

Curso 2014-15

UNIDAD  
DIDACTICA  
ALUMNADO 2

*Diamantes negros*  
Miguel Alcantud, España, 2013

Las mujeres como profesionales,  
espectadoras y como mercancía



## UD 2 Mujeres

## Diamantes negros

## Actividad. El cuerpo de las mujeres como reclamo en el deporte

Si repasamos la película observamos que las mujeres prácticamente no aparecen en la misma y cuando lo hacen tienen un papel muy pequeño:

- Una profesora de Moussa.
- La madre de Amadou.
- La hermana de Amadou.
- La madre de Moussa y otra mujer de su padre.
- Amigas y familiares de la familia de Moussa en una fiesta para recabar fondos.
- La mujer policía portuguesa.
- La señora a la que Amadou roba el bolso.

Únicamente la madre de Amadou tiene un papel de alguna importancia.

Desde luego, ninguna es deportista. Sobre esto queremos reflexionar en esta unidad.

Probablemente no tengáis mucha información sobre las mujeres y el fútbol, aunque hay equipos de fútbol femeninos y un aumento de la afición femenina a este deporte, además, la selección femenina española acaba de clasificarse para el Mundial de Canadá 2015<sup>1</sup>. Probablemente no habréis oído mucho sobre estos temas porque la relación de las mujeres con el deporte está muy marcada por el uso de su cuerpo como reclamo, por eso os proponemos la siguiente reflexión.

### Parte primera, para empezar

A continuación os mostramos un extracto de la noticia titulada «[Torrenueva no retirará el cartel "sexista" del torneo femenino de fútbol porque "no ofende a nadie"](#)», publicada en *Eldiario.es* el 5/8/14. Trata sobre la denuncia presentada

---

<sup>1</sup> Véase la página de la FIFA: <http://es.fifa.com/womensworldcup/index.html>

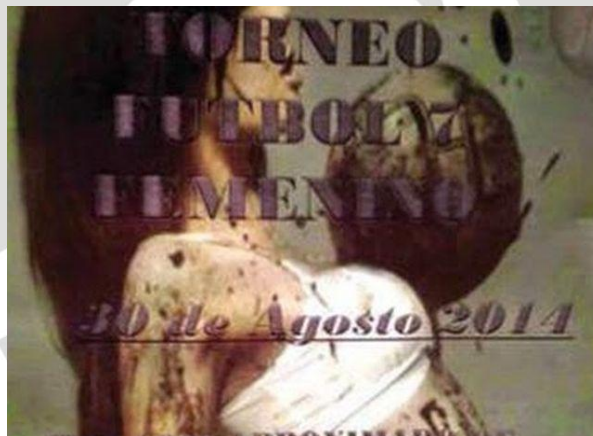
## UD 2 Mujeres

## *Diamantes negros*

por el IAM ([Instituto Andaluz de la Mujer](#)) a la Entidad Local de [Torrenueva](#) (Granada) por el cartel anunciador de un torneo de fútbol femenino:

La Entidad Local de Torrenueva (Granada) no retirará el cartel anunciador de un torneo de fútbol femenino al que se le ha calificado de "sexista" a pesar de [la amenaza del Ayuntamiento de Motril](#), del que depende, de presentar una denuncia ante el [Instituto Andaluz de la Mujer](#) (IAM) si no lo hacía, según ha dicho el vocal responsable de Deportes, Plácido Lara.

Según ha indicado, el torneo de fútbol celebra su décima edición y es el sexto año consecutivo en el que se utiliza la misma imagen de una mujer con el balón en el pecho para anunciar la cita deportiva "sin que nunca hayamos tenido ningún problema". La organizadora del evento y las propias jugadoras que participan en él "nunca han tenido ningún problema ni se han sentido ofendidas", según el vocal torreño.



Lara ha expresado la "incomprensión" de toda la entidad local ante el revuelo creado por el cartel ya que no ocurrió lo mismo en años anteriores y ha reiterado la idea de que "no ofende a nadie y, por lo tanto, no lo van a retirar".

El Consejo Municipal de la Mujer, por su parte, ha leído este martes un manifiesto dirigido al presidente de la Entidad Local alabando la celebración del torneo de fútbol como "modo de potenciar el papel de la mujer en el deporte, donde está claramente subrepresentada" y a su vez lamentando el "uso inadecuado del cuerpo de la mujer". Por ello, el Consejo ha reiterado su petición de la retirada del cartel.

[...]

## UD 2 Mujeres

## Diamantes negros

En rueda de prensa, la consejera de Igualdad, Salud y Políticas Sociales, María José Sánchez Rubio, ha manifestado que "este tipo de publicidad es intolerable y hay que ser contundente ante este uso de las imágenes de la mujer" [...].

Ante esta situación, el [Instituto Andaluz de la Mujer](#) (IAM) ya ha tramitado la pertinente denuncia al [Observatorio Andaluz de la Publicidad No Sexista](#), órgano que tiene como funciones principales vigilar y fomentar la difusión de una imagen digna de la mujer en la publicidad.

El objetivo de este órgano es generar una actitud crítica ante el sexismo en la publicidad y la comunicación así como fomentar un nuevo discurso publicitario basado en valores igualitarios, acordes con una sociedad cada vez más concienciada y comprometida con la igualdad.

[...]

El [Observatorio Andaluz de la Publicidad No Sexista](#) recibió durante 2013 el mayor número de quejas por anuncios sexistas interpuestas por la ciudadanía desde su creación en 2003, con un total de 627 denuncias. Según la Junta, la cifra, que supone casi un 50 por ciento más que la registrada el año anterior, refleja el "creciente compromiso de la sociedad con los valores igualitarios".

