Nutrición
Psicología
Relaciones públicas
Responsabilidad social

FUENTE: elaboración propia.

A continuación, se presentan extractos de tres entrevistas realizadas en *Strong Girls*, en las cuales podemos observar los patrones de discriminación por cuestión de género, de discapacidad y de maternidad en la práctica deportiva, no porque sean los únicos, sino por lo que la particularidad de cada invitada aporta y que se mencionará en cada caso.

Experiencia Paulina de la Loza Mora. Seleccionada nacional mexicana de kendo, arte marcial japonés.

Paulina nos comenta que su mamá la convenció de inscribirse a la práctica del kendo por una cuestión de comodidad, al ser el mismo deporte que practicaba su hermana mayor. Ella recuerda cuál fue el pri-

mer pensamiento que tuvo al observar una práctica de kendo y lo impactante que fue para ella la rudeza de esta arte marcial:

Cuando entré la primera vez al *dojo* [...] me impresioné porque dije: ¿qué es esto tan rudo? Eran puros hombres con su armadura, sus espadas [...]. Entonces, si tú, de primera, llegas y ves espadaos, gritos, empujones [...], dije: ¡qué miedo!, pero me gustaría un día llegar a hacer lo que ellos estaban haciendo (Strong Girls, 2020).

En cuanto a la participación de mujeres en este deporte, Paulina menciona que

[...] antes había muy, muy pocas mujeres, ahora cada vez somos más... de hecho cuando yo llegue a

esa primera práctica no había ni una sola mujer con armadura, había, sin armadura, como cinco, pero armada ni una sola [...]. Te decían que el kendo no se enseñaba, que el kendo se aprendía viendo (Strong Girls, 2020).

Paulina identifica como momento crucial en su desarrollo dentro del kendo cuando decidió ir a entrenar a Japón:

Las chicas en Japón entrenan muy rudo, ellas son muy serias, me acuerdo [de] que mi primer entrenamiento era a las siete de la mañana y yo llegué a las siete de la mañana, y todas me vieron feo porque llegué tarde, y yo dije: ¡pero era a las siete!, y entendí que allá tienes que llegar a las seis treinta para prepararte y tener todo listo para empezar a las siete, y no me hablaban, nadie me hablaba, y hacían un kendo que estaba muy arriba de lo que yo conocía (Strong Girls, 2020).

De igual forma, Paulina pudo observar que en una universidad de Japón las mujeres entrenaban más tiempo que los hombres y al preguntar la razón al entrenador, la respuesta fue: “porque las mujeres son más malas y necesitan entrenar más”.

Finalmente, Paulina nos comparte lo que ella ha entendido sobre la forma en que debe de entrenarse a las mujeres en este tipo de deportes de contacto, donde todavía es mayoritaria la presencia de hombres que entrenan y también que las dirigen:

Las mujeres sentimos y aprendemos de diferente manera [...], a una mujer, debes tener cuidado cómo te diriges, cómo sacar lo mejor de esta chica sin hacer que se humille [ni] que se sienta mal, no alejarla. Ahora que he trabajado mucho con mujeres, entiendes que lo que necesitan muchas veces es apoyo, por eso se van, el chiste es seguir intentando, que se sientan parte de esta comunidad del kendo femenino, seguir luchando y que se sientan ganadoras por el simple hecho de estar ahí, no cualquiera se para frente a un hombre que mide dos metros y con una espada, hay que ser valiente [...], necesitamos que las mujeres nos echemos porras entre nosotras (Strong Girls, 2020).

Experiencia Ana García de Letona. Futbolista universitaria y fundadora de Futbol Moms, la primer liga de fútbol para mamás, reconocida por la Federación Mexicana de Fútbol.

Muchas deportistas, como otras mujeres en diferentes esferas laborales, se ven en la necesidad de elegir entre tener una trayectoria larga y exitosa o convertirse en madres, ya que la mayoría de las veces, en el caso del deporte, el hecho de que una mujer se embarace implica poner un alto a su carrera y poner en riesgo la continuidad de esta, muchas veces por cuestiones contractuales, otras tantas por cuestiones de estereotipos que acompañan a ciertos deportes y otras más porque el deporte está pensando originalmente para los hombres y no se consideraron en sus estatutos los factores propios y naturales de la vida de la mujer, como el periodo menstrual o el embarazo.

Ana García de Letona era una de estas mujeres que, tras llevar una vida activa en el deporte universitario como jugadora de fútbol, tuvo que alejarse de este deporte al convertirse en una mujer adulta con responsabilidades propias de la edad y sobre todo cuando se convirtió en mamá:

Nos toca ser mamás y nos toca repensar nuestra vida, con retos y desafíos que no teníamos antes, y de pronto esos mismos retos y maravillas de ser mamá se convierten en obstáculo para seguir practicando un deporte [...] y nos dimos cuenta de que no éramos las únicas y que había muchas mamás con ganas de jugar fútbol [...], que sí había esta necesidad, [sin importar] la etapa de la vida, [hay algunas] a las que el deporte nos mueve, nos apasiona [...]. Dijimos: no hay este espacio, pues hay que hacerlo (Strong Girls, 2021a).

Para poder llevar a cabo de forma satisfactoria esta entusiasta idea fue necesario replantear las reglas del fútbol y adaptarlas al contexto, que era el de un grupo de mujeres, madres de familia, apasionadas del deporte, que buscaban no solo practicar un deporte de los etiquetados como “para señoras”, sino sentirse nuevamente en un ambiente competitivo, sentirse

parte de un equipo sin tener que dejar de lado su rol de mamás:

Buscamos cómo darle la vuelta, cosas tan sencillas como el rendimiento, porque cuando tienes niños chiquitos no duermes bien, entonces en la cancha no rindes, entonces, cómo se convierte eso en el reglamento, [con] cambios ilimitados, las mamás que no tienen condición juegan tres minutos, te sales, regresas; ir adaptando el deporte a nuestras necesidades, y no al revés, hace que más mamás se puedan ir sumando [...]. Tienes un partido agendado y de pronto ponen algo de la escuela de los niños, pues la prioridad son los hijos, entonces ver cómo hacemos que el sistema de competencia permita esa flexibilidad, reunirnos, compartir la aventura de ser mamás con esos desafíos [...], considerar las necesidades físicas y mentales para que se vayan adaptando suavemente y se queden en el fútbol, ya la vida de la mamá es complicada como para meterle más complicaciones (Strong Girls, 2021a).

Lo que Fútbol Moms aporta, más allá de ser un espacio para que las mujeres que son madres puedan seguir practicando un deporte de forma competitiva, es el mensaje que dan hacia el interior de las familias, pues el reunir a todas estas mamás en una cancha de fútbol permite normalizar la presencia femenina en un escenario más asociado al género masculino y rompe con el rol de la mamá que se queda en casa al cuidado de los hijos, mientras los papás van a practicar algún deporte con sus amigos o compañeros de trabajo.

Ana nos comparte que un día, en un partido de la liga Fútbol Moms, una niña le decía a un niño:

“¡Ay, yo quiero jugar!”, a lo cual él le respondió: “las niñas no juegan”, pero ella le contestó: “sí, mi mamá está allá [refiriéndose a la cancha] y está jugando”. Entonces de pronto, cuando tenemos esos pequeños momentos [donde] estamos juntos cambiando la historia del deporte, o sea, no estamos teniendo una medalla olímpica, pero [...] se rompen estos estereotipos de la maternidad, de que las mamás tenemos que estar en casa, de pronto la dinámica que pasa en la casa [ahora] es que el papá se queda con los hijos

y es la mamá la que se va a hacer deporte, entonces estamos generando cambios, algunos muy chiquitos dentro de casa y otros más en comunidad, pero sí le estamos dando la vuelta (Strong Girls, 2021a).

Experiencia Lenia Ruvalcaba. Multimodesta parolímpica en judo adaptado.

Lenia Ruvalcaba es una deportista mexicana de judo adaptado, quien, a diferencia de otros deportistas con discapacidad, que comienzan su trayectoria deportiva como una terapia para mejorar su calidad de vida, comenzó practicando el judo convencional, pues su condición leve de debilidad visual no hacía que ella misma se viera como una persona con discapacidad. Reconoce que fue difícil aceptar esa condición pero vio la posibilidad de seguir creciendo en el deporte adaptado y es por ello que ella puede y ha competido en cualquiera de las dos modalidades.

Los atletas parolímpicos mexicanos regularmente cosechan buena cantidad de medallas en los Juegos Parolímpicos; sin embargo, pocas veces estos resultados tienen todos los reflectores de los medios y por tal motivo Lenia, quien durante su trayectoria ganó tres medallas en Juegos Parolímpicos (plata en Beijing 2008, oro en Río 2016 y bronce en Tokio 2020), comenta que para que el deporte paraolímpico tenga mayor apoyo es necesario que tenga mayor difusión:

Invitando a la gente a que nos sigan, a que nos conozcan, no solo a mí, sino a toda la gente de deporte parolímpico [...]. Desafortunadamente los grandes medios de comunicación se acuerdan de nosotros cada cuatro años, pero todos los años tenemos [...] competencias (Strong Girls, 2021b).

Experiencia de los seguidores. De igual manera, *Strong Girls* se ha ido posicionado gradualmente dentro de la comunidad de aficionados al deporte que han encontrado en el programa un espacio para hablar de otros deportes y sobre todo de poner en el escenario a muchas atletas que tienen logros extraordinarios pero que no cuentan con la cobertura de los grandes medios.

Estos seguidores se han convertido en promotores orgánicos del programa, pues contactan a la producción a través del Messenger de Facebook para proponer posibles invitadas, mostrando con esto la confianza que tienen en el proyecto como un espacio abierto e incluyente. En la Figura 5 se muestran algunos ejemplos de estos casos.

La opinión de la comunidad también se ve reflejada en los comentarios que dejan en la página, donde los usuarios recalcan la importancia de tener espacios alternativos para la difusión del deporte femenino (Figura 6).



FIGURA 5. Conversaciones con seguidores de *Strong Girls* a través del Messenger de la página
FUENTE: captura de pantalla.



FIGURA 6. Opiniones de los seguidores de *Strong Girls* en Facebook
FUENTE: captura de pantalla.

Además de la transmisión de las entrevistas en vivo, que posteriormente quedan grabadas en la página, también se hacen publicaciones orgánicas con los carteles de cada programa, con una foto y el nombre de la invitada, el deporte o área del deporte en la cual es especialista, la fecha y la hora de transmisión.

Esta imagen es compartida por la entrevistada en sus redes sociales digitales personales, así como por

algunos miembros de la comunidad de *Strong Girls*, o bien por seguidores de la invitada; esto permite aumentar el alcance de la publicación y con ello el conocimiento del programa, pero, sobre todo, de sus protagonistas. En la Figura 7 se muestran algunos de ellos, donde se aprecia la diversidad de las invitadas en cuestión de edad, deporte, categoría, nacionalidad, etc.



FIGURA 7. Ejemplos de carteles de programas transmitidos en *Strong Girls*

FUENTE: captura de pantalla.

Conclusiones

La dimensión macro se centra en tres elementos: 1) la historicidad en cuanto al tiempo del deporte en términos generales y el deporte femenino, y cómo va siendo reconocido e incluido en las políticas y reglamentos; 2) la socialidad, como esa relación que ha permitido los ajustes de esta nueva dinámica social para que las mujeres se puedan incorporar y ser reconocidas por

sus logros deportivos; 3) y en esa espacialidad donde *Strong Girls* es parte de una interdependencia que da sentido a la dialéctica del espacio. Todo ello inmerso en el ser en tanto sujeto social posicionado como deportista femenino que va incorporando relaciones, redes sociales y sentimientos que le dan sentido a su vida cotidiana, donde el deporte femenino es una forma de expresión perteneciente a un espacio cotidiano y vivenciado.

Aquí retomamos a Soja (2008), quien argumenta que los espacios deben ser reconocidos como producto de la acción y la intención humana colectiva y por lo tanto son susceptibles de ser modificados, en este caso, al crearse un espacio diferente a la oferta tradicional como *Strong Girls* para hacer visible el deporte femenino y dar a conocer ese quehacer de las mujeres deportistas y las mujeres que son parte de todo lo que implica el deporte.

Una de las reflexiones que nos deja este artículo es el impacto del *streaming* en la promoción de la práctica deportiva femenil, ya que estos nuevos espacios se convierten en un desafío al monopolio de los medios, pues las deportistas ya no dependen del espacio/tiempo que los medios tradicionales le puedan o quieran dedicar de acuerdo con sus propios intereses.

Estos espacios dan voz, visibilidad y reconocimiento a los logros que a nivel personal, deportivo e incluso social alcanzan las deportistas y que muchas veces pasan desapercibidos o ni siquiera son tomados en cuenta porque el deporte no es popular o porque simplemente se decide que no es relevante para el espectáculo/negocio del deporte en el mundo actual.

La visibilidad de estas historias de éxito a través de plataformas de *streaming* permite acercar este contenido a las nuevas generaciones y tener a nuevas protagonistas y modelos a seguir para las niñas no solo en lo deportivo, sino en general en la sociedad, además de incentivar la práctica del deporte y algunos otros valores asociados a este, como la disciplina, el respeto, el apoyo del núcleo familiar, el estudio, el trabajo, etc.

Así mismo, el fácil acceso a estas nuevas plataformas permite que haya cada vez más espacios dedicados a temas de interés social como la inclusión y la equidad de género, además de crear una comunidad que participa no solo como audiencia, sino también como creadores de contenido, y que impulsa el crecimiento del canal al compartirlo con su propia red de amigos mediante diferentes plataformas.

Estamos en un momento en el cual se vuelven necesarias nuevas propuestas para el uso de los espacios y para entender que las actividades de los diferentes actores en cada esfera social modifican los espacios existentes, y se vuelve mandatorio estudiarlos y entenderlos para conocer sus alcances y los beneficios que estos cambios aportan a la sociedad.

El deporte es un espacio muy fértil en términos sociales e incluso es visto como un fenómeno social capaz de mover por igual los intereses de los más poderosos y de los menos privilegiados, con diferentes motivaciones, pero siempre en relación con el acontecer en una cancha, un campo o cualquier otro escenario.

La propuesta de *Strong Girls* es justamente usar el poder del deporte para algo positivo como la equidad de género, la inclusión y el empoderamiento de grupos vulnerables al modificar los espacios existentes o crear otros nuevos con las diferentes herramientas a las que hoy en día tenemos acceso, tanto para la difusión como para la medición y la interacción.

Retomando el objetivo que guía la presente investigación, que es analizar el deporte femenino a partir de la propuesta de *Strong Girls*, con un enfoque en la construcción y transformación del espacio vivido por las mujeres en el deporte, este objetivo se cumple al retratar las experiencias de participación de las mujeres en los “otros deportes”, como Amalia Pérez, tetracampeona paralímpica en levantamiento de potencia adaptado, o Maru Plaza, multimedallista y campeona mundial actual en Pole Sport Máster 40+, Aerial Pole Sports y otras categorías dentro de este deporte, por mencionar algunos de los casos que se abordan en el programa.

