

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

El rol de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

Autor: Gretel K. Walz Bimbi

Gretelwalzbimbi@gmail.com

Facultad de comunicación social y periodismo, UNLP.

La Plata.

La mujer, desde el punto de vista del sentido común es percibida como objeto de deseo por los hombres. Su presencia sólo se justificaría como complemento para la construcción de masculinidad y afirmar a ésta cualidad humana. Esa imagen etérea de la mujer es la que la condena a cumplir con estereotipos históricamente creados. La mujer dedicada a la danza en la constante lucha con la gravedad con su cuerpo y el hombre el aguerrido jugador terrenal que mientras más lastimaduras tengan, más masculino es. Imagen no solo vista por el género masculino, sino que también auto percibida por la mujer mediante un proceso de auto convencimiento de mitos culturales y sociales.

Este auto convencimiento previamente nombrado de mitos culturales, son los que el hombre crea al momento de definir lo que es una mujer, la feminidad y todo lo que ésta trae aparejado. Caracterización que también define la masculinidad en cuanto a la oposición de estos dos conceptos; y es la mujer la que acepta sin recriminar, ni cuestionar este enmarcación que la identifica.

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

¿Qué ocurriría si en este estereotipo creamos un punto de fuga y colocamos a la mujer que rompe las cadenas de “lo estructurado” para poder empaparse y dedicarse a deportes de contacto como el Rugby?

El objetivo de esta ponencia será buscar y citar mujeres que rompan este estereotipo, que su preocupación se centra en el tamaño de su trapecio y en su fuerza. Encontrar estos posibles puntos de fuga, analizar y romper el mito con los deportes de contacto y la pérdida de feminidad.

Palabras claves: Estereotipos, Feminidad, Mitos Culturales, ruptura.

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

La mujer protagonista

La mujer es el negro del mundo [...]

Piensa en ello,

Haz algo para cambiar esa situación.

La obligamos a pintarse la cara y bailar.

Si no quiere ser una esclava, decimos que no nos ama;

Si es verdadera, decimos que trata de ser un hombre;

Mientras la rebajamos, fingimos que está por encima de nosotros.

John Lennon

A partir de la década de 1950 se consolidaron dos importantes ejes de visibilidad que permitieron pensar a las mujeres como nuevos sujetos sociales. Por un lado, miles de mujeres anónimas en centros urbanos de diferentes países occidentales constituyen prácticas transformadoras de la vida cotidiana: su irrupción masiva en el mercado laboral, su acceso a la educación secundaria y terciaria, cierta adquisición de códigos públicos, transformaciones tanto en las formas de los contratos conyugales como en sus regímenes de fidelidad y la problematización de la vida doméstica.

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

Por otra parte, y en estrecha relación con lo anterior se despliega la práctica deportiva femenina. Su lucha sistemática en los planos lúdicos y su denuncia permanente de la discriminación de género tanto en sus formas evidentes como en aquellas menos visibles, la institución de grupos de reflexión, de autoayuda, etcétera, han constituido un factor decisivo en la lucha contra la opresión de las mujeres.

Estas dos dimensiones, cotidiana y deportiva, en sus avances y retrocesos, fueron instituyendo un movimiento que hace visible la discriminación, desnaturaliza sus prácticas, denuncia, incomoda y produce importantes incertidumbres en el conjunto de significaciones imaginarias sociales que legitimaron la desigualdad y la injusticia distributiva entre hombres y mujeres.

Si bien las mujeres avanzan adquiriendo nuevos espacios sociales, estamos lejos de la igualdad de los géneros sexuales. Desigualdad históricamente creada por ambos sexos, ya sea desde la definición de la masculinidad o feminidad, o desde los movimientos ideológicos sexistas, No solo la mujer feminista y el hombre machista, sino también mujeres arraigadas al machismo con características en su comportamiento de este movimiento.