Tres días después se retira el cartel, pero observad las declaraciones contenidas en el artículo «[La ELA de Torrenueva retira el cartel del torneo de fútbol "sexista"](#)», publicado en *Ideal.es* el 8/8/14:

A pesar de la retirada del cartel en el que aparecía una mujer con un balón en el pecho, la Entidad Local ha aclarado que siguen sin considerar que sea ofensivo. "Me telefoneó la delegada del Gobierno andaluz, Sandra García, y por ello lo hemos quitado, no porque hayamos cambiado de opinión", ha concluido el presidente de Torrenueva.

Una vez leída y analizada la noticia precedente, responded en pequeños grupos a las siguientes cuestiones:

1. ¿Qué os sugiere este anuncio?

## UD 2 Mujeres

## Diamantes negros

2. ¿La mujer que aparece en él representa a una profesional del fútbol?, ¿por qué?
3. ¿Encontráis alguna diferencia en la respuesta que dio el Consejo Municipal de la Mujer y la de la consejera de Igualdad, Salud y Políticas Sociales?, ¿con cuál estáis más de acuerdo?
4. El presidente de la entidad lo retira por imperativo, porque sigue pensando que es adecuado, ¿qué pensáis vosotros y vosotras, calificaríais el cartel de sexista o pensáis que no ofende a nadie?

### Parte segunda, por si lo anterior no fuera suficiente

El 14/9/14 aparece la siguiente noticia en el diario *Público* «[Escándalo por un uniforme ciclista femenino que simula su desnudo](#)».



El 15/9/14 Noelia Ramírez escribe en *El País Moda* el artículo «[¿El peor uniforme de la historia?](#)», donde señala:

El diseño de la equipación deportiva femenina en el ciclismo no suele ser un tema que acapare demasiado la atención mediática.

[...]

## UD 2 Mujeres

## Diamantes negros

Aunque desde la liga colombiana aseguran que el uniforme "fue creado sin malicia, sin intención alguna de insinuar ni mucho menos utilizar a la mujer para promocionarla", el presidente de la UCI (Unión de Ciclistas Internacional), el británico Brian Cookson, ha calificado a este diseño de **"inaceptable bajo cualquier estándar de decencia"**.

[...]

La estrategia publicitaria de sexualizar al límite la vestimenta de estas jóvenes ciclistas (la equipación masculina del equipo no simula desnudo alguno) ha conseguido su objetivo: conseguir la ansiada visibilidad mediática. ¿A qué precio?

[...]

El uniforme de las ciclistas colombianas abre un nuevo episodio en ese extenso tomo dedicado a **la erótica de la vestimenta deportiva femenina**. Esa que el presidente de la FIFA en 2004, Joseph Blatter, defendió como necesaria. Blatter dijo que sería buena idea que las jugadoras llevaran prendas más femeninas, como las practicantes de voleibol (los hombres no, solo ellas). **"Las jugadoras son guapas**, si se me permite decirlo, y tienen reglamentos diferentes a los de los hombres, como jugar con balones más ligeros" y añadió que: **"Podrían, por ejemplo, utilizar pantalones más ceñidos"**.

En pequeños grupos responded:

5. ¿Qué pensáis sobre este equipamiento?
6. Como plantea la periodista, ¿a qué precio se ha conseguido esa visibilidad mediática?

Ahora con referencia a los dos casos expuestos:

7. ¿Cuántos anuncios o equipamientos de profesionales masculinos conocéis en los que aparezcan en actitudes o con prendas similares?
8. ¿A qué público se están dirigiendo estas estrategias comunicativas: al masculino o al femenino? Razonad las respuestas.
9. ¿Quién gana y qué gana con este tipo de estrategias?

## UD 2 Mujeres

## *Diamantes negros*

10. ¿Si fuerais deportistas os gustaría que os representaran en la publicidad u os vistieran de forma semejante a como aparece en estos casos?
11. ¿Sabíais de la existencia de un observatorio de publicidad no sexista<sup>2</sup>?  
¿Se os ocurre algún anuncio o evento al que denunciar?

Una vez debatido en pequeño grupo haced una puesta en común con el resto de la clase.

---

<sup>2</sup> El Instituto de la Mujer también tiene un Observatorio de la Imagen de las Mujeres: <http://www.inmujer.gob.es/observatorios/observimg/home.htm>.



Programa de apoyo a la educación en valores y salud

# UNIDAD DIDÁCTICA ALUMNADO

## *Diamantes negros* Miguel Alcantud. España, 2013

### Sinopsis

Tras ser captados en Mali por un ojeador de fútbol, los jóvenes Amadou y Moussa abandonan su país, escapando de la pobreza, y llegan a Madrid persiguiendo el sueño de triunfar como futbolistas. La gira que hacen por España, Portugal y el norte de Europa les mostrará las sombras del deporte rey.

### Comentario

Diamantes negros es una reflexión sobre el modo y condiciones en que son captados menores africanos en el fútbol. Se pone al descubierto el duro enfrentamiento entre los sueños de sus protagonistas Amadou y Moussa por llegar a dedicarse a lo que más les gusta, las esperanzas de sus familias que ven en ellos una fuente de ingresos para escapar de la pobreza y la manipulación de un deporte que se corrompe por la avaricia.

**Gijón**

**Servicios  
Sociales**

**Gijón**



Teatro  
Jovellanos

Servicio de  
Relaciones  
Ciudadanas

**Gijón**

Ayuntamiento



Festival Internacional  
de Cine de Gijón

**CPPI Gijón  
oriente**  
DENTRO DEL PROFESORADO Y DE RECURSOS DE GIJÓN-ORIENTE

Plan **sobre drogas**  
para Asturias

GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS  
CONSEJERÍA DE SANIDAD