De igual forma, invitadas que se dedican a otras áreas del deporte como la investigación, la fotografía y los medios han compartido la importancia de entender del deporte desde un espacio académico. Tal es el caso de la Dra. en Educación Física y Artística Ciria Salazar, quien se ha enfocado en el estudio del depor-

te con perspectiva de género y ha publicado algunos de los resultados de sus investigaciones en “La política pública en el deporte femenino mexicano” (con Gerzaín Manzo), que forma parte del libro *Deporte y género. El margen desde los márgenes*. Otro de los casos es el de la Dra. en Antropología Social Mónica de la Vega Carrigha, quien coordinó el libro *Campos de juego, arenas rituales, espacios de afición. Socioantropología del deporte y el fútbol* (2020), o de jóvenes investigadoras como la Lic. en Relaciones Internacionales Soledad Acosta (2022), quien realizó su trabajo de tesis sobre la FIFA y el fútbol femenino.

Vale la pena señalar que *Strong Girls* no es un esfuerzo aislado, pues entre las entrevistadas hemos encontrado aliadas en lo que se refiere a la difusión del deporte femenino, como Sara Álvarez, fundadora de Frame Sport, grupo de fotografías que dan cobertura a los partidos de la Liga MX Femenil desde sus inicios; Gris Campos, conductora de *Ellas en el deporte*, canal dedicado a la cobertura del deporte femenino, principalmente en redes sociales; Olga Trujillo, con *Diosas olímpicas*, quien con este proyecto busca impulsar del deporte femenino generando contenido periodístico en diferentes plataformas web. Bertha Santana, con su página *Valkirias*, Naim Gallegos con *Futbolera* y Sara Pulido en *Pasión en rosa* son solo algunas de las mujeres que con sus propios medios han emprendido esta tarea de equilibrar los espacios de difusión para hablar del deporte femenino y cambiar las formas de consumo de aficionados al deporte, así como la manera de hablar de las mujeres en el deporte.

Finalmente, hay otras mujeres que han buscado crear espacios y entornos seguros para acercar a las niñas y jóvenes a la práctica deportiva, como es el caso de Cecilia Vales, fundadora de la ONG She Wins México, que usa el deporte y la educación para empoderar niñas y mujeres en México y Latinoamérica trabajando con otras organizaciones como Dale Vuelta, de Brenda Möller, que busca dar acceso al deporte a más niñas y mujeres en México a través de socios comerciales.

Es por eso que en este trabajo se buscó aplicar la teoría de Edward Soja a partir del caso de *Strong Girls*. Sabemos que es pretencioso extrapolar la propuesta a otros contextos como el deporte y esa fue la motivación para examinar espacios que se van creando y que no son convencionales: explorar dinámicas de género en el deporte, cómo desafiar las normas tradicionales de género y cómo se promueve la igualdad, lo cual se retoma desde el espacio vivido que forma parte la dialéctica del ser.

Realizar esta investigación y analizar los resultados nos sirvió para comprender el espacio vivido, ese tercer espacio en ese contexto del deporte y de la igualdad de género. El acercamiento al trabajo de difusión que realiza *Strong Girls* por medio las entrevistas nos ayudó a percibir cómo sigue creciendo la resistencia a las normas convencionales y cómo el empoderamiento de las mujeres a través de su participación en el deporte es lo que promueve el programa, lo que implica un cambio real en la dinámica deportiva.

Se puede concluir o destacar que *Strong Girls*, desde la perspectiva del tercer espacio, nos ofrece un espacio para la difusión del deporte femenino, así como un elemento clave para la transformación de las experiencias y la percepción sobre las mujeres en el ámbito del deporte. Esto implica que se está fomentando-creando una cultura deportiva inclusiva y equitativa al aproximarnos a las multiplicidades del espacio vivido. Así mismo, el programa destaca la importancia de identificar barreras y desafíos para las mujeres en el deporte femenino en diferentes ubicaciones geográficas, lo que promueve la construcción de una comunidad virtual de mujeres fuertes, que van más allá de limitaciones geográficas, es decir, que crean un sentido de comunidad que contribuye a la construcción del espacio colectivo vivido.

Conflictos de interés. Las autoras no tienen conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. Las autoras no recibieron financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. *Edith Cortés Romero:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección). *Elizabeth Valenzuela Ornelas:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Acosta, G. S. (2022). *La FIEA y el fútbol femenino*. [Tesis de licenciatura]. El Colegio de San Luis, A. C.
- Archetti, E. P. (2003). *Masculinidades: fútbol, tango y polo en la Argentina*. Antropofagia.
- Carranza Bautista, D. & Maldonado, E. (2020). Tendencias y enfoques en la gestión de políticas deportivas en organizaciones internacionales. En D. J. Espinal & D. Carranza (comp.), *Nuevas tendencias en la gerencia deportiva* (pp. 52-65). Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte.
- Comité Olímpico Internacional (2020). *Carta olímpica*. <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/General/ES-Olympic-Charter.pdf>
- Cortés Romero, E. & Valenzuela Ornelas, E. (2023). La voz femenina en el periodismo deportivo en el Valle de Toluca. Pasión y deporte bajo la lupa de las mujeres. En A. C. Arellano Ceballos, E. Hernández Carballido, & A. Delgadillo Grajeda (coord.), *Caja de herramientas: reflexiones y metodologías para el periodismo* (p. 78). Puerta Abierta.
- Cortés Romero, E. (2021). El deporte como constructor de un espacio femenino. En E. Cortés, T. Contreras, D. Hinojosa, & R. Vázquez (coord.), *Deporte universitario, el entrenamiento como camino a la victoria* (pp. 72-74). Río Subterráneo.
- Moreno, H. (2015). Género, nacionalismo y boxeo. En E. Serret (coord.), *Identidad imaginaria: sexo, género y deseo* (pp. 255-292). UAM Azcapotzalco.
- So What Sports [@sowhatsports]. (2021, marzo 16). En el deporte femenino apenas se ve la punta del iceberg y hay mucho campo para el crecimiento. Así lo señala Michelle Gulino, Marketing Manager de Partnerships Corporativos de los #DallasCowboys, para el blog especializado Beyond The Match [Infografía]. <https://www.instagram.com/sowhatsports/?igshid=MzRlODBiNWFLZA%3D%3D>
- Soja, E. (2008). *Postmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. (Trad. de V. Hendel & M. Cifuentes). Traficantes de Sueños.
- Somos Versus (2021). *Primer Observatorio Deportivo de Medios en México*. [Informe final]. https://www.versus.mx/doc/Observatorio_de_medios.pdf
- Strong Girls (2020, agosto 13). *¿Conoces el kendo? descubre más detalles interesantes de esta arte marcial japonesa a través de Paulina de la Loza Mora, exponente mexicana de la disciplina* [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/profile/100063458626010/search/?q=paulina>
- Strong Girls (2021, agosto 13). *Las mamás también juegan fútbol. Conoce la Liga Futbol Moms creada para cubrir las necesidades de las mamás para vivir la pasión del fútbol*. [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/profile/100063458626010/search/?q=futbol%20moms>
- Strong Girls (2021b, septiembre 10). *Programa espectacular mañana viernes 8 pm nos acompaña Lenia Ruvalcaba atleta paralímpica de judo y multimedallista. ¡Acompáñanos!* [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/profile/100063458626010/search/?q=lenia>

JORGE ALBERTO MENESES CÁRDENAS   

ARTÍCULO ORIGINAL

Ponte la verde: futbol y consumo cultural de jóvenes universitarios de Oaxaca, México

Recepción: 16 de junio de 2023 ▶ **Evaluación:** 9 de octubre de 2023 ▶ **Aprobación:** 5 de marzo de 2024

Sugerencia de citación. Meneses, J. (2024). Ponte la verde: futbol y consumo cultural de jóvenes universitarios de Oaxaca, México. *Perspectiva Geográfica*, 29(1), 1-16. <https://doi.org/10.19053/uptc.01233769.17378>

Resumen. En este trabajo el objetivo central fue conocer y describir las prácticas y significados de consumo cultural de jóvenes universitarios/as que vieron televisión durante los partidos de la selección mexicana de futbol del Mundial de Sudáfrica 2010. Para acceder a ello se indagó tanto en los contenidos de las transmisiones como en los consumos culturales de los jóvenes, mediante una etnografía multisituada con diversas herramientas de recolección de datos. Entre los hallazgos, se puede mencionar que las transmisiones de los partidos de futbol de la selección mexicana son rituales performativos en donde los jóvenes expresan densamente formas heterogéneas de consumo cultural imbricadas con imaginarios nacionalistas laxos. Se concluye que los jóvenes pueden reproducir tanto imaginarios nacionalistas como ser pragmáticos consumidores porque con sus identificaciones deportivo-nacionalistas involucran prácticas de consumo con imaginarios flexibles sobre lo mexicano. Por ello frente al televisor pueden ser consumidores y ciudadanos, según el espacio, la temporalidad y los sujetos con quienes interactúen. El contenido será presentado en ocho apartados. En los primeros tres delimito el tema, los sujetos, los contextos, el método y la aproximación teórica. Los tres siguientes muestran las formas de consumo en diversos espacios localmente situados. En la última sección delimito los hallazgos.

Palabras clave: *jóvenes universitarios, consumo cultural, televisión, nacionalismo, performatividad.*

1 Doctor en Estudios Latinoamericanos. Universidad Nacional Autónoma de México. Profesor-investigador. Instituto de la Comunicación, Universidad del Mar. jorgemenecs@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0002-8553-8082>

Put on the green one: Soccer and cultural consumption of young university students from Oaxaca, México

Abstract: In this work the main goal was to get to know and describe the practices and meanings of cultural consumption of young college students that watched television during the matches of the Mexican soccer team at the South Africa 2010 World Cup. In order to access this, a research was done in the contents of the transmissions as well as in cultural consumptions of young people, through a multi-sited ethnography with various data collection tools. Among the findings it can be mentioned that the broadcasts of Mexican national team's soccer matches are performative rituals where young people densely express heterogeneous forms of cultural consumption imbricated with loose nationalist imaginaries. It is concluded that young people can both reproduce nationalist imaginaries as pragmatic consumers because with their sports-nationalist identifications they involve consumption practices with flexible imaginaries about what it is to be Mexican. Therefore, in front of the television they can be consumers and citizens, depending on the space, the temporality and the subject with whom they interact. The text will be presented in eight sections. In the first three I define the topic, the subjects, the contexts, the method and the theoretical approach. The following three show the forms of consumption in various locally located spaces. In the last section I outline the findings.

Keywords: *University students; cultural consumption; television; nationalism; performativity.*

Coloque o verde: Futebol e consumo cultural entre jovens universitários de Oaxaca, México

Resumo: Neste trabalho o objetivo central foi conhecer e descrever as práticas e significados do consumo cultural de jovens universitários que assistiram à televisão durante as partidas da seleção mexicana de futebol na Copa do Mundo da África do Sul 2010. Para acessá-lo, tanto os conteúdos das transmissões, bem como o consumo cultural dos jovens, através de uma etnografia multisituada com diversas ferramentas de coleta de dados. Entre as descobertas pode-se mencionar que as transmissões dos jogos de futebol da seleção mexicana são rituais performativos onde os jovens expressam densamente formas heterogêneas de consumo cultural imbricadas com imaginários nacionalistas soltos. Conclui-se que os jovens podem tanto reproduzir imaginários nacionalistas como consumidores pragmáticos porque com as suas identificações desportivo-nacionalistas envolvem práticas de consumo com imaginários flexíveis sobre o que é mexicano. Portanto, diante da televisão podem ser consumidores e cidadãos dependendo do espaço, da temporalidade e dos sujeitos com os quais interagem. O conteúdo será apresentado em oito seções. Nos três primeiros defino o tema, os assuntos, os contextos, o método e a abordagem teórica. Os três seguintes mostram as formas de consumo em vários espaços localizados localmente. Na última seção descrevo as conclusões.

Palavras chave: *Estudantes universitários; consumo cultural; televisão; nacionalismo; performatividade.*

Introducción

Cuando en términos sociológicos se acepta que en el análisis sobre los medios masivos de comunicación se deben conocer las condiciones técnicas de producción, los contenidos del medio y el consumo de los televidentes (Thompson, 1998), allí se abre una puerta para la investigación etnográfica. Específicamente porque la finalidad no es el medio ni la tecnología en sí, sino conocer las formas en que los sujetos apropian y consumen uno o más medios en espacios y tiempos determinados.

Además, si Pierre Bourdieu (1996) señala que los Juegos Olímpicos son un espectáculo deportivo de competencia entre atletas, pero también son un ritual marcadamente nacionalista, con himnos y banderas enalteciendo a la patria, y también que entre los consumidores existe una construcción social del espectáculo (Bourdieu, 1996), en donde la tele es la que generará la oferta y el espectador la amolda a sus circunstancias, entonces se justifica etnográficamente la oportunidad de conocer las particulares formas en que ciertos grupos y personas apropian/consumen socialmente determinados acontecimientos deportivos.

Si a esto se le suma que en el siglo XXI los rituales no solo se observan, se producen y se construyen en el centro de la vida social, sino que también se construyen en espacios desacralizados y periféricos, como en los eventos deportivos (Segalen, 2005), lo anterior justifica la idea de observar y describir los contenidos televisivos de partidos de fútbol, pero con la finalidad de conocer el consumo cultural de televidentes situados.

Entonces, al proponer que los mundiales de fútbol pueden observarse como rituales laicos de repetición periódica, pues no tienen un guion prescrito y más bien son situaciones performativas, dinámicas, transculturales y transnacionales, fue preciso delimitar qué tipo de partidos se podrían observar, quiénes serían los sujetos con los que se observarían los partidos y en dónde y cómo se haría. A continuación, delimitamos estos aspectos.

Primero. A partir de agosto de 2008 se comenzó a observar etnográficamente los partidos de televisión de la selección mexicana de fútbol que estaba disputando las eliminatorias para el Mundial de Sudáfrica 2010. El siguiente paso fue delimitar a los sujetos de estudio.

Segundo. Desde La Crucecita, en el municipio de Santa María Huatulco¹, Oaxaca, México, nos centramos en conocer cuál era el consumo cultural de las y los jóvenes universitarios/as de la Universidad del Mar² (UMAR) durante diversas transmisiones de televisión de los partidos de la selección mexicana de fútbol. Una hipótesis para esta pregunta fue plantear que los jóvenes universitarios apropian los partidos de fútbol como rituales de consumo en donde expresan diversas prácticas y significados nacionalistas o no, pero de acuerdo al microcontexto y los sujetos con quienes se encuentran viendo la transmisión.

Tercero. Por el carácter cualitativo de esta investigación, optamos por registrar los consumos de entre 10 y 15 jóvenes (hombres y mujeres) de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UMAR, aunque la propia naturaleza del trabajo etnográfico nos llevó a registrar prácticas y narrativas de jóvenes de otras licenciaturas. Esto se justifica porque a diferencia del enfoque cuantitativo que busca representatividad, el etnográfico busca significatividad a través de descripciones densas que aborden el fútbol como un fenómeno social total. Por eso, para conocer y describir múltiples experiencias de los jóvenes antes, durante y después de las transmisiones de televisión en diversos partidos de la selección, utilizamos distintas herramientas etnográficas de acuerdo a los espacios y los

1 Se ubica en la costa sur del Pacífico, a 277 km de la capital del estado de Oaxaca y a 763 km de la Ciudad de México. Pertenece a la agencia municipal de Santa Cruz Huatulco, pero, como área urbana, La Crucecita se "inventa" a partir de 1985, ya que en ese año se da un decreto presidencial en donde se expropiaron las tierras comunales y se inicia la construcción del Centro Integralmente Planeado Huatulco (CIP Huatulco).