El análisis se desarrollará en torno a mujeres como ya nombramos ganando espacio sociales, pero delimitados a cuestiones lúdicas, específicamente al rugby. Los inicios del rugby se remontan a 1823 cuando William Webb Ellis toma la pelota en sus manos durante un partido de fútbol en el colegio inglés rugby y crea los fundamentos básicos del rugby-football. En 1839 Arthur Pell, ex alumno del Rugby School, introduce el rugby en la Universidad de Cambridge, que sostiene ser el primer club de rugby, y sus alumnos poco tiempo después esparcirían por el mundo este deporte. Recién en 1864 se funda en Argentina el Buenos Aires Football Club (antecesor del Buenos Aires Cricket & Rugby Club). A partir de este momento específicamente de su

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

reconocimiento de fundación el 8 de diciembre de 1864 hasta la actualidad analizaré el comportamiento de los medios de comunicación, las mujeres tanto como protagonistas, como espectadoras en este deporte caracterizado por su elitismo y “caballerosidad”.

Los primeros antecedentes del rugby femenino en Argentina tienen lugar 25 años atrás aproximadamente. El encuentro es disputado entre G.E.I (Gimnasia y Esgrima de Ituzaingó) con un equipo de Alumni, integrado en su mayoría por hermanas, novias o mujeres de jugadores, bajo la organización de Rodolfo Pichi Ruffo, quien se enteró de un grupo de mujeres que entrenaban en las instalaciones del Club Alumni a través de la publicación en una revista. Juntó a tres de sus cuatro hijas, les pidió que armen un equipo para enfrentarlas y, pruebas mediante organizó el partido, que se jugó el 25 de noviembre de 1985 en la cancha de G.E.I. El impulso del Rugby Femenino duró poco. Según repasa una nota de la revista “Un caño”, a Ruffo le ofrecieron “hacer negocios con las chicas y comenzó a correr el rumor que la UAR (Unión Argentina de Rugby) iba a tomar represalias con el equipo de hombres lo que Ruffo no pudo hacer, entonces, lo retomaron 15 años después las chicas que soñaban con un lugar dentro del rugby.

Recién en el 2005 la UAR se adentra en el rugby femenino y todo es impulsado por la IRB (International Rugby Board) que deseaba que el rugby volviera a ser una disciplina olímpica, lo que implicaba que fuese jugado tanto por hombres como por mujeres. La pregunta en esta tardanza temporal

La pregunta en esta tardanza temporal refiere al principal prejuicio: “La mirada del otro”: Hay una clara presencia de la resistencia sociocultural en cuanto a esta práctica lúdica femenina, como también de la idealización de la mujer. Es la esperanza de un padre o de una madre tener una hija mujer dedicada a disciplinas artísticas femeninas, ya sea gimnasia deportiva, Danza en sus derivadas especialidades, o cualquier

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

actividad definida desde el arte. ¿Qué hubiese pasado si Pina Bausch, pionera de la danza contemporánea, al recibir la beca, en 1959, de Juilliard School hubiese cambiado drásticamente a un deporte de contacto como el rugby? En esa Alemania participe de la Segunda Guerra Mundial, en la que los hombres se alistaban o eran llamados a filas en las fuerzas armadas y se dirigían al extranjero, los trabajos especializados que antes eludían a las mujeres, comenzaban a presentar disponibilidad. Alentadas por el gobierno para subsanar el entorno bélico y que el país no decayera a nivel económico y laboral, muchas mujeres implementaron la participación en estos trabajos que subliminalmente buscaban la independización y liberación de los “estereotipos”. Pero no es el caso de Pina. Esta liberación, estaba delimitada solamente porque eran los espacios libres que los hombres dejaban, pero aquí pueden verse como las mujeres fueron ganando espacios públicos.

