

Fuera de lugar: por una representación más auténtica en el deporte

En los últimos días, se ha reactivado en México, un debate en torno a la masculinidad, los roles de género y las visiones tradicionalmente asociadas con lo que significa “ser hombre”, especialmente en el contexto deportivo a raíz de las declaraciones en redes sociales de Javier Hernández alias “El Chicharito”. La conversación ha trascendido el terreno de juego para abrir cuestionamientos más amplios sobre la cultura futbolera del país, y de forma indirecta pero significativa, este debate ha puesto sobre la mesa una cara menos visible del deporte nacional: el deporte femenino.

De acuerdo con Getty Images, empresa global líder en la creación y comercialización de contenidos visuales, la forma en que históricamente se ha representado el deporte femenino en los medios y la publicidad podría estar limitando su crecimiento. De acuerdo con resultados de su programa de investigación, VisualGPS, una visión reducida del deporte femenino y las atletas no solo impacta la percepción pública, sino que también contribuye a la falta de apoyo institucional y comercial, frenando así el desarrollo de una base sólida de aficionados, especialmente en disciplinas tan populares como el fútbol, el deporte más querido por millones de mexicanos

Según una encuesta de VisuaGPS, **81%** de las personas en México creen que es importante brindar la misma visibilidad a las atletas femeninas que a sus contrapartes masculinas. Mientras tanto, **menos del 2%** del contenido más popular usado por las marcas del país, muestran a mujeres haciendo deportes. Además, cuando sí son representadas, suelen visualizarse de una manera que recuerda a las campañas de belleza. De hecho, más de la mitad de estas imágenes y videos son retratos estilizados, donde se presenta a las mujeres de forma impecable y posada, enfatizando su apariencia por encima de su destreza deportiva. En contraste, las representaciones visuales de los hombres en el deporte suelen destacar el atletismo y capturan la experiencia deportiva en su totalidad, en lugar de centrarse en su aspecto físico.

La investigación también apuntó que los fanáticos y fanáticas en el país, ya están listos para ver al deporte evolucionar, **78%** dicen que les gustaría ver a más atletas retratadas en formas más auténticas, con imágenes y videos que se enfoquen en su habilidad en lugar de su belleza.

A nivel global, el ascenso de figuras femeninas que desafían los límites históricos confirma que el cambio ya está en marcha. Atletas como Kenti Robles, referente de liderazgo en el Real Madrid, o Alexia Putellas, Balón de Oro y símbolo global de excelencia, están rompiendo arquetipos tanto visuales como deportivos. En Latinoamérica, Linda Caicedo, estrella del fútbol colombiano, y Dulce Martínez, nombrada la jugadora más rápida de la Liga MX tras alcanzar los **33.4 km/h con el Puebla en la Liga MX Femenil**, son ejemplos del nuevo rostro del deporte.



De acuerdo con expertos de Getty Images, una representación más auténtica del deporte femenino no se trata únicamente de visibilidad, sino de transformar la narrativa. Marcas, medios y organizaciones deportivas en México tienen hoy una oportunidad real de ampliar la base de seguidores del deporte femenino al adoptar una visión más auténtica de lo que este representa. Adoptar este enfoque será clave para sostener el creciente interés en el fútbol femenino y fomentar un compromiso a largo plazo con los fans y las fans del deporte en México. Algunas recomendaciones para lograrlo incluyen:

- Elegir imágenes y videos que destaquen la capacidad atlética y los momentos clave de acción de las deportistas, en lugar de centrarse en su apariencia.
- Usar imágenes y videos que reflejen la realidad de mujeres y niñas en el deporte, tanto en el alto rendimiento como en niveles comunitarios o escolares.
- Incluir a mujeres en roles de apoyo como empresarias, entrenadoras, médicas o árbitras, para ofrecer una representación más completa del talento, la participación sostenida y el impacto de las mujeres en el deporte.
- Representar una amplia gama de emociones más allá de la alegría, como determinación, frustración, amor, enojo o dolor, para mostrar la experiencia deportiva en toda su complejidad.
- Mostrar a aficionados de todos los géneros apoyando el deporte femenino y destacar el fuerte sentido de comunidad que lo caracteriza.
- Asegurar que las representaciones visuales incluyan diversidad en edad, etnia, capacidades físicas y tipos de cuerpo realistas según el deporte.

A medida que evoluciona la conversación sobre el género en el deporte mexicano, es momento de que las imágenes evolucionen también. Mostrar a las mujeres como lo que ya son, atletas completas, protagonistas, referentes, no es solo justo: es necesario para el futuro del fútbol y de toda la cultura deportiva en el país.

Sobre Getty Images

Getty Images (NYSE: GETY) es una de las principales plataformas globales de creación y comercialización de contenido visual, que ofrece una gama completa de soluciones para satisfacer las necesidades de cualquier cliente en todo el mundo, sin importar su tamaño. A través de sus marcas [Getty Images](#), [iStock](#) y [Unsplash](#), así como sus sitios web y APIs, Getty Images atiende a clientes en casi todos los países y es el primer lugar al que recurren para descubrir, adquirir y compartir contenido visual poderoso creado por los mejores fotógrafos y videógrafos del mundo. Getty Images colabora con cerca de **570,000 creadores de contenido** y más de **340 socios de contenido**, lo que le permite ofrecer una colección robusta y diversa. Cada año, cubre más de **160,000 eventos de noticias, deportes y entretenimiento**, brindando una profundidad y amplitud de cobertura sin igual. Además, mantiene uno de los [archivos fotográficos privados más grandes y prestigiosos del mundo](#), con millones de imágenes que se remontan a los inicios de la fotografía.



A través de su [biblioteca creativa de primer nivel](#) y soluciones de **contenido personalizado (Custom Content)**, Getty Images ayuda a los clientes a elevar su creatividad y optimizar todo su proceso creativo, encontrando la imagen adecuada para cada necesidad. Con la incorporación de tecnologías de **inteligencia artificial generativa** entrenadas con contenido autorizado —que incluye derechos de uso perpetuos, globales y protegidos legalmente—, los clientes de [Getty Images](#) e [iStock](#) pueden generar imágenes a partir de texto para idear y crear visuales impactantes y seguros para uso comercial, ampliando aún más las capacidades de la compañía para ofrecer exactamente lo que sus clientes buscan.

Para noticias y anuncios de la empresa, visita nuestra sala de prensa ([Newsroom](#)).