2 La Universidad del Mar (UMAR) es una universidad pública que forma parte del Sistema de Universidades del Estado de Oaxaca (SUNEO). En el campus de Huatulco se ofrecen licenciaturas y posgrados en ciencias sociales principalmente.

sujetos. Esto porque en el diseño metodológico se decidió explorar las prácticas y significados de consumo en diversos microcontextos de Oaxaca, por lo que cada herramienta fue utilizada para cubrir las necesidades de la investigación (como se detallará en el apartado metodológico y se mostrará en los resultados).

En lo siguiente, se mostrará que el mundial de fútbol de Sudáfrica 2010 fue una experiencia de consumo cultural que se construyó socialmente en procesos multilineales, apropiando la televisión desde espacios escolares, caseros y públicos; además, que la relación entre televisión y consumo cultural derivó en prácticas juveniles con mediaciones culturales performativas.

Consumo cultural y televisión

Según la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes [Conaculta], 2004), en México, a principios del siglo XXI, el 95,5% de la población tenía el hábito de consumo televisivo, aunque solo el 22,4% tenía acceso a la televisión de pago. Además, 48% veía televisión —de dos a menos de cuatro horas diarias—. Si asistir al estadio como parte del tiempo libre tenía el 6,4% de preferencias entre la población encuestada, los deportes ocupaban el cuarto lugar de preferencia entre esas audiencias (Conaculta, 2004). Por ejemplo, el partido entre México y Brasil del miércoles 4 de agosto de 1999 tuvo 79,94% de telehogares encendidos. Hasta ese momento, dicho evento ocupó el tercer lugar en la audiencia histórica de la televisión mexicana, solo superado por la telenovela *El privilegio de amar*, en dos emisiones distintas (Jara & Garnica, 2009).

Si bien era común decir que el público que gusta del fútbol está compuesto principalmente por varones, cuando hay Juegos Olímpicos o mundiales el público se diversifica en cuanto a edad, género y estrato socioeconómico, y parece ser claro que en términos deportivos el mayor gancho de audiencia lo generan las finales de los torneos cortos y la selección varonil mexicana de fútbol en mundiales, eliminatorias, Copa

América, Copa de Oro y hasta en amistosos (Jara & Garnica, 2009).

Por eso no sorprende que tanto en el Mundial de Francia 1998 como el de Corea-Japón 2002 México fue de los países en los que se transmitieron “en vivo todos los partidos, y quizás el único país en el que esas transmisiones se presentaron en dos cadenas nacionales o seminacionales” (Jara & Garnica, 2009, p. 222). Como es de suponerse, los niveles más altos de audiencia fueron los de los partidos de la selección mexicana.

Fernando Medina (1995) menciona que en el siglo XX los medios masivos de comunicación lograron captar la atención de millones de espectadores en torno al fútbol porque han actuado como mediadores entre los jugadores y los públicos, valiéndose de la ubicuidad y la instantaneidad del evento. Los medios han fungido como los organizadores del consumo cultural porque “han construido imágenes de los equipos y de los principales jugadores, y sobre todo han nutrido los sentimientos nacionalistas” (Medina, 1995, p. 74).

Para Néstor García Canclini (1995), el consumo se refiere al conjunto de procesos socioculturales en los que se realizan la apropiación y los usos de los productos; en el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de la sociedad. Además, que en la lógica de la globalización las comunidades internacionales tienen mediadores anclados en las nuevas tecnologías, que posicionan más a un consumidor que a un ciudadano.

Una nación, por ejemplo, se define poco a esta altura por los límites territoriales o por su historia política. Más bien sobrevive como una comunidad interpretativa de consumidores, cuyos hábitos tradicionales —alimentarios, lingüísticos— los llevan a relacionarse de un modo peculiar con los objetos y la información circulante, en las redes internacionales. Al mismo tiempo hallamos comunidades internacionales de consumidores —ya mencionamos las de jóvenes y televidentes— que dan sentido de pertenencia donde se diluyen las lealtades nacionales (García Canclini, 1995, pp. 49-50).

En este trabajo nos distanciamos de la racionalidad económica del consumo para centrar la atención en las experiencias juveniles con el interés de ubicar su relación con experiencias de clase, género, generación y espacio, según el punto de vista del actor (Rosaldo, 1990). Es decir, al observar partidos de fútbol como una experiencia compartida el objetivo no consistió en ubicar el valor de uso o valor de cambio frente a una televisión y lo que eso genera, sino el valor de símbolo y las prácticas que las personas construyen en la mediación social cuando apropian artefactos televisivos para consumir contenidos deportivos.

El método etnográfico multisituado

Para lograr el objetivo de conocer y describir los consumos culturales y darle sentido espacial y temporal desde diversos ángulos a las experiencias de consumo de jóvenes estudiantes del siglo XXI, se utilizó la etnografía multilocal (Marcus, 2001), multisituada (Hine, 2004), con la finalidad de acceder a sus prácticas en diversos mundos de significación. El consumo es situado y performativo porque, aunque sea la misma práctica —observar televisión—, las reacciones y significaciones son diversas, dependiendo del espacio, la temporalidad y las personas. Durante el periodo de las eliminatorias y en el mundial se utilizó la observación participante en diversos espacios donde se convivió con jóvenes con el objetivo de consumir los partidos de fútbol. Luego de diversas experiencias de consumo, se realizaron entrevistas informales con la finalidad de conocer lo que pensaban sobre lo que hacían y lo que veían. Para complementar la experiencia de consumo, se optó por registrar el contenido de los anuncios que se transmitían durante la transmisión de un partido.

Además del trabajo de campo sincrónico, se realizó una fase de trabajo de campo asincrónico (Pink et al., 2017). En octubre de 2011 se pidió a jóvenes universitarios que recién entraban a la Universidad del Mar que redactaran pequeños escritos sobre lo

que recordaban de algunos partidos de la selección mexicana en el Mundial de Sudáfrica, registros que sirvieron para conocer la manera en que se vivieron esos consumos en otros contextos. Esto porque si para Lasén (2000) una generación no se delimita ni define por la edad, sino por las situaciones compartidas, el Mundial de Sudáfrica 2010 fue una cita concertada de corte generacional (Lasén, 2000), pues esos jóvenes vivieron diversas experiencias performativas que muestran consumos situados.

Cuando se mencionó que la investigación estaba enmarcada en el Mundial de Sudáfrica 2010, lo que no se dijo fue que la redacción se terminó antes, durante y después del Mundial de Catar 2022. La distancia entre el trabajo de campo y la redacción ha permitido reflexionar sobre lo que ya pasó y se registró hace una década, pero desde el presente. Esta es una postura desde la antropología procesual en donde el etnógrafo se mueve de la realidad observada a la conceptualización (Turner, 1974), intentando hacer un trabajo dialéctico que tiene como finalidad hacer de lo etnográfico un proceso de trabajo de campo y escritura teórico-empírico, inductivo-deductivo-reflexivo. De allí que si se asume que la redacción etnográfica es reflexiva (Guber, 2017), la escritura etnográfica es un momento del proceso etnográfico (Restrepo, 2016) y está circundada por la temporalidad. Por tanto, la escritura —como las personas y sus culturas— es dinámica, fluida y situacional.

Una experiencia de consumo

En el mes de noviembre del 2008 la selección mexicana jugaba su último partido con miras al hexagonal final para conseguir un boleto al Mundial de Sudáfrica 2010; el partido fue contra Honduras. Durante un mes los promocionales de Televisa mostraban el gancho para el televidente: “El día del juicio final”.

Durante las eliminatorias se elaboraron frases sobre acontecimientos históricos de corte nacionalista para enganchar a las audiencias. Los promocionales simu-

laban un duelo entre naciones con narrativas verbales bélicas de amigo-enemigo, complementadas con imágenes de hombres con rostros pintados que gritaban y agitaban banderas, como en el inicio de una guerra. Por ejemplo, cuando a partir del día 11 de febrero de 2009 la selección inició el hexagonal final para el mundial, un mes antes había comenzado ya el ritual de petición de consumo. En distintos horarios y canales se repetían los comerciales. También los comentaristas aprovecharon otros partidos y programas para recordar el eslogan e invitar a los televidentes a disfrutar del partido. Por ejemplo, para el juego contra Estados Unidos, Televisa lo promocionó con un discurso bélico: “La guerra fría”.

La intercomunicación mediante la retórica de lo directo y la simulación del contacto (Martín Barbero, 2001) intentaba fusionar el rol de los que jugarían y los que verían jugar. El discurso apelaba a una comunidad imaginaria (Anderson, 2007), ya que evocaba un pasado compartido y cierta horizontalidad mediante un “nosotros” nacionalista que diluía las diferencias y las desigualdades para enfrentar “juntos” una causa nacional.

La retórica es integrativa porque se propone que el éxito o fracaso de la selección es de todos, sin importar que el espectador sea un sujeto fuera de la cancha. “Ponte la verde”³ no solamente equivale a uniformarse, también se comulga con la idea de la unidad nacional: “independientemente de la desigualdad y la explotación que en efecto puedan prevalecer en cada caso, la nación se concibe siempre como un compañerismo profundo, horizontal” (Anderson, 2007, p. 25). El aficionado, el jugador número doce, es el héroe anónimo, el soldado desconocido (Anderson, 2007).

El 12 de agosto de 2009 se jugó el partido de vuelta entre México y Estados Unidos en el estadio Azteca. El partido no se realizó por la noche, cuando el rating podría tener mejores niveles de audiencia. Se jugó a las tres de la tarde para aprovechar el calor, la con-

taminación y la altitud de la Ciudad de México. La ciudad juega su partido porque muestra que el espacio nunca es neutro, construye relaciones y desigualdades.

Ese día en Santa Cruz Huatulco los restaurantes y bares ofrecían el banquete televisivo: “vea el México vs. Estados Unidos, cubetazo de Sol o Indio a 100”. En los programas de televisión previos tenían a sus conductores y conductoras uniformadas de verde, organizando concursos y porras para apoyar a los seleccionados, tanto en TV Azteca como en Televisa. Si el partido de ida lo sintonizamos por Televisa, la vuelta fue por TV Azteca. El objetivo fue registrar los anuncios que aparecían en la pantalla, ya sea ocupando la mayoría de la imagen o en cintillos. El marcador final fue de 2 a 1 a favor la selección mexicana, pero en lo que nos centramos en el primer tiempo fue en la publicidad que apareció en la pantalla.

En la Tabla 1 se registraron 46 anuncios en 45 minutos como parte de una oferta de hiperconsumo de imágenes.

Como en un bufet, había anuncios de todo. Ocho de celulares de tres compañías; ocho de autos de cinco marcas; seis de bebidas: cinco de dos cervezas y uno de refresco; nueve de tarjetas de crédito, préstamos o formas de ahorro; cinco de tres bancos, tres de dos cajas de ahorro y una tarjeta de crédito internacional; tres de comida: uno de comida rápida, uno de dulces y otro de botanas saladas; cuatro de medicamentos: tres para la disfunción eréctil y uno para problemas de acidez estomacal; dos de aceite para autos; y seis más que se catalogaron como productos varios.

Si en el plano del *marketing* y la publicidad el recuerdo, la presentación y la información forman parte de las estrategias de construcción de los factores subjetivos del consumo sobre los productos (Kotler & Armstrong, 2008), en este caso, durante la transmisión la mayoría de los anuncios entraban en el nivel del recuerdo, pues eran anuncios que ya existían. Formaban parte de los fieles patrocinadores de la selección en ese ciclo mundialista.

3 “Ponte la verde” es el eslogan que promocionaba Televisa para hacer referencia a ponerse la camiseta como metáfora de apoyo incondicional. Una forma de apoyo material fetichizado es comprar los productos de los patrocinadores, como, por ejemplo, las playeras oficiales.

TABLA 1. Anuncios registrados en el primer tiempo del partido México vs. Estados Unidos 12-08-09

Marca	Producto	Marca	Producto
Visa	Tarjeta de crédito	Vitromex	Accesorios-hogar
Movistar	Celular	Scotiabank	Banco-crédito
Banamex	Banco-crédito	Corona	Bebida
Sol	Bebida	Telcel	Celular
Coca-Cola	Bebida	Bayer	Medicamento
Nissan	Auto	Movistar	Celular
Telmex	Teléfono-internet	Nissan	Auto
Mi Sky	TV privada	Mitsubishi	Auto
Libertad	Cajas de ahorro	Sol	Bebida
FIAT	Auto	Mobil	Aceite-auto
Badum-Badum	Aceite-auto	Axa	Seguros
La razón	Periódico	Ricolino	Comida-dulces
Libertad	Cajas de ahorro	Bayer	Medicamento
Telcel	Celular	Takis	Comida-botanas
Corona	Bebida	Movistar	Celular
Blockbuster	Videoclub	Chrysler-jeep	Auto
Lilly Icos	Medicina	C. Popular Mexicana	Cajas de ahorro
McDonald's	Comida	Alka Seltzer	Medicamento
Sol	Bebida	HSBC	Banco
Nissan	Auto	UNEFON	Celular
Visa	Tarjeta de crédito	Ford	Auto
Movistar	Celular	Scotiabank	Banco-crédito
Renault	Auto	Movistar	Celular

FUENTE: elaboración propia.

En el ámbito de la presentación de un nuevo producto, hubo uno de oferta automotriz: “No se pierda la nueva línea del auto 2010”. En cuanto a los anuncios que brindaban información general, encontramos los que ofrecían resolver problemas: “¿Cansancio y estrés? ¿Reflujo y acidez? ¿Está construyendo su casa y quiere los mejores materiales? ¿Problemas de erección?”.

Tanto las narrativas orales como las visuales eran juegos del lenguaje. Por eso no fue casualidad que el mensaje nacionalista, el comercial y el épico integraran parte de las narrativas. De pronto un avance del equipo mexicano se “transfiguraba” y aparecía un anuncio de telefonía celular que pregonaba “Vamos, México, estamos contigo”. Mientras que minutos después otra compañía hacía lo propio para proponer:

“Contesta al llamado de la selección”. Un saque de meta fue ideal para proyectar un anuncio de relojería en el cual se afirmó que “El tiempo solo es un pretexto”. Mientras que un banco pregonaba una y otra vez: “Yo sí creo en la selección”. En términos de público objetivo, el perfil de los anuncios iba dirigido a hombres mayores de edad.