La situación social de la mujer, ha sido uno de los factores determinantes para la inclusión al deporte, pero aquí se evidencia otro prejuicio con el que estas mujeres conviven que son los estereotipos. Según se ha visto, el hombre siempre ha sido el protagonista en materia deportiva y su creación, por lo que excluye sistemáticamente a la mujer de estas disciplinas. Los estereotipos son configuraciones sociales sobre supuestas actitudes naturales de hombres y mujeres. Estas configuraciones no responden a la realidad, pero son condicionantes al comportamiento humano de manera decisiva. Es justamente el idealización del deporte como actividad pública y la errónea configuración que la sociedad asume sobre el cuerpo femenino y sus funciones. Las impuestas por el hombre como máximo dictador de la familia, y las impuestas por la mujer, al considerar a los deportes como un obstáculo a la fecundidad, una llamada pecaminosa al sexo por los vestidos cortos y el resalto de las formas, una práctica que apartaba a la mujer de su labor como dueña del hogar y un enfrentamiento con su

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

feminidad. Y la impuesta por la iglesia al prohibir al deporte por su carácter violento en contra de los cánones de la moral cristiana y el afán de ocultar la desnudez del cuerpo, los estereotipos a los que se enfrentan, tales como que las mujeres son inferiores a los hombres en las actividades físico- deportivas, que su práctica masculiniza a las mujeres, que la práctica deportiva es peligrosa para su salud y atenta contra el organismo femenino y que las mujeres no están interesadas en el deporte y cuando lo hacen no lo ejecutan bien como para ser tomadas en serio. Estos estereotipos están tan impregnados en la sociedad que hasta los mismo supervisores de estas “transgresoras” dedicadas al deporte de contacto lo demuestran tanto explícitamente en mínimos discursos como implícitamente, en lo cual puede verse la influencia de los medios de comunicación. Para poder visibilizar este tópico citaremos a Pedro Mercerat, actual entrenador de “RugbyFem” de La Plata Rugby Club. El actualmente Full-back de la categoría “primera” de La Plata Rugby Club, reconoce el prejuicio a que las mujeres del plantel sufren, pero, según Pedro, ellas no prestan atención y realmente disfrutan lo que hacen. Pero al momento de hablar de las dificultades de las mujeres las caracteriza como “Chicas con poca destreza” debido a la falta de cultura deportiva, comparándola con los hombres quienes, según él, están más desarrollados en estas disciplinas desde que son pequeños ya que están acostumbrados a jugar el fútbol u otros deportes al aire libre y las mujeres no tanto. La interrogante es, ¿Verdaderamente las mujeres tienen “poca destreza” para el deporte, o solamente se las intenta asimilar a un jugador masculino y es ahí que presenta la falencia? Porque el propósito es romper las cadenas de los estereotipos y esta diferenciación sexista y no colocar a la mujer deportista dentro de las delimitaciones de la idealización de un jugador de rugby, sino que justamente ellas creen esas delimitaciones. Otra declaración del jugador de La Plata Rugby Club fue: *“Interiorizándome más en el rugby la falencia pasa más por un tema de conocimiento porque son nuevas en el deporte y no han visto demasiado rugby a lo largo de sus vidas, por*

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

eso desde las reglas hasta todas las situaciones del juego hay que empezar de cero. A diferencia de los hombres que por ahí siendo más chicos han tenido muchas más horas de rugby ya sea jugando como también viendo partidos en el club o por televisión que es algo que aporta mucho al aprendizaje". Aquí puede notarse un claro prejuicio y generalización a la mujer deportista ¿Por qué se deduce que el hombre, por su simple condición de existencia, tiene una cultura más amplia sobre el deporte? Y, ¿Por qué se supone que el hombre si se interioriza con el deporte televisivamente y la mujer no? Puede notarse como inconscientemente hay una predisposición que contribuye a la discriminación en función del sexo o género, de la misma persona que capacita y adoctrina a estas luchadoras de rupturas de estereotipos. ¿Acaso, estas jugadoras no tienen el derecho de tener un supervisor que pueda entrenarlas creando nuevos parámetros empíricos de lo que es una jugadora de rugby, en vez de tener que asimilarse a un jugador de rugby?

