



UBA Sociales

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Informe Final

Semiótica de Redes
Cátedra Carlón
Profesora Ana Slimovich

Abadi Lara
Dellatorre Juana
Falcone Joaquín
López Lucía
Otto Paula

Grupo 7
#FútbolFemeninoProfesional
Comisión 22

2019

Nivel de observación diacrónico

El caso de #FútbolFemeninoProfesional se analizó dentro del período de monitoreo que va desde el 21 de Enero de 2019, donde aparece la primera publicación con el hashtag, hasta el 12 de Abril de 2019, cuando Macarena Sánchez, internauta que inaugura el discurso, firma un contrato como futbolista profesional. Si bien el hashtag #FútbolFemeninoProfesional siguió utilizándose y siendo reproducido por internautas profesionales y amateurs, consideramos que al firmarse la profesionalización del fútbol femenino por la Asociación del Fútbol Argentino el 16 de Marzo de 2019 el objetivo principal del movimiento social se consolidó, dando así un cierre a nuestro estudio. Cabe aclarar que el hashtag sigue siendo empleado actualmente en el sistema de redes sociales para acompañar el proceso del primer campeonato de la disciplina, pedir por demandas que van surgiendo y comentar sobre las novedades de la actualidad de los clubes y los partidos.

Incluye un caso de circulación transversal con efecto boomerang, ya que el discurso parte de una internauta amateur dentro del sistema de redes sociales perteneciente a una institución no mediática y asciende hacia el sistema de medios masivos, para luego impactar nuevamente en otra institución no mediática.

Dentro del lapso estudiado se registraron 9 fases y 5 subfases que incluyeron distintos niveles de circulación, cambios de sentido y saltos de escala. Se dieron instancias de circulación horizontal entre internautas de la misma categoría en un mismo sistema, como instancias de circulación vertical tanto ascendente como descendente que indicaron cambios intersistémicos entre medios masivos y redes sociales y, por último, casos de circulación ascendente dentro del mismo sistema, como los momentos cuando internautas de mayor estatuto o medios masivos digitales reprodujeron el discurso.

La temporalidad de las fases registradas en redes sociales como las fases 1, 3 y 8 y las subfases 1.1, 3.1, 3.2, 3.3, 8.1 significaron una mayor extensión temporal que aquellas registradas en medios masivos, como las fases 2, 4, 6, 9 y 10, en donde la información tomada partía de hechos significativos y concretos que una vez mencionados descendían nuevamente a el sistema de redes sociales donde más eco hizo el reclamo del colectivo social.

Los períodos donde se produjeron una mayor cantidad de discursos en reconocimiento dentro de nuestro caso de estudio son los momentos indicados en: la fase 1, en la cual gran cantidad de internautas amateurs y luego profesionales replican el discurso de @Macasanchezj ya que resultaba novedoso dentro de los reclamos conocidos del feminismo; también en la fase 5, a partir del anuncio de la Asociación de Fútbol Argentino que deja constancia de la profesionalización del fútbol femenino en respuesta a los reclamos del colectivo social y por último la fase 7 donde, luego de la contratación de la futbolista Macarena Sánchez por parte del club San Lorenzo, internautas de distintos estatutos celebran y felicitan el logro conseguido.

1.

***Fase 1 “Visibilización del reclamo”**- Circulación horizontal: surge el primer discurso con el hashtag #FutbolFemeninoProfesional por parte de la internauta @Macasanchezj denunciando un comportamiento ilegítimo por parte de la institución U.A.I. Urquiza, y se reproduce entre internautas del mismo estatuto.

***Subfase 1.1 “La importancia de los referentes”**- Circulación horizontal ascendente: el discurso asciende dentro del mismo sistema de redes sociales al ser reproducido por internautas de mayor estatuto y por los principales medios masivos digitales.

***Fase 2 “Un hashtag en los medios tradicionales”**- Circulación vertical ascendente: se produce un salto intersistémico al sistema de medios masivos tradicionales, donde se trata la información acerca de lo ocurrido con el tweet.

***Fase 3 “Conflictos institucionales”**- Circulación vertical descendente: el discurso vuelve al sistema de redes sociales a partir del pronunciamiento en forma de comunicado de la institución U.A.I. Urquiza en sus principales redes sociales y canales digitales en referencia al reclamo de la internauta.

***Subfase 3.1 “El deporte como suceso político”**- Circulación horizontal ascendente: se genera otro cambio de escala dentro del mismo sistema de redes sociales cuando otra internauta profesional (@CFKArgentina) muestra su apoyo replicando el discurso.

***Subfase 3.2 “Las futbolistas salen a la calle”**- Circulación horizontal: internautas de menor estatuto invitan a marchar en una columna en el marco de las marchas durante el #8M bajo la consigna #FútbolFemeninoProfesional produciéndose así la ocupación del espacio público.

***Subfase 3.3 “El #8M sienta las bases”**- Circulación horizontal ascendente: internautas profesionales hacen eco de lo sucedido en la marcha, generando otro cambio de escala.

***Fase 4 “De la institución no mediática a la mediática”**- Circulación vertical ascendente: el discurso asciende al sistema de medios masivos que reportan lo mencionado anteriormente.

***Fase 5 “Victoria de las futbolistas”**- Se da un caso de circulación transversal con efecto boomerang, teniendo el discurso un impacto en la institución organizativa del fútbol argentino.

***Fase 6 “El triunfo se masifica”**- Circulación vertical ascendente: la respuesta de la institución escala al sistema de medios masivos.

***Fase 7 “Vienen aires buenos: Macarena Sánchez, nueva jugadora de San Lorenzo”**- Ocurre otro hecho de circulación transversal con efecto boomerang en donde el discurso, habiendo producido un efecto en la institución organizativa de fútbol argentino, vuelve a impactar en uno de sus clubes afiliados: el Club Atlético San Lorenzo de Almagro.

***Fase 8 “Festejo en las redes”**- Circulación vertical descendente: luego de hacer eco en el sistema de medios masivos tradicionales el hashtag desciende nuevamente al sistema de redes sociales donde se clama por la reacción de la A.F.A.

***Subfase 8.1 “Alegrías compartidas”**- Circulación horizontal ascendente: el hashtag es tomado por internautas profesionales dentro del sistema de redes quienes comentan la respuesta positiva de las instituciones San Lorenzo y la A.F.A..

***Fase 9 “Resultado a la vista”**- Circulación vertical ascendente: el discurso es tomado, una vez más, por el sistema de medios masivos que relatan el accionar de las instituciones mencionadas anteriormente.

***Fase 10 “Fue solo el comienzo”-** Circulación horizontal: es sistema de redes sociales continúa reproduciendo el hashtag por diversos motivos.