Para Claudio Lomnitz (2012), es central poner a debate público el uso de los medios como magnificadores de imágenes, ya que son parte de lo que llama “colonización del imaginario”. Aunque el problema no es la imagen en sí, sino más bien el cómo, el dónde y la forma en que se presenta. Pone de ejemplo a un televidente (que puede ser un niño) que quiere ver el box, pero que no podrá hacerlo sin ver comerciales de cerveza (Lomnitz, 2012). Afirma que si bien el in-

dividuo es el que apropia lo que ve, “contra lo que mucha gente cree, la mayoría de las imágenes que forman parte del imaginario de cada quien no son inventadas por el individuo que las alberga” (Lomnitz, 2012). Esto porque la hegemonía entre la oferta de los medios de comunicación y los consumos de las audiencias naturaliza que los contenidos publicitarios no son otra cosa que propaganda engañosa. La construcción de imaginarios colonizados coincide con el extractivismo del espacio digital (y que en el 2010 iba ganando terreno entre las audiencias), en donde la cultura es prefigurada por los algoritmos.

Sin embargo, como el consumo cultural es un proceso con cambios y rupturas en donde es fundamental ubicar las experiencias y la agencia de las personas, a continuación, se mostrarán diversos consumos situados.

México vs. Sudáfrica desde la UMAR

El viernes 11 de junio de 2010, apenas unos minutos después de las siete de la mañana, abrieron las puertas del auditorio⁴ de la Universidad del Mar. En días pasados se pegaron anuncios en donde se invitaba a la comunidad universitaria a presenciar la inauguración del mundial en la pantalla del auditorio. En esa institución la transmisión de los partidos de México en mundiales es recurrente desde el Mundial de Alemania 2006:

[...] esa vez hubo lleno total. Había más *desma* [desmadre], los chavos venían con cornetas, alimentos, máscaras y las caras pintadas. Además, me acuerdo [de] que como estaba lo de las elecciones, cuando pasaban los comerciales de López Obrador la gente apoyaba, cuando pasaban los del PRI y Calderón, la banda mentaba madres. Nos dijeron que si no nos

callábamos nos iban a sacar. Por eso ahora estábamos con la duda de si los iban a transmitir (Carlos, 24 años, ciudad de Oaxaca).

En esta ocasión acudieron alumnos de distintas licenciaturas. Universitarias oaxaqueñas y oaxaqueños de las ocho regiones hicieron comunidad con profesores de diversos estados del país, así como con profesores extranjeros de cuatro continentes distintos —entre ellos, uno de África—, además de trabajadores administrativos varones (mujeres no).

Aunque habitualmente las clases comienzan a las ocho, ese día los jóvenes universitarios llegaron más temprano de lo habitual. Entraron al auditorio y apartaron lugares para sus parejas o amigos. Aunque no está permitido comer en el auditorio, algunos comisionaron a alguien para ir a la cafetería por alimentos y bebidas: jugos, refrescos, tortas, sándwiches, pan. Era un ritual de consumo.

No hubo ninguna instrucción sobre la vestimenta, pero algunos estudiantes, hombres y mujeres, se pusieron la verde: la playera de la selección nacional. Los más a la moda estaban estrenando la playera oficial de la selección mexicana para Sudáfrica, en color verde o negro. Un estudiante se pintó el rostro simulando la bandera mexicana, mismo personaje que durante el partido utilizó un silbato para animar a la “tribuna”. Algunas mujeres se pintaron la palabra México en sus mejillas, en color verde o rojo.

Antes del silbatazo inicial, en más de una ocasión, se organizó la ola mexicana⁵. Cuando en la transmisión de Televisa se presentaron imágenes de los futbolistas mexicanos calentando, comenzaron los murmullos y chiflidos. Entre las voces de aliento se colaban algunas frases y peticiones femeninas con diversas narrativas en doble sentido:

¡Te hago sándwich en mi cama, Chicharito!

¡Yo sí me caso, Rafita!

4 El secretario de Educación Pública, Alonso Lujambio, días antes del inicio del mundial hizo saber a las autoridades de primaria, secundaria, media superior y superior que para evitar el ausentismo escolar se transmitieran los partidos de México en los centros escolares. Sería decisión de cada escuela la forma y organización que se tendría para que profesores y alumnos consumieran el encuentro.

5 Práctica inventada en el béisbol, en Estados Unidos, pero fue adoptada en los ochenta en los estadios de México y se popularizó en el Mundial de México 86.

¡Chin! Si la falla Vela, es porque no le di descanso anoche.

Las narrativas fueron celebradas por la comunidad con risas y aprobación, mostrando una inversión temporal del estatus entre géneros. Es decir, la permisividad liminal del momento permitió que las mujeres universitarias construyeran una mediación social en donde los jugadores fueron tratados como objetos de deseo ante el consumo visual que ofrecía la pantalla, tal como históricamente se ha hecho con las mujeres en el fútbol, tanto en los estadios como en las transmisiones. En la apropiación del espacio, el acto locutorio de aquellas mujeres generó reacciones perlocutivas (Austin, 1981). Además, las risas, gritos, escándalo y múltiples reacciones de aprobación formaron un “desmadre” que es usual en las tribunas, no en un auditorio universitario. Si la estructura patriarcal tiene en los hombres al grupo hegemónico, el tiempo del partido es liminal, interestructural (Turner, 1974), porque se invierte la norma, pero no para cambiarla, lo cual coincide con lo que menciona DaMatta (2002) sobre el carnaval y el fútbol. Para el antropólogo brasileño, ambos fenómenos populares permiten que los estatus se inviertan porque en ese tiempo liminal el malandro se viste de rey, el hombre homofóbico se viste de mujer, reparte abrazos y realiza expresiones homoeóticas, mientras la mujer se embriaga y sexualiza el cuerpo de los hombres. Sin embargo, al terminar el ritual, la desigualdad no desaparece, sino que se reafirma, como en este caso, la de género.

Se expondrá una segunda situación. Al llegar el momento, se entonó el himno nacional mexicano. Bastó con que una persona se pusiera de pie para que las demás hicieran lo mismo. Sin embargo, cuando comenzó el himno sudafricano nadie optó por levantarse de su asiento. Lejos de condenar un hecho y exaltar el otro, lo importante fue conocer que los símbolos nacionales se consumen de manera diferenciada. En el caso del himno nacional mexicano, los y las televidentes se posicionaron con un rol de ciudadanos orgullosos de reproducir el ritual: como si estu-

vieran en el estadio, escucharon de pie el himno que los identifica como parte de una comunidad nacional. En la otra cara de la moneda, el que nadie se levantara ante el himno sudafricano mostró, más que la falta de civismo, a una audiencia pragmática. La audiencia se posicionó como lejana a un acto cívico, anulando con la indiferencia el símbolo nacional del adversario deportivo. Este hallazgo muestra que la señal de televisión es resignificada según las personas, el contexto situacional y la inmediatez del momento. Mientras lo mexicano sirvió para mostrarse como comunidad nacional con un nosotros homogéneo, minutos después se asumieron como individuos que privilegiaron la indiferencia ante un símbolo nacional ajeno, antes que silbarlo o burlarse del adversario y su himno. Los profesores extranjeros de África, Asia, Europa, Estados Unidos y Canadá, que se integraron a la multitud y también se pusieron de pie ante el himno mexicano, ante el sudafricano también permanecieron sentados. Ambas performatividades mostraron lo que las personas hacen ante diversos símbolos y narrativas nacionalistas en un partido de fútbol.

México vs. Sudáfrica desde otros espacios

Ahora se expondrán experiencias de consumo en otros contextos de Oaxaca⁶.

Eran aproximadamente las 8 de la mañana y el partido estaba a punto de dar comienzo; yo tomaba mi primera clase, todos, ansiosos, compartían su emoción al saber que México jugaba. Los maestros estaban contagiados así que decidieron darnos las horas libres durante el partido, unos se fueron para sus casas, otros encendieron las pocas televisiones que habían dentro de mi escuela; yo, por mi parte, anduve vagabundeando sin rumbo dentro de esta; en [al-

6 Estos testimonios —y los que siguen— se recolectaron entre universitarias y universitarios que en 2010 iban en algún bachillerato, pero que un año después entraron a la Universidad del Mar. El objetivo fue ubicar otras prácticas performativas en relación al mismo evento de consumo.

gunas] partes, me asomaba a la biblioteca solo para visualizar el marcador (Sonia, 19 años, Zaachila).

Atravesaba la cancha cuando se escucharon gritos y aplausos y corrí a la tele más cercana para ver el marcador, y sí, lo que supuse, Sudáfrica había metido el primer gol. Me decepcioné y así que no me interesó más, me fui para mi casa y ya no supe que sucedió después (Gerardo, 18 años, Juquila).

El partido del mundial México-África lo vi en mis cursos a las 9:00. Cada grupo llevó de desayunar; había tamales, tortas, jugo, golosinas, pastel, etcétera. Todos los que estaban ahí reunidos esperaban más de la selección mexicana, estaban nerviosos. Y en lo particular. A mí no me gusta el fútbol, pero fui porque íbamos a desayunar [...] gratis y no íbamos a tener clases. Cuando terminó el partido, todos los ahí presentes salieron: unos a gusto debido a que pensaban que la selección iba a perder, y otros decepcionados por lo poco que dieron (Jazmín, 18 años, ciudad de Oaxaca).

Lo vimos en mi casa, yo no presté mucha atención al partido. Mi cuñado, que le encanta el fútbol, se sentó en la cama con un plato grande de Sabritas y con un *six* de cerveza. Él estuvo atento al partido y cuando metió gol México, brincó y saltó y gritó gol; y así se la pasó hasta el final del partido, comiendo y tomando cerveza (Nadía, 18 años, ciudad de Oaxaca).

Este partido lo vi en la casa de mis padres junto con la inauguración, ya que empezó muy temprano. Recuerdo que mi mamá me levantó, creo que ella estaba más emocionada por encender la televisión y ver toda aquella “hermosa organización”, como [la] llamó mi mamá. Nos sorprendimos mucho al ver cómo ese país, después de haber pasado tantas cosas, pudo salir adelante y presentar un espectáculo tan padre. Durante el partido compramos unas Sabritas para botanear y disfrutarlo; según recuerdo, empezó como a las 11 a. m., toda la familia estaba despierta y nos sentamos todos observando detalladamente el partido; cuando terminó, entre nosotros mismos platicamos sobre qué nos pareció (Cecilia, 19 años, ciudad de Oaxaca).

El evento permite salir de la rutina. Tanto en la escuela como en la casa, los roles también se intercambiaron —por unas horas— para apropiarse los espacios como tribunas conectadas mediante la televisión. Las formas de organización, los artefactos tecnológicos, los alimentos, las bebidas y las múltiples prácticas e interacciones articularon y dinamizaron el consumo de televisión de manera performativa. Al salirse de la norma, mostraron que el consumo lúdico mediado por la televisión genera formas contemporáneas de vivir la mexicanidad.

Ahora bien, si en 2010 ya había teléfonos inteligentes, su uso y apropiación no era algo generalizado ni en Oaxaca ni en México. Más bien esos artefactos eran una novedad que poco a poco iba llegando a las manos de los más jóvenes. La transmisión digital en directo (*streaming*) tampoco era algo que se consumiera de forma masiva y se conjugaba con la escasa y mala conectividad que existía para el internet móvil en las diversas regiones de Oaxaca, pues el estado es de los más rezagados en materia de conectividad. La siguiente narrativa permite ilustrar un consumo cultural predigital:

El primer partido de México me tocó verlo en una camioneta de transporte público con la ruta Oaxaca-Ocotlán, donde yo en lo particular me dirigía a mi trabajo. Cuando salí de mi hogar alcancé a ver un poco de la inauguración del evento. Resignado a no ver el primer tiempo, me dirigí hacia la terminal; al subir a la suburban me encontré con la sorpresa de que había una tele, ubicada arriba y a espaldas del conductor. El lugar lo elegí justo enfrente de la tele. Al salir la camioneta de la terminal, en la tele sintonizada en el canal 2 de Televisa, ya habían anunciado las alineaciones y el partido estaba a punto de comenzar. En el recorrido, la señora a mi lado terminó por dormirse, mientras que los señores de atrás sufrían y se quejaban de las excesivas fallas técnicas de la transmisión debido a la pobre señal y la improvisada adaptación del equipo (Nelson, 23 años, Oaxaca-Ocotlán).

Si para Douglas (1998, p. 124) “el consumidor está siempre comprometido en la realización de un bien colectivo”, el conductor fungió como un mayordomo⁷ que puso la tele para el disfrute colectivo de la comunidad viajera. Este tipo de acción visibilizó lo que las personas hacen con la tecnología (Miller, 2019), sin que privilegie lo económico o el utilitarismo sobre lo simbólico.

Si el consumo cultural es un proceso sociocultural bidireccional, fluido, heterogéneo y hegemónico que visibiliza la relación desigual entre personas, medios y anunciantes, también la mediación social visibiliza la apropiación tecnológica situada, en donde prevalece el valor de uso y significación sobre el de cambio. Es decir, mientras en la lógica mercantilista la televisora tiene una relación de mercado con el anunciante que ofrece un producto a las audiencias a cambio de una transacción económica, en la lógica del chofer subyace el ofrecer el evento deportivo a los pasajeros, pero sin fines de lucro.

México vs. Francia desde una residencia universitaria

En Santa Cruz Huatulco, un espacio híbrido que combina zonas habitacionales y turísticas, así como múltiples dinámicas socioculturales, en 2010 el total de viviendas habitadas era de 4.403 y de estas 3.909 tenían televisor (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [Inegi], 2010). Durante el trabajo de campo visitamos residencias universitarias habitadas por grupos de pares de dos a seis o más corresidentes sin filiación sanguínea. En las casas universitarias se captaban los canales nacionales de TV Azteca 7 y 13, mientras que también había señal del

canal 2, de Televisa. El lugar de la tele visibiliza la geografía y la organización de los espacios. Por ejemplo, una tele en la sala “exige” que los asientos estén alrededor de ella.

En mi casa está en la sala. Es porque allí es en donde nos reunimos. Aquí el que tiene el control es el que decide qué vemos. Normalmente vemos películas, pero cuando es algo así como el mundial todos nos reunimos (Aidé, 19 años, Huatulco).

En mi cuarto tengo mi tele, a veces entra mi hermana y la ve, pero cuando yo llego ella tiene que olvidarse de eso. Me gusta tener una en el cuarto porque es algo personal y uno sabe cuándo y en dónde ponerle (Carlos, 20 años, Huatulco).

Allí, en el librero, enfrente del comedor. Siempre hay discusiones para ver lo que veremos, pero normalmente es entre mi hermano y yo. Si mi papá llega y quiere ver noticias o fútbol, pues entonces ni modo. En mi cuarto tengo, pero allí no hay cable y no es lo mismo, pero como duermo con mi hermana a veces [la] dejo verla a cambio de que arregle el cuarto (César, 18 años, Pochutla).

Los testimonios anteriores dan cuenta de los espacios de origen de las/los universitarios/as en relación con la televisión. Además, de que el acceso y consumo de la televisión estaba diferenciado entre quienes tienen tele con señal abierta y quienes la tienen con cable. Su consumo y la vinculación como una pertenencia personal la posicionan como un objeto con valor de uso y de cambio; además, tener el control moviliza transacciones sociales simétricas y asimétricas que visibilizan relaciones de poder en microcontextos caseros.