La mujer y los medios de comunicación

Desde, aproximadamente, la revolución francesa hasta la actualidad a los medios de comunicación se les otorgó el nombre de "Cuarto poder" (Juego de palabras asociado a la separación de poderes) debido a su papel crucial en el funcionamiento de los Estados de derecho y Democracia. Estos medios, dentro de sus funciones, son los encargados de la formación de opiniones de la sociedad. Posee la capacidad de atraer la opinión de está influyéndola de manera voraz.

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

Uno de los principales protagonistas de la configuración de estereotipos, son estos medios de comunicación formadores de opiniones y cánones de comportamiento, especialmente en spots publicitarios.

Para evidenciar esto, analizaremos la participación de la mujer en las publicidades de los sponsors del seleccionado argentino de Rugby “Los Pumas”, Quilmes y Adidas. Estas dos marcas son las únicas que hacen mención de las mujeres. La publicidad de Quilmes en la cual hay diferentes jugadas de Los Pumas las cuales están acompañadas por frases que en su comienzo recitan: “No hay razón”. En una de las jugadas se ve como uno de los pumas es derribado y la voz en off recita: “ No hay razón para que a una madre le duela el tackle que le comió su hijo” es la única mención femenina que se presenta, la cual ni siquiera está dirigida a las mujeres sino que intenta interpelar a los hombres haciendo alusión que detrás de un gran jugador, irracional, completamente terrenal valiente y fuerte hay una madre sufriendo por él, pero ni siquiera hay una imagen física de la mujer.

Sin embargo la propaganda de Adidas si tiene presencia y protagonización de la mujer. Frente al lema “Impossible is nothing” se ven personas comunes, realizando actividades que demandan fuerza o valentía, como una persona mayor intentando partir un tronco con un hacha, y para realizar la acción recitan: “Soy un puma, Soy un puma” dentro de las situaciones se ve una nena que esta por vacunarse y frente a la inyección piensa con fervor la misma frase, al igual que una embarazada que esta por dar a luz bajando una escalera y diciendo la misma frase para poder soportar las contracciones. Pero volvemos a la misma idea que las mujeres deben mimetizarse con el hombre, que es el valiente, el de fuerza bruta. ¿Por qué no la imagen de una mujer guerrera enfrentando estas situaciones, mimetizada con otra mujer? ¿Por qué deben buscar idealizaciones en imágenes masculinas?.

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

A modo de conclusión, y ya planteada la problemática propondré buscar soluciones a esta grieta abierta hace siglos atrás, si el ser humano pudo evolucionar en materia económica, política y hasta social ¿Por qué es tan complicado aceptar esta nueva imagen de la mujer? Esta imagen revolucionaria ganando nuevos espacios, apoderándose de ellos estableciéndose para no irse, y no ganar estos nuevos espacios porque el hombre renuncia a él, sino por la capacidad voraz que han tenido, en secreto durante años. Rompamos con esta sociedad sexista. Porque no solo alcanza con frases como “Para todos y todas” para incluir a todos los géneros, son las acciones las que demostraran la ruptura de esta polarización.

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

Gretel Walz Bimbi.

El de la mujer en el rugby y su influencia en los medios de comunicación.

Bibliografía:

- Erazo, V. (1980). "Compropolitán: El Orden transnacional y Su Modelo femenino: un Estudio de las REVISTAS Femeninas en América Latina". Mexico. Editorial Nueva Imagen.
- Rossanda, R. (1979). "Las otras". EDITORIAL GEDISA
- Pigna, F. (2011). "Mujeres tenían que ser". Buenos Aires. Grupo Editorial Planeta S.A.I.C 2011
- Stavenhagen, R. (1980). "La mujer invisible". En El correo de la UNESCO. Julio. España. 4-9.
- WWW.UAR.COM.AR
- <http://www.youtube.com/watch?v=T6bo6yalDcA> (Publicidad Quilmes)
- <http://www.youtube.com/watch?v=TaEtvEg0Kjg> (Publicidad Adidas)