En las residencias universitarias las televisiones se dividen entre las fijas y las móviles. Si hay un evento importante, la televisión móvil es destinada a un lugar donde “todos” puedan ver mejor. La disputa por ese aparato también provoca desacuerdos, pues manda quien tenga el control. Esto coincide con lo que Luis López Molina (2012) encontró en una investigación sobre consumo de televisión en Huamelula, municipi-

⁷ En Oaxaca y en otras regiones de México, un mayordomo es un cargo religioso (católico) y el elegido se hará responsable de un santo durante un año. Además de cuidar del santo, debe hacer una fiesta en su honor. Esto implica comida, música y misa, entre otras acciones que simbolizan un gasto ritual. En el ámbito universitario umareño, un joven puede ser nombrado coloquialmente *mayordomo* cuando pone su casa y bebidas para una fiesta.

pio que está en la región chontal, a una hora de Huatulco. Molina observó que hay dos tipos de usos para la televisión: la fija y la móvil. La primera es la que está en la sala y ocupa un lugar especial en el librero. La segunda es pequeña y puede ser llevada al solar, cerca del fogón o a los cuartos, según el gusto y la necesidad de los espectadores.

Durante los juegos eliminatorios y en el mundial, en los espacios universitarios la televisión fija se apropiaba también como un recurso móvil, entre otras cosas porque la televisión que se movía era más grande y se apreciaba mejor. En algunos departamentos estudiantiles que estaban en la planta baja de los edificios también sacaban la tele. Además, en los partidos de la selección acudían invitados especiales: compañeros de la escuela, amigos o vecinos. También se registraron casos en los que la tele se ubicaba afuera de una tienda para que los que consumían cerveza pudieran consumir también los partidos.

En el 2010, la expresión “La guerra de los pasotes” se resignificó en la televisión mexicana con la finalidad de que las audiencias se engancharan con el partido que la selección mexicana jugaría contra la francesa, el jueves 17 de junio, en césped sudafricano. Se decidió ver el partido en una casa habitada por dos universitarias y un compañero. Tenía tres cuartos, dos baños, una sala-comedor, una cocina, un pequeño jardín delantero y un patio trasero. La televisión estaba en la sala. Frente al aparato había un sillón para dos personas, pero ese día pusieron varias sillas alrededor. Era pasada la una de la tarde cuando ya estaban reunidos. En consenso, decidieron comprar pizza, refrescos y cervezas para ver el encuentro. Al evento asistieron siete personas, tres mujeres y cuatro varones. Cabe señalar que, mientras esperaban el comienzo, hubo comisionados para ir por las bebidas, acción que le tocó a los varones, mientras las mujeres se quedaron a esperar al repartidor de pizza y a limpiar la mesa para cuando llegaran las bebidas.

En el momento en que comenzaron los himnos, había tres hombres sentados frente al televisor. Nin-

guno se levantó ante el sonido del himno mexicano. Mientras la televisión enfocaba los rostros de los futbolistas, la plática no paró. Por su parte, las mujeres también platicaban desde el comedor, pero sin poner atención a lo que sucedía en el televisor. Lo mismo pasó con el himno francés. Como ya se comentó, cuando fue el partido contra Sudáfrica, en el auditorio de la Universidad del Mar la comunidad universitaria se puso de pie y cantó el himno mexicano, como si estuvieran en el estadio. La diferencia de reacciones permite ubicar que los símbolos nacionales se consumen dependiendo de la apropiación de los espacios de recepción. Mientras en la universidad uno se levantó y obligó a todos a pararse, en la casa la relajación de la conducta permitió que los y las asistentes no tuvieran que levantarse. El ritual nacionalista de cantar el himno en la escuela fue desplazado por el “desmadre” casero. En la casa —como en el estadio—, sentados, tomaban cerveza cuando sonaba el himno mexicano, sin temor a ser mal vistos. Esto es importante porque se pudo conocer que la misma acción derivó en distintas mediaciones performativas.

Ahora bien, en las siguientes narrativas se presentan otros espacios caseros de Oaxaca donde también se consumió ese partido:

El partido de México contra Francia lo vi en mi casa con mis primos. Primero compramos botanas y refrescos para disfrutar el partido. Cuando estábamos en la tienda oíamos que la gente comentaba que era imposible que México le ganara al antiguo campeón mundial, por lo que se esperaba un partido en el que México perdiera. Mientras veíamos el partido dábamos posibles resultados: 2-2, 2-1, 0-0, 1-0. La mera verdad ahorita no recuerdo bien el marcador final, creo que fue de 3-0 ganando México. Fue un marcador que nadie esperaba y que a todos sorprendió (Homero, 18 años, Guelatao).

Lo vi con mi familia (hermana, hermano, madre), me levanté más temprano que de costumbre, le dije a mi mamá que no cocinara para que disfrutara el partido con nosotros y fui con mi hermano al supermercado a comprar comida preparada, compramos

muslitos de pollo, tortillas y un refresco familiar, antes del partido acomodamos la mesa enfrente de la TV y repartimos la comida. Durante el partido comimos y disfrutamos el encuentro, en el medio tiempo recogimos la mesa y nos sentamos otra vez enfrente del televisor para ver el segundo tiempo del partido (Emilio, 18 años, ciudad de Oaxaca).

En la segunda situación destaca la inversión de roles —los hijos fueron por la comida para que su mamá disfrutara el partido—. En las diversas narrativas se encontró que los consumos de alimentos están basados en los ultraprocesados, así como también que las bebidas ultraazucaradas —refrescos— eran predominantes en los consumos juveniles y familiares. Con ello no quiero indicar que hay correlación mecánica entre la publicidad y lo que “nos llevamos a la boca”. Más bien, ambos factores forman parte del circuito ritual de la oferta y la demanda en el proceso de consumo televisivo durante los partidos de fútbol que se observaron. Sin embargo, para nadie es un secreto que antes, durante y después de ese mundial los principales patrocinadores de la selección eran y siguen siendo de comida rápida, refrescos, cervezas y compañías de celulares, ni tampoco que uno de los problemas de salud pública en México está relacionado con el incremento de la obesidad infantil y juvenil.

Con ello no se pretende moralizar los consumos, sino anotar que lo nacional no solo hace referencia a imaginarios o sentimientos compartidos, también las prácticas en torno a un evento deportivo sirven para conocer cómo somos, qué hacemos y cómo consumimos —eventos televisados, bebidas y alimentos, por ejemplo—. En este caso, lo encontrado es un tema que requiere en sí mismo de un estudio desde la antropología de la alimentación y el consumo cultural.

Conclusiones

Para concluir el trabajo es importante ubicar que la pregunta de investigación tenía el objetivo de conocer cuál era el consumo cultural de jóvenes universitarios

durante las transmisiones de partidos de la selección mexicana de fútbol antes y durante el Mundial de Sudáfrica 2010. Entonces, si las culturas nacionales dejaron de operar como las portadoras exclusivas de información, pues “las tecnologías de última generación volvieron porosas las fronteras y las aduanas” (García & Piedras, 2006, p.13), entre los hallazgos se encontró que en los consumos juveniles el nacionalismo no se traduce en un apego a los mitos y las historias oficiales fomentadas por el Estado, o un consumo pasivo del mercado nacional. Más bien, visibilizaron que consumir un evento deportivo como el Mundial de Sudáfrica les permite posicionarse de otras maneras y salirse por un tiempo liminal de sus roles normativos con acciones performativas; si bien sus identificaciones son más laxas, existe comunión temporal con la selección mexicana de fútbol como un símbolo de lo nacional, pero también como un producto mercantilizado, lo cual coincide con Galindo (2014), quien argumenta que la identidad nacional y el fútbol imbrican sentimientos afectivos con sentimientos políticos mediante una ingeniería de comunicación social. Por eso en este trabajo se afirma que sus identificaciones deportivas-nacionalistas son híbridas, pues imbrican las prácticas de consumo de la oferta televisiva con la construcción de imaginarios flexibles sobre lo que es y puede significar lo mexicano.

Es decir, el apoyar a la selección mexicana no significa que se identifiquen con el Estado ni que consuman de forma pasiva. Tampoco significa que se identifiquen con las esencias publicitarias de lo mexicano que las cadenas de televisión y los anunciantes promueven. No creen a ciegas en la ficción de héroes y villanos que promueven las justas mundialistas con hipérboles publicitarias que se construyen en la televisión antes, durante y después de los partidos de la selección como una estrategia de *marketing*. Más bien, al mismo tiempo que “echan desmadre” y gozan un gol, sufren, consumen, comen, beben y comulgan con una idea superficial de lo mexicano durante una justa mundialista. Si las playeras, las banderas y la propia

selección forman parte de una hibridación entre el consumo mercantil y las ideas y prácticas de lo mexicano es porque en los rituales de consumo televisivo se construye una fiesta que rompe la rutina de la monotonía y de las disciplinas, en donde emerge temporalmente un nosotros homogéneo, una comunidad imaginaria (Anderson, 2007) que antepone el valor del símbolo sobre el de uso y el de cambio.

Su nacionalismo es situacional y temporal porque en la vida cotidiana privilegian lo local sobre lo nacional, ya sea el rancho, la colonia, la calle, el pueblo, el barrio, la región o la ciudad. Las identificaciones nacionalistas en el fútbol son fusiones colectivas ritualizadas en situaciones de consumo que expresan diferentes escalas e intensidades de la emoción lúdica (Elias & Dunning, 2014) y que las personas construyen durante un tiempo de ocio, en oposición al trabajo y a la vida cotidiana en el capitalismo del siglo XXI. Por unas horas se construyen *performances* nacionalistas en microcomunidades que, frente al televisor, se imaginan con un pasado compartido, mientras que con sus prácticas del momento elaboran significados laxos sobre el estar siendo jóvenes mexicanos con prácticas performativas como consumidores o como ciudadanos.

Esos jóvenes, lo mismo cantaron el himno nacional en un auditorio que lo escucharon en casa y permanecieron sentados, platicando o tomando refrescos y cervezas. Aunque pareciera que sus desigualdades desaparecen por unas horas, sus consumos performativos están atravesadas por experiencias desiguales de género, clase, etnicidad y generación, desde múltiples espacios localmente situados.

Además, mientras que en el 2010 las narrativas de los comentaristas y los contenidos de la publicidad mostraban el adultocentrismo mediático, las y los jóvenes ya estaban en procesos de migración/transición digital desde artefactos móviles. Con ello también se integraron a nuevas esferas hegemónicas donde el extractivismo de datos personales ahora es la moneda de cambio para interactuar en las plataformas, aunque también esa ubicuidad espaciotemporal les per-

mite romper el espectro televisivo nacional y todo lo que eso significa en términos de acceso al consumo y a los imaginarios transnacionales.

El Mundial de Sudáfrica 2010 fue visto —principalmente— desde la televisión, aunque esos objetos comenzaron a ser consumidos de manera diferente por la llegada del internet móvil, los teléfonos inteligentes y las múltiples interacciones en las redes/plataformas sociodigitales. Desde entonces, la interacción multidireccional entre empresas mediáticas, aficionados y equipos de fútbol comenzaba a hacer más evidente la hibridación de contenidos. Por esos años se gestó la etapa de transición de lo analógico a lo digital, tanto de los usuarios como de las industrias culturales, entre ellas, la industria del deporte-espectáculo.

Si en aquellos años se interactuó con jóvenes omnívoros (Urteaga & García, 2017) porque se alimentan un poco de todo desde artefactos analógicos y también digitales, para la construcción social de lo juvenil ya era importante ubicar los microespacios como la casa y la escuela con los espacios digitales porque en esa reproducción espacial se construyen fronteras porosas de interacción y significación de manera relacional. Si como rasgo generacional estaban experimentando la apropiación de multipantallas para navegar en plataformas sociodigitales interactivas, la industria televisiva mexicana tardó en re-conocer los espacios de copresencia digital como nuevos lugares de consumo. Así mismo, al mostrar cómo son y qué hacen los jóvenes oaxaqueños durante eventos deportivos en temporalidades liminales de alto consumo televisivo es importante visibilizar que los microcontextos son espacios geográficos importantes para su estudio porque desde allí se conecta lo local con lo global y porque con las interacciones en microespacios locales se accede al consumo desigual a través de múltiples experiencias performativas contemporáneas del siglo XXI.

Si para Varela (2014) 1956 fue un momento clave porque allí se integra la televisión en el fútbol mexicano, consideramos que 2010 es importante porque allí se puede rastrear el inicio de una simbiosis entre

televisión y plataformas digitales, pues se asume que el fútbol fuera de cancha es lo central para la industria del fútbol-espectáculo, siguiendo la postura del escritor chileno Juan Pablo Meneses (2020), para quien en el postfútbol del siglo XXI lo más importante no sucede en el césped, sino en el mundo de las pantallas y la fantasía mediática. Quizá por eso se entienda que en los programas de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 y el Mundial de Catar 2022 las televisoras mexicanas intentaran “juvenilizar” sus contenidos con *youtubers*, *influencers*, nuevos formatos y contenidos interactivos propios de los espacios digitales.

En suma, “ponerse la verde” no significa ni validar a un sistema de gobierno ni consumir pasivamente un partido de la selección mexicana de fútbol. Ponerse la verde tampoco borra las violencias estructurales ni las desigualdades, solo es un tiempo liminal en donde las personas se reúnen para salir de la rutina y “echar desmadre” mientras miran desde el televisor a la selección mexicana de fútbol.

Conflictos de interés. El autor no tiene conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. El autor no recibió financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. Jorge Alberto Meneses Cárdenas: conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Anderson, B. (2007). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica.
- Austin, J. L. (1981). *Cómo hacer cosas con palabras*. Paidós.
- Bourdieu, P. (1996). *La televisión*. Anagrama.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). (2004). *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales*. Conaculta, FCE.
- DaMatta, R. (2002). *Carnavales, malandros y héroes. Hacia una sociología del dilema brasileño*. Fondo de Cultura Económica.
- Douglas, M. (1998). *Estilos de pensar*. Gedisa Editorial.
- Elias, N. & Dunning, E. (2014). La búsqueda de la emoción en el ocio. En N. Elias & E. Dunning (ed.), *Deporte y ocio en el proceso de la civilización* (pp. 111-143). Fondo de Cultura Económica.
- Galindo, J. (2014). Ingeniería en comunicación social del nacionalismo y el fútbol. *Entretexos*, 6(16), 1-6.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- García, N. & Piedras, E. (2006). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. Siglo XXI Editores.
- Guber, R. (2017). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI Editores.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. UOC.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (Inegi) (2010). *Censo de población y vivienda 2010*. <http://www.inegi.org.mx/default.aspx?>
- Jara, R. & Garnica, A. (2009). *Medición de audiencias televisivas en México*. Grupo Editorial Patria.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- Lasén, A. (2000). *A contratiempo: un estudio de las temporalidades juveniles*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Siglo XXI Editores.
- Lomnitz, C. (2012, junio 13). Descolonizemos el imaginario. *La Jornada*. <http://www.jornada.unam.mx/2012/06/13/opinion/027a2pol>
- López Molina, L. (2012). *Vive la tele. Juventud, identidad y consumo televisivo en Santa María Huamehula* [Tesis de Licenciatura]. Universidad del Mar.
- Marcus, G. (2001). Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. *Alteridades*, 11(22), 111-127.
- Martín Barbero, J. (2001). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones G. Gili.
- Medina, F. (1995). Los narradores deportivos y sus epopeyas cotidianas. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1(2), 69-106. http://bvirtual.ucol.mx/descargables/539_los_narradores_deportivos.pdf
- Meneses, J. P. (2020). *Niños futbolistas*. Planeta.

- Miller, D. (2019). Cómo y por qué el mundo cambió las redes sociales. *Etnografías Contemporáneas*, 5(9), 6-17.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital: principios y práctica*. Morata.
- Restrepo, E. (2016). *La etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Enviación Editores.
- Rosaldo, R. (1990). *Cultura y verdad*. Conaculta, Grijalbo.
- Segalen, M. (2005). *Ritos y rituales contemporáneos*. Anagrama.
- Thompson, J. (1998). *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Turner, V. (1974). *Dramas, Fields, and Metaphors: Symbolic action in human society*. Cornell University Press.
- Urteaga, M. & García, N. (2017). Maritza Urteaga y Néstor García Canclini conversan sobre la juventud en las ciencias sociales: delincuentes, consumidores, migrantes o actores alternativos. *Metamorfosis. Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*, 6, 2-27.
- Varela, S. (2014). ¿Televisión y fútbol para jodidos? El fútbol televisado en México y su impronta cultural. *Entretextos*, 6(16), 1-8.

LEIDY JOHANA ARIZA MARÍN ¹   EDWIN ARCESIO GÓMEZ SERNA ²  MARÍA FERNANDA MOJICA
CÉSPEDES ³  CLAUDIA BIBIANA RUIZ ⁴ 

ARTÍCULO ORIGINAL

Mujeres al aire libre: una reflexión sobre la práctica deportiva y el género*

Recepción: 1 de septiembre de 2023 ▶ Evaluación: 8 de noviembre de 2023 ▶ Aprobación: 5 de marzo de 2024

Sugerencia de citación: Ariza, L., Gómez, E., Mojica, M., & Ruiz, C. (2024). Mujeres al aire libre: una reflexión sobre la práctica deportiva y el género. *Perspectiva Geográfica*, 29(1), 1-13. <https://doi.org/10.19053/uptc.01233769.16446>

Resumen. En este artículo se presenta una reflexión sobre diversas categorías relacionadas con los estudios geográficos como la desigualdad de género y el uso del espacio público, específicamente en relación con la práctica deportiva al aire libre de las mujeres, actividad ligada al bienestar físico, mental y espiritual de cualquier persona. A pesar de la relevancia del deporte en espacios abiertos en el ámbito urbano, la accesibilidad y la seguridad siguen siendo temas vulnerados que son cruciales para garantizar su pleno disfrute. Además, para las mujeres, esta participación está condicionada por la construcción social del espacio. En este sentido, conceptos como espacios de miedo, áreas con horarios restringidos, fronteras invisibles y la percepción de necesitar compañía masculina actúan como barreras que limitan su derecho pleno al uso y disfrute del espacio público.

Palabras clave: *desigualdad de género, espacio público, práctica deportiva, construcción social.*

* El presente artículo es resultado del proyecto de investigación “Desigualdad espacial, género y prácticas deportivas: un análisis sobre el acceso de las mujeres al espacio público en la ciudad de Villavicencio”, desarrollado por el grupo de investigación Holos de la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás, sede Villavicencio, junto con el grupo Cuerpo, Sujeto y Educación de la Universidad Santo Tomás, sede Bogotá.

1 Ph. D. en Geografía de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Docente de Carrera Escuela Superior de Administración Pública. johanaarizam@gmail.com

2 Mag. en Educación y Desarrollo Humano, Lic. en Filosofía y Letras, investigador de la Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación. Universidad Santo Tomás. edargos@gmail.com

3 Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación. Universidad Santo Tomás. mafe200970@gmail.com

4 Ph. D. (c) en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia. Directora del Centro de Innovación del Meta, docente investigadora, Universidad Santo Tomás. claudiaruiz@ustavillavicencio.edu.co



Women Outdoors: A Reflection on Sports Practice and Gender

Abstract: This article presents a reflection on various categories related to geographical studies such as gender inequality and the use of public space, specifically in relation to women's outdoor sports practice, an activity linked to physical, mental and spiritual well-being of any person. Despite the relevance of sport in open spaces in the urban environment, accessibility and safety continue to be violated issues that are crucial to guarantee its full enjoyment. Furthermore, for women, this participation is conditioned by the social construction of space. In this sense, concepts such as spaces of fear, areas with restricted hours, invisible borders and the perception of needing male company act as barriers that limit their full right to use and enjoy public space.

Keywords: *Gender Inequality, Public Space, Sports Practice, Social Construction*

Mulheres ao ar livre: uma reflexão sobre a prática esportiva e o gênero

Resumo: Este artigo apresenta uma reflexão sobre diversas categorias relacionadas aos estudos geográficos como a desigualdade de gênero e o uso do espaço público, especificamente em relação à prática esportiva feminina ao ar livre, atividade ligada ao bem-estar físico, mental e espiritual de qualquer pessoa. Apesar da relevância do desporto em espaços abertos no meio urbano, a acessibilidade e a segurança continuam a ser violadas questões cruciais para garantir a sua plena fruição. Além disso, para as mulheres, esta participação está condicionada pela construção social do espaço. Nesse sentido, conceitos como espaços do medo, áreas com horários restritos, fronteiras invisíveis e a percepção de necessidade de companhia masculina funcionam como barreiras que limitam o seu pleno direito de usar e usufruir do espaço público.

Palavras-chave: *Desigualdade de Gênero, Espaço Público, Prática Esportiva, Construção Social*

Introducción

El bienestar integral de las personas contempla las dimensiones física, mental y espiritual, y como aliado significativo para lograrlo se identifica la práctica deportiva al aire libre. En contextos urbanos, el despliegue adecuado de infraestructuras para la recreación y el deporte se vuelve esencial, pero no menos críticos son los aspectos de accesibilidad y seguridad que garantizan su aprovechamiento. En palabras de Cárdenas (2017), a diferencia de las escalas de las ciudades más grandes, donde prevalece la incertidumbre derivada de lo desconocido, el barrio se presenta como un entorno resguardado. En este espacio, las personas se sienten cómodas debido a su naturaleza “familiar”, lo cual permite que los individuos se reconozcan mutuamente y sean reconocidos. Sin embargo, para las mujeres el acceso y uso de estos espacios están condicionados por una construcción social del espacio en la que intervienen diversos factores. El espacio público se presenta entonces como un entorno diverso y multifacético en el que convergen múltiples dinámicas: es un punto de encuentro e interacción donde las personas pueden disfrutar de la sociabilidad en su forma más pura, es decir, interactuar sin un propósito específico (Delgado, 2007, p. 225). Además, este espacio sirve como escenario para ejercer el derecho de expresión y participación en cuestiones de interés público (Delgado, 2007).

En este contexto, se entrecruzan relaciones de poder y el ejercicio de libertades tanto individuales como colectivas. Factores como la creación de “espacios de miedo”, zonas con horarios limitados, fronteras no explícitas y la percepción de requerir presencia masculina o alguna figura de seguridad externa surgen como obstáculos para el pleno derecho femenino al espacio público. Durante la última década, se han experimentado cambios tanto cualitativos como cuantitativos que impactan la investigación geográfica sobre la mujer así como un entorno rural dinámico y multi-

funcional. Aunque ambas líneas de discurso científico siguen trayectorias comparables, la geografía rural en evolución apenas incorpora las contribuciones de la geografía feminista, debido a razones diversas. (Martínez, 1989).

A pesar de los avances en equidad de género alcanzados durante las últimas cuatro décadas, reflejados en una mayor presencia femenina en la educación, autonomía económica y empoderamiento, y de que se evidencian logros destacables de mujeres en deportes de alta competencia, la experiencia diaria de las deportistas *amateur* aún encuentra limitaciones en la dimensión espacial. Es intrigante que, en una época de transformaciones significativas en la esfera de los roles de género, persistan construcciones socioculturales que definen y limitan el espacio “apropiado” para las mujeres.

Desde la geografía de género, que analiza la relación entre las divisiones de género y espacio y cuestiona su aparente naturalidad, se ha examinado cómo hombres y mujeres experimentan de manera diferente los entornos (Jirón & Singh, 2017). Este enfoque ha proporcionado herramientas valiosas para entender las dinámicas urbanas, las situaciones de conflicto y la división sexual del trabajo. No obstante, dada la capacidad del deporte para promover salud, bienestar, autoestima y desafiar estereotipos de género, es imperativo profundizar frente a la apropiación del espacio urbano como un aspecto que puede potenciar o restringir las oportunidades para las mujeres.

Por ello, en este artículo se propone una reflexión conceptual a partir de la intersección entre género, espacio y práctica deportiva al aire libre que busca arrojar luz sobre las tensiones, desafíos y posibilidades que emergen en este complejo entramado. Es esencial comprender cómo estas dinámicas influyen las decisiones y experiencias femeninas en el deporte para proponer caminos hacia una mayor equidad y empoderamiento en el uso del espacio público.

De la corporalidad al empoderamiento integral: la creciente inclusión de la mujer en las prácticas deportivas

Las mujeres han enfrentado históricamente desafíos en su interacción en diversos entornos, tanto privados como públicos. Esta situación, que persiste, tiene sus raíces en diversas causas, sin embargo, y en atención al objetivo de esta reflexión, es necesario identificar que existen factores sociourbanísticos que evidencian la continuación de modelos masculinos en la planificación y gestión de espacios urbanos, lo que afecta la calidad percibida de estos, que no garantizan un nivel adecuado de seguridad (García, 1989). Lo anterior afecta la práctica deportiva, entendida como una acción de tipo social, conforme a Hernández y Recoder (2015), quienes conceptualizan el deporte, de forma general, como una actividad física de naturaleza competitiva que opera bajo normas específicas y se encuentra organizada e institucionalizada, tanto interna como externamente, cuyo propósito radica en el desarrollo integral del ser humano. De igual forma, Barbosa y Urrea (2018), dentro de este marco definitorio, identifican diversas categorías para las prácticas deportivas, como las competitivas y las orientadas al fomento de la salud o al deporte de alto rendimiento, entre otras.

Históricamente, el deporte emerge como producto de la actividad física, la cual engloba cualquier movimiento corporal que conlleva un gasto energético. Para Sainz Varona (1992), cualquier movimiento que incurre en un gasto metabólico puede categorizarse como actividad física. La especie humana precisa del movimiento no solo como elemento de supervivencia, sino que también tiene como objetivo proporcionar diversión, facilitar la socialización o mejorar la condición física de los individuos. Siguiendo esta línea argumentativa, la naturaleza de la actividad física varía según la etapa de vida del individuo, evoluciona desde el juego en la infancia al deporte en la juventud

y fusiona ambas experiencias en la adultez. Gorroño (2002) añade que la actividad física ha acompañado al ser humano desde sus orígenes, contribuyendo significativamente a su desarrollo cultural.

Desde el siglo XX, ha habido un aumento considerable en la participación deportiva a nivel global. Factores como la revitalización de los Juegos Olímpicos, la reducción de la jornada laboral, el incremento en el tiempo libre, los avances en la comunicación y, en general, la mejora en las condiciones de vida en las sociedades desarrolladas ha propiciado que el deporte adquiriera un papel fundamental en los estilos de vida. Sin embargo, aún persisten desigualdades en su práctica debido a factores sociodemográficos y desafíos en salud física y mental, así como procesos de exclusión hacia las mujeres, como señalan Codina y Pestana (2012).

La inclusión de la mujer en el deporte ha enfrentado resistencias. Lara (2021) recuerda que, en la era moderna, la primera Olimpiada en 1896 excluyó a las mujeres por decisión del barón Pierre de Coubertin, organizador de los primeros Juegos Olímpicos modernos. No obstante, esta realidad cambió en 1922 con la organización de los primeros Juegos Mundiales Femeninos en París, impulsados por Alice Milliat, a pesar las observaciones negativas de muchas instancias del Movimiento Olímpico Internacional, si bien este mismo movimiento favoreció la participación femenina en los Juegos Olímpicos de Los Ángeles en 1932. A pesar de estos avances, persisten estereotipos y prejuicios que limitan la participación femenina, como destaca Lucumí Balanta (2012), en la práctica deportiva en sus diferentes opciones: competitiva, actividad física, administración y liderazgo, entre otros. En este contexto, Muñío (2007) concluye que los Juegos Olímpicos modernos, pese a su inicial exclusión de las mujeres, impulsaron la educación física y el deporte femenino en diversos escenarios estatales y sociales, lo cual obligó a los Gobiernos a desarrollar programas que reflejaran una inclusión equitativa no solo de las mujeres, sino de otros grupos sociales.

El deporte, entendido como un escenario social que replica comportamientos de la sociedad, refuerza ciertos comportamientos derivados del patriarcado que aún siguen existiendo: se imponen expectativas sobre las mujeres derivadas de patrones masculinos en los que se considera que las mujeres no “deben” moverse por la ciudad solas, lo cual sugiere que deben caminar rápidamente y evitar disfrutar el espacio público abierto. Por otro lado, el uso de prendas deportivas que exponen su cuerpo conlleva situaciones de acoso callejero. Estas situaciones las someten a una constante vigilancia, similar a la idea de un panóptico urbano (Ferguson, 2020). Incluso en lugares como teatros y cafés, tradicionalmente considerados espacios de reunión para la burguesía, persiste una dinámica de género que coloca a las mujeres en roles secundarios, a menudo percibiéndolas como meros accesorios decorativos para los hombres, así como en un inicio se asumió la participación de la mujer en el deporte.

Por todo lo anterior, el género sigue siendo considerado como un factor determinante en la práctica de la actividad física. Por ejemplo, según estudios realizados en universitarios de Cartagena se evidencian bajos niveles de actividad física en las mujeres, quienes, según los datos, se comportan un 63% más inactivas que los hombres, lo cual, según Díaz et al. (2014), coincide con Molina-García et al. (2007), quienes reportaron que los hombres universitarios poseen un mayor nivel de actividad física que las mujeres. Estos resultados son similares a los de estudios realizados en Chile, Perú y España, en los que se demostró que el 76% de las mujeres tiene un estilo de vida sedentario y que en los hombres representa el 56%. Esta diferencia en las cifras se entiende motivada por determinadas normas sociales y culturales que condicionan al hombre como un individuo más activo físicamente, contra la perspectiva de las mujeres como menos activas y más “delicadas”.

De otro lado, de acuerdo con Lessa y Oshita (2007), el deporte como fenómeno social todavía presenta algunos procesos que no permiten la posibilidad

de participación para las mujeres, ya que resulta difícil encontrar lugares y escenarios apropiados en los que se junten para practicar cualquier deporte y hay falta de apoyo, patrocinio y difusión, bajo la creencia de que la práctica deportiva afecta su feminidad y delicadeza. Esta situación se origina por inequidades que vienen desde la adolescencia y la niñez, especialmente desde el entorno familiar, y que tiene origen claramente social, cultural y hasta geográfico, lo cual afecta a las mujeres en todas las etapas de su vida.

Por su parte, Muñío (2007) plantea que los fenómenos vinculados con la discriminación hacia la mujer en el deporte se acentúan en ciertos escenarios laborales donde existe una menor proporción de mujeres trabajando en cargos relacionados con el deporte. En estos escenarios las mujeres son escasas, y las que logran llegar se consideran algo así como “bichos raros” y son observadas y evaluadas de una forma completamente diferente a la que se ven sometidos sus homólogos varones. También ellas mismas con frecuencia se sienten con “la responsabilidad sobre sus hombros”, es decir, precisamente por lo que les costó llegar, no quieren cometer ningún error que los demás puedan achacar a su condición de mujer. Muchas sienten (y resienten) el “tener que demostrar” cada día el merecimiento del puesto. A pesar de los espacios y procesos generados para la participación equitativa y justa de las mujeres en el deporte, se puede concluir que falta mucho camino por recorrer, ya que el deporte, como otras prácticas sociales, carga con el lastre de procesos históricos de tipo excluyente.

Entre el género y el espacio: cómo los constructos sociales modelan la vida cotidiana

En el ámbito académico y social, a menudo se emplean *espacio* y *género* como categorías teóricas. El primero nos ayuda a asociar objetos con una parte específica del mundo, mientras que el segundo clasifica a las personas según su identidad sexual. Sin embargo, la

geografía feminista o de género busca profundizar en la interacción y significado de estos términos, especialmente en cómo las estructuras y construcciones sociales los influyen.

En este punto es esencial diferenciar entre *sexo*, que refiere distinciones biológicas, y *género*, que se refiere a roles y características asignadas socialmente. Históricamente, la sociedad ha otorgado características distintivas de feminidad y masculinidad basándose en supuestos determinismos biológicos. Por ejemplo, lo femenino ha sido tradicionalmente asociado con lo natural, emocional, frágil, básico e inferior, mientras que lo masculino se ve como avanzado, fuerte, sensato y capaz (Martín Horcajo, 2006).

Como bien señaló Simone de Beauvoir (1949): “No se nace mujer: se llega a serlo”. Es decir, la sociedad, más que la biología, dicta lo que significa ser femenino. Esta diferenciación conceptual permite teorizar el género como una construcción cultural, desafiando las categorías binarias tradicionales de masculino y femenino. Las estructuras sociales, con el tiempo, han moldeado las relaciones de poder y han definido roles específicos para cada sexo, como la división sexual del trabajo, la crianza o la participación en los conflictos bélicos, entre otros fenómenos.

La geografía de género, por lo tanto, examina cómo el género y el espacio se influyen mutuamente. Así mismo, analiza cómo las diferencias de género impactan nuestra experiencia del espacio y cómo las estructuras espaciales perpetúan roles de género, examinando las formas en que los procesos socioeconómicos, políticos y ambientales crean, reproducen y transforman no solo los lugares donde vivimos, sino también las relaciones sociales entre los hombres y las mujeres, y, a su vez, estudia cómo las relaciones de género tienen un impacto en dichos procesos y en sus manifestaciones en el espacio y en el entorno (Little et al., 1988).

Un ejemplo clave es la distinción tradicional entre lo público y lo privado. Se ha conceptualizado el

hogar como el dominio femenino, mientras que el espacio público es el ámbito del hombre, y en este sentido los espacios “reflejan” las cualidades propias de los dos sexos. Sin embargo, estas percepciones están en constante evolución y son influenciadas por cambios en las relaciones sociales, como las diferencias en la movilidad entre géneros, producto no solo de las luchas feministas o de los grupos discriminados, los conflictos armados y el desarrollo educativo, social y económico, que permiten evidenciar transformaciones en esta situación. De acuerdo con lo planteado por Nesci (2007), las mujeres a menudo experimentan una discriminación en el contexto urbano, ya que son excluidas del espacio urbano diseñado para su género y, en cambio, se les relega a roles meramente decorativos, de “embellecimiento”: si se observa con detenimiento, en diversos escenarios sociales como eventos, lugares de intercambio comercial, exposiciones, etc., las mujeres se asumen como “adorno”. Esto puede llevarlas a sentirse marginadas y silenciadas en la medida en que su actuar se circunscribe a un rol meramente decorativo.

Desde esta perspectiva, la percepción tradicional del espacio privado como el reino de las mujeres es reductiva y puede ser restrictiva. El espacio, entonces, se considera dinámico, formado por interacciones y siempre en evolución debido a las prácticas sociales y materiales. Según Nord (1995) y Elkin (2016), la conexión entre las mujeres y la ciudad está influenciada por tres dimensiones principales: se las considera como objetos de atracción, cuerpos que pueden comercializarse y elementos de exhibición pública.

Entre tanto, estudios como “The Geography of Women’s Fear” de la Dra. Gill Valentine (1989) revelan cómo las dinámicas de género afectan la percepción y el uso del espacio. Se destaca cómo la violencia masculina en ciertos contextos impacta la manera en que las mujeres interactúan con su entorno, llevándolas a modificar sus rutas y destinos por seguridad, lo cual genera “espacios de miedo” en la cotidianidad de muchas mujeres: cuando desde la perspectiva mas-

culina se asume que un espacio público no puede ser habitado y transitado por otros, sino por hombres.

De otro lado, según Monk y García-Ramón (1987), desde mediados de los años setenta ha ido creciendo la producción científica en geografía de género atendiendo a la necesidad de hablar y evidenciar las causas de las desigualdades y al valor del concepto de género para la comprensión de los modelos y los procesos espaciales no solo a nivel geográfico, sino social. Uno de los eventos clave en los que se ha hablado de la necesidad de investigar desde la perspectiva de la geografía de género fue la Conferencia Regional sobre Países Mediterráneos de la Unión Geográfica Internacional en Barcelona, en 1986, en la que geógrafas y geógrafos pudieron debatir sobre las diferentes formas de analizar e interpretar el papel del género en la transformación de estructuras y comportamientos espaciales y las relaciones humanas con el lugar.

Sin embargo, al abordar el análisis de las percepciones, experiencias y estrategias de las mujeres es imperativo previamente identificar sus espacios y “mundos”, como señalan Karsten y Meertens (1992). ¿Cómo podemos comprender y evaluar adecuadamente estas dimensiones sin un conocimiento previo y detallado de los contextos y entornos que influyen en sus vidas? La identificación precisa de estos espacios proporciona el fundamento esencial para cualquier investigación informada y perspicaz sobre la realidad vivida por las mujeres.

El *espacio* genera una fragmentación localizadora entre los dos sexos humanos, de tal forma que hay un espacio para lo *masculino* y otro para lo *femenino* (Trachana, 2013). Por eso la experiencia de que no todos los espacios son propios de ambos géneros está muy arraigada en la cultura y se orienta hacia una conducta, sin advertir que dicho comportamiento se naturaliza. La misma Trachana (2013), citando a Sennett (1997), destaca que históricamente en el espacio se establecen “ámbitos separados para los dos géneros: el ámbito del ágora para el hombre, y el ámbito privado, la *oikia*, para la mujer” (p. 118).

Los espacios para cultivar el cuerpo —la palestra y el gimnasio— estaban destinados al hombre, mientras que los espacios para cultivar el alma —espacios para los misterios y los rituales— estaban reservados a la mujer en la antigua Grecia. Esta situación trascendió desde una cultura que se convirtió en un paradigma cultural y social que marcó la pauta del pensamiento y de la acción en la sociedad occidental. La anterior revisión permite identificar que, respecto a los espacios físicos, y al igual que con otros aspectos como las profesiones y los deportes, se evidencia una diferenciación asociada al género. Esta situación no solo afecta los espacios, sino a quienes habitan en ellos.

Al margen de los nuevos desarrollos que hoy se tienen frente a la equidad de los géneros y respecto a la libre expresión de la individualidad y el pensamiento democrático, es claro que todavía muchas prácticas sociales se rigen por convencionalismos claramente cargados de una ideología discriminatoria entre los roles masculino y femenino en nuestra sociedad. Esta situación se traduce en la configuración de espacios que han sido diseñados y se utilizan basándose en estas valoraciones. Hay espacios para “hombres”: la industria, el campo de batalla y todo aquello que suene a rudo, fuerte, atlético y agresivo, mientras que hay espacios que son propios de lo “femenino”, lo sensible, lo débil, lo estético. Esta situación no solo afecta la percepción del espacio, sino que afecta la forma en que dicho espacio puede ser experimentado por los sujetos.

Entre desafíos y dilemas deportivos: las desigualdades de género y espacio en Latinoamérica y en Colombia

Al revisar estudios centrados en las vivencias de mujeres en relación con la utilización y apropiación de espacios públicos y privados en diversas urbes latinoamericanas, emergen elementos cruciales vinculados a la geografía y al género. En este contexto, numerosas investigaciones, tanto de carácter cuantitativo como

cualitativo, han abordado esta temática (Jirón & Singh, 2017). Los hallazgos de estas investigaciones sugieren la presencia de una marcada desigualdad espacial ligada al género, la cual se manifiesta en formas de violencia, dependencia y, en ocasiones, inmovilidad para las mujeres.

Tal como expresa Cacciari (2009), la ciudad representa un espacio donde el hombre desempeña el papel de un creador que la moldea a su semejanza. Esto implica que las desigualdades sociales, las divisiones, los conflictos y las restricciones se encuentran arraigados en las estructuras sociales, económicas y culturales que configuran la ciudad y dejan una huella permanente en su organización espacial.

Adicionalmente, de acuerdo con Jirón y Singh (2017), los estudios orientados hacia la movilidad evidencian diferencias de género que, con frecuencia, quedan oscurecidas al analizar espacios urbanos sin considerar variables como el género de quienes lo habitan y transitan. Esta desigualdad, intrínsecamente ligada al espacio y al género, se examina en campos tan diversos como la arquitectura, los estudios sociales y la geografía, entre otros. Estos campos académicos se interesan particularmente en las inequidades socioespaciales y ambientales que emergen de los roles tradicionalmente asignados a hombres y mujeres en la sociedad. Es imperativo reconocer que las dinámicas de género y las relaciones de poder entre masculinidades y feminidades se entrelazan y se manifiestan en todos los dominios de la vida, tanto a nivel individual como colectivo.

Una considerable porción de la investigación en geografía humana ha sido inadvertidamente permeada por sesgos de género. En primer lugar, exponemos algunas razones subyacentes a este fenómeno y posteriormente examinamos las contribuciones feministas en disciplinas afines. Los retos que nos convocan seguirán permeados de sesgos de género en aspectos como el contenido, los métodos y los objetivos de la investigación geográfica. Además, se plantea la naturaleza del perjuicio que este sesgo inflige al conoci-

miento geográfico, identificando posibles vías para el desarrollo de una geografía libre de sesgos de género (Monk & García-Ramon, 1987).

En el ámbito deportivo, la participación femenina ha sido históricamente limitada por muchos desafíos socioculturales. Codina y Pestana (2012) sostienen que, pese a los avances recientes en materia de igualdad de género, persisten importantes barreras que impiden la plena integración de las mujeres en el deporte. Estos obstáculos no solo están relacionados con estereotipos socioculturales arraigados, como el rol tradicional de las mujeres como madres o la percepción errónea que niega a las mujeres la capacidad de practicar deportes de manera autónoma, sino que también se refieren a condiciones físicas adversas en los escenarios deportivos, tales como iluminación insuficiente, falta de seguridad y acceso limitado.

Este debate ha cobrado relevancia con el paso del tiempo, especialmente en el contexto latinoamericano. Aunque se reconoce el deporte como un derecho fundamental, inherente a todos los seres humanos, la realidad muestra que las mujeres siguen siendo marginadas y discriminadas al acceder a este derecho. A pesar de las legislaciones que promueven la igualdad de género en el ámbito deportivo, la implementación efectiva de estas medidas sigue siendo insuficiente.

Dentro del contexto colombiano, al examinar la relación entre el deporte y la mujer, es esencial referirse a una investigación elaborada por Lucumí Balanta (2012). Esta autora, quien simultáneamente ostenta roles de mujer, deportista e investigadora, se propuso discernir los significativos aportes que las mujeres ofrecen al deporte colombiano y cómo estos contribuyen a la metamorfosis de los estereotipos socioculturales relacionados con su función en la sociedad. Asimismo, destaca la evolución y fortalecimiento de la participación femenina en los Juegos Olímpicos. En sus conclusiones, la autora sostiene que:

A lo largo de los 40 años de participación femenina colombiana en los Juegos Olímpicos, se podría decir

que se han transformado los estereotipos socioculturales y, en especial, porque se evidencia el aumento progresivo de la mujer dentro del deporte y su interés en diferentes disciplinas deportivas.

Un ejemplo palpable de esta situación es la evolución del fútbol femenino en Colombia. Aunque las mujeres han formado equipos y ligas propias desde hace más de cuatro décadas, su labor ha sido ignorada por la dirigencia deportiva, tradicionalmente masculina. Sin embargo, en tiempos recientes el fútbol femenino ha ganado cierto reconocimiento no solo a nivel *amateur*, sino también profesional.

Esta creciente visibilidad de las mujeres en el deporte se debe, en parte, al reconocimiento social y mediático logrado a través de su destacado rendimiento en diversas disciplinas. Aunque persisten deficiencias en financiamiento y apoyo institucional, la participación de las mujeres en competencias y su éxito impulsó el debate sobre su papel en el deporte. Es esencial que, con base en estos logros, se desarrollen estrategias integrales que promuevan una mayor inclusión femenina en el sistema deportivo que abarque clubes, ligas y estructuras más amplias.

Sin embargo, aunque a nivel deportivo se ha mejorado la participación y el rol femenino, es claro que respecto a los lineamientos del deporte no se han logrado los mismos avances. En una revisión se detectan inconsistencias frente a la igualdad de género deportivo, donde Peñaloza y Pastrana (2021) coinciden en que aunque en Colombia existen lineamientos formales que favorecen una práctica democrática del deporte y que, además, dan un reconocimiento a la mujer en cuanto a protección en el contexto social por la discriminación de la que ha sido víctima, al aterrizar las normativas privadas propias de la profesionalización del deporte la realidad es otra, en la que no se ha logrado una adecuada participación de las mujeres. Esto da a entender que no basta con textos normativos que buscan de una u otra manera romantizar las situaciones que rodean la práctica del deporte y que, por el contrario, resultan irreales y limitados,

ya que allí no se plasman actos reales y concretos que busquen abordar situaciones encaminadas a una verdadera equidad de género en el deporte, por lo que es necesario indagar sobre qué acciones generarían cambios más contundentes y eficientes en el desarrollo de una práctica más equitativa del deporte para las mujeres.

Las dinámicas y barreras socioculturales y estructurales evidenciadas en el ámbito profesional y competitivo se manifiestan también en el escenario de la práctica recreativa y no competitiva. En este momento se evidencia la necesidad de problematizar ciertas situaciones asociadas a la desigualdad espacial, como elemento clave para entender los riesgos a los que se enfrentan las mujeres al realizar este tipo de actividades.

Inicialmente, uno de los impedimentos más evidentes es la limitada disponibilidad de espacios adecuados para la práctica deportiva. A pesar de que la sociedad reconoce ampliamente la importancia y los beneficios del deporte, las políticas gubernamentales y las iniciativas de patrocinio tienden a favorecer predominantemente a los hombres, lo cual resulta en una notoria desigualdad en la representación, visibilidad mediática y acceso a la educación deportiva (Trachana, 2013).

Esta desigualdad se encuentra profundamente arraigada en condicionantes culturales e históricos. La mayoría de los deportes y actividades recreativas se desarrollan en espacios abiertos que, desde una perspectiva sociocultural, se asocian tradicionalmente con lo masculino. Pese a que las motivaciones, historias personales y objetivos de las mujeres en el deporte puedan diferir de los de sus contrapartes masculinas, las mujeres frecuentemente se ven en la necesidad de compartir estos espacios (Botelho et al., 2000; Macías & Moya, 2002; Vázquez-Gómez, 2001). En regiones como Latinoamérica, donde las disparidades de género aún son palpables en muchos ámbitos de la vida cotidiana, la discriminación en el contexto deportivo se intensifica. Es innegable la prevalencia de una

cultura machista que perpetúa estructuras y prácticas sexistas que restringen y oprimen a las mujeres.

Estos estereotipos y roles de género preestablecidos ejercen una considerable influencia sobre la autopercepción y las decisiones de las mujeres respecto a su participación en el deporte. Las expectativas y valoraciones internalizadas pueden determinar las actividades que optan por realizar o evitar. Es evidente que las mujeres no han gozado del mismo nivel de participación en el deporte que los hombres, ya sea por exclusión directa, falta de apoyo institucional o autoimposición basada en estereotipos. Así, se torna imperativo reforzar las estrategias para integrar plenamente a las mujeres en el ámbito deportivo.

Adicionalmente, al desafiar estos condicionantes y optar por la práctica deportiva, las mujeres enfrentan un nuevo conjunto de desafíos, particularmente la agresión y violencia que a menudo se manifiestan en entornos deportivos. En Bogotá, investigaciones recientes del Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD, 2023) evidencian que aspectos como el acoso, la accesibilidad a las instalaciones y la percepción de seguridad determinan que las familias incentiven o no a las mujeres a practicar deporte. En este sentido, la percepción de seguridad en escenarios deportivos se convierte en un factor crucial para la integración de las mujeres al ámbito deportivo.

Así, se ilustra un esfuerzo continuo de las mujeres para obtener el reconocimiento en diversos ámbitos que tradicionalmente les han sido inaccesibles. Esta lucha trasciende el espacio social, político y económico; en el contexto de los espacios físicos y deportivos, las mujeres han emprendido una labor ardua para garantizar su participación y visibilidad adecuadas.

Conclusiones

Desde una lente fundamentada en los estudios de género, se busca reflexionar alrededor de las relaciones de poder y las identidades de género que fluctúan en función del empleo y la organización espacial. Es esen-

cial analizar cómo los usos sociales del espacio participan activamente en los procesos mediante los cuales los atributos de masculinidad y femineidad se construyen y regulan. Históricamente, se observan ciertas asociaciones arraigadas en la tradición. Por ejemplo, el espacio íntimo del hogar ha sido designado para las mujeres, mientras que los espacios públicos, como el ágora, se han alineado con el dominio masculino. Esta distribución, arraigada en tradiciones antiguas, ha perdurado hasta la actualidad y ha influenciado no solo la demarcación espacial, sino también las expectativas asociadas a los roles y responsabilidades de hombres y mujeres.

Al trasladar esta discusión al ámbito deportivo, se evidencia que diversos espacios destinados a la práctica deportiva en numerosas urbes latinoamericanas perpetúan dichas dicotomías y reflejan la percepción predominante de que las mujeres no se dedican a la actividad deportiva al aire libre. Es imperativo subrayar que las mujeres no representan una entidad monolítica y, por ende, manifiestan una diversidad palpable en comportamientos, roles y circunstancias sociales. Con base en este entendimiento, resulta crucial analizar cómo las mujeres interactúan con distintos espacios y etapas de su ciclo vital. Es relevante indagar si factores como la clase social, el nivel educativo o las prácticas de crianza influyen en la participación deportiva femenina, basándonos en las reflexiones de García (1989).

A pesar de la falta de consenso unificado en las perspectivas teóricas relacionadas con género y deporte, el feminismo deportivo postula que la práctica deportiva puede ser una experiencia enriquecedora para las mujeres, ya que propicia un incremento en la confianza y un sentido de logro y disfrute (Martín Horcajo, 2006). Esta corriente defiende que la participación femenina en el deporte no debe ser entendida simplemente como una búsqueda de igualdad frente al género masculino, sino como una afirmación de la identidad y condición femenina. A su vez, se subraya la importancia de la colaboración con los

hombres, no con la intención de crear espacios “sin temor” por su exclusión, sino para comprender el contexto y, por ende, generar condiciones que permitan una práctica deportiva segura y satisfactoria para las mujeres.

Desde una óptica de género, esta disposición urbana y cultural se fundamenta en la comprensión de que aquellos responsables de observar, diseñar y cartografiar las características de la ciudad no pueden considerarse simples observadores imparciales. Esto se debe a la presencia de un sistema simbólico y normativo de género que influye en la esfera social y que también ejerce su influencia en la configuración urbana. Además, la práctica regular de actividad física, y en particular la participación en deportes, se ha asociado positivamente con la longevidad. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) et al. (2020), la esperanza de vida de las mujeres es mayor en todos los departamentos de Colombia. No obstante, el informe destaca notables diferencias en cuanto a la brecha de longevidad entre los sexos, así como variaciones significativas entre mujeres de diferentes regiones. Numerosos estudios indican que mantener un estilo de vida activo contribuye no solo a la salud física, sino también a la mental. La actividad deportiva no solo mejora la resistencia y la fuerza, sino que también puede reducir el riesgo de enfermedades crónicas, promoviendo así una vida más prolongada y saludable.

Aunque diversos marcos normativos enfatizan la equidad de género y la participación paritaria de las mujeres en todos los aspectos sociales, aún no se aplican dichas directrices. Por ello, es imperativo que investigaciones como la presente destaquen la urgencia de proporcionar condiciones seguras para la práctica deportiva de las mujeres en diversos contextos.

Finalmente, es fundamental entender que la relación entre deporte y sociedad no es estática ni aislada, sino que es el reflejo de los constantes cambios en los modos de vida a lo largo de la historia. Las demandas actuales difieren de las de épocas pasadas y requieren

una comprensión más profunda del contexto histórico y social. Es vital, por ende, reconocer las especificidades y potencialidades de diferentes poblaciones, lo cual permite intervenciones más ajustadas a sus realidades y otorga a los profesionales de la cultura física, el deporte y recreación herramientas basadas en investigaciones contextuales para maximizar el impacto de sus intervenciones.

Conflictos de interés. Los autores no tienen conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. Los autores no recibieron financiación para la escritura o publicación de este artículo.

Implicaciones éticas. No hay implicaciones éticas pues la información es pública y de libre acceso.

Contribución. *Leidy Johana Ariza Marín:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección). *Edwin Arcesio Gómez Serna:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección). *Claudia Bibiana Ruiz:* administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección). *María Fernanda Mojica Cespedes:* metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Barbosa, S. & Urrea, A. (2018). Influencia del deporte y la actividad física en el estado de salud físico y mental: una revisión bibliográfica. *Revista Katharsis*, 25, 141-

160. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6369972>
- Beauvoir, S. de [1949] (2005). *El segundo sexo*. Editions Gallimard [versión francesa]. Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia [versión en español].
- Botelho, P., Silva, P., & Queirós, P. (2000). *Equidade na Educação. Educação Física e Desporto na escola*. Associação Portuguesa A Muller e o Desporto. https://www.researchgate.net/publication/265989397_Equidade_na_Educacao_Educacao_Fisica_e_Desporto_na_Escola
- Cacciari, M. (2009). *La città*. Pazzini.
- Cárdenas O'Byrne, S. (2017). Medir el uso del espacio público urbano seguro. *Sociedad y Economía*, 33, 34-54. <http://www.scielo.org.co/pdf/soec/n33/1657-6357-soec-33-00034.pdf>
- Codina, N. & Pestana, J. V. (2012). Estudio de la relación del entorno psicosocial en la práctica deportiva de la mujer. *Revista de Psicología del Deporte*, 21(2), 243-251. <http://diposit.ub.edu/dspace/bits-tstream/2445/36361/1/604773.pdf>
- Delgado, M. (2007). *Sociedades movilizadas. Pasos hacia una antropología de las calles*. Anagrama.
- Departamento Administrativo de Estadística (DANE), Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (CPEM), & ONU Mujeres (2020). *Mujeres y hombres: brechas de género en Colombia*. https://oig.cepal.org/sites/default/files/mujeres_y_hombres_brechas_de_genero.pdf
- Díaz, S., González, F., & Arrieta, V. (2014). Niveles de actividad física asociados a factores sociodemográficos, antropométricos y conductuales en universitarios de Cartagena (Colombia). *Revista Salud Uninorte*, 30(3), 405-417. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-55522014000300014
- Elkin, L. (2016). *Flâneuse. Women Walk the City in Paris, New York, Tokyo, Venice and London*. Vintage.
- Ferguson, S. (2020). *Mujer y trabajo: feminismo, trabajo y producción social*. Viento Sur. <https://doi.org/10.2307/j.ctvs09qm0>
- García, R. (1989). Género, espacio y entorno: ¿hacia una renovación conceptual de la geografía? Una introducción. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 14, 7-13. <https://ddd.uab.cat/pub/dag/02121573n14/02121573n14p7.pdf>
- Gorroño, M. (2002). Historia de la actividad física en la antigua civilización cretense (2800-1100 a. c.): el desarrollo de los valores corporales no violentos. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 5(2), 1-7. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1035001>
- Hernández, D. & Recoder, G. (2015). *Historia de la actividad física y el deporte. Bases conceptuales. Premisas ordenadoras. Síntesis. Literatura*. Impresos Chávez de la Cruz. <https://ened.conade.gob.mx/Documentos/Manuales/HISTORIA%20DE%20LA%20ACTIVIDAD%20F%C3%8DSICA%20Y%20EL%20DEPORTE.pdf>
- Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD) (2023, mayo 9). *Machismo, estereotipos y falta de tiempo: entre las barreras de acceso al deporte para las mujeres en Bogotá*. IDRD. <https://www.idrd.gov.co/noticias/machismo-estereotipos-y-falta-de-tiempo-entre-las-barreras-de-acceso-al-deporte-para-las>
- Jirón, P. & Singh, D. Z. (2017). Dossier. Movilidad urbana y género: experiencias latinoamericanas. *Revista Transporte y Territorio*, 16, 1-8. <https://www.redalyc.org/pdf/3330/333051591001.pdf>
- Karsten, L. & Meertens, D. (1992). La geografía del género: sobre visibilidad, identidad y relaciones de poder. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 19-20, 181-193. <https://ddd.uab.cat/pub/dag/02121573n19-20/02121573n19-20p181.pdf>
- Lara, A. (2021, julio 17). *Charlotte Cooper, la primera mujer en los Juegos Olímpicos*. Radio Nacional de Colombia. <https://www.radionacional.co/actualidad/deportes/charlotte-cooper-juegos-olimpicos-tenis#:~:text=Inicialmente%2C%20fundaron%20asociaciones%20y%20federaciones,de%20mujeres%20fue%20del%2040.7%20%25>
- Lessa, P. & Oshita, T. (2007). La participación de las mujeres en los deportes. *Efdeportes.com*, 11(105). <https://efdeportes.com/efd105/la-participacion-de-las-mujeres-en-los-deportes.htm>
- Little, J., Peake, L., & Richardson, P. (1988). Introduction: geography and gender in the urban environment. In J. Little, L. Peake, & P. Richardson (eds.). *Women in Cities. Women in Society*. Palgrave. https://doi.org/10.1007/978-1-349-19576-3_1
- Lucumí Balanta, Y. (2012). Aportes de la mujer en la transformación de los estereotipos socioculturales del deporte colombiano. *Revista UDCA Actualidad & Divulgación Científica*, 15, 27-35. <https://revistas.udca.edu.co/index.php/ruadc/article/view/890/1052>
- Macías, V. & Moya, M. (2002). Género y deporte. La influencia de variables psicosociales sobre la práctica

- deportiva de jóvenes de ambos sexos. *Revista de Psicología Social*, 17(2), 129-148. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=243311>
- Martín Horcajo, M. (2006). Contribución del feminismo de la diferencia sexual a los análisis de género en el deporte. *Revista Internacional de Sociología*, 64(44), 111-131. <https://doi.org/10.3989/ris.2006.i44.30>
- Martínez, A. (1989). Geografía y género en el medio rural: algunas líneas de análisis. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 14, 131-147. <https://ddd.uab.cat/pub/dag/02121573n14/02121573n14p131.pdf>
- Monk, J. & Hanson, S. (1982). On not excluding half of the human in human geography. *The Professional Geographer*, 34(1), 11-23. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/j.0033-0124.1982.00011.x>
- Monk, J. & García-Ramon, D. (1987). Geografía feminista: una perspectiva internacional. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 10, 147-157. <https://ddd.uab.cat/pub/dag/02121573n10/02121573n10p147.pdf>
- Molina-García, J., Castillo, I., & Pablos, C. (2007). Bienestar psicológico y práctica deportiva en universitarios. *Motricidad. European Journal of Human Movement*, 18, 79-91. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274220374005>
- Muñío, C. M. (2007). *El deporte en Nuevo León. Un estudio sociológico desde una perspectiva de género*. <http://efdeportes.com/efd117/EldeporteenNuevoLeon.pdf>
- Nesci, C. (2007). *Le Flâneur et les flaneuses. Les femmes et la ville a l'époque romantique*. UGA Éditions. doi: 10.4000/books.ugaeditions.4220.
- Nord, E. D. (1995). *Walking the Victorian Streets: Women, Representation, and the City*. Cornell University Press. <https://doi.org/10.7591/9781501729232>
- Peñaloza Marín, D. F. & Pastrana Medina, E. J. (2021). *El deporte como derecho y la protección de la mujer futbolista en Colombia*. [Tesis de grado]. Universidad del Rosario. <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/0c3d3a1a-172f-456e-bc7a-126e063bdb38/content>
- Sainz Varona, R. M. (1992). Historia de la educación física. *Ikastaria. Cuadernos de Educación*, 5, 27-47. <https://www.eusko-ikaskuntza.eus/PDFANlt/ikas/05/05027047.pdf>
- Trachana, A. (2013). Espacio y género. *Ángulo Recto. Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural*, 5(1), 117-131. https://oa.upm.es/26820/1/INVE_MEM_2013_165065.pdf
- Valentine, G. (1989). The Geography of Women's Fear. *Area*, 21(4), 385-390.
- Vázquez-Gómez, B. (2001). La cultura física y las diferencias de género en el umbral del siglo XXI. En J. Devís (ed.), *La educación física, el deporte y la salud en el siglo XXI* (pp. 213-227). Marfil. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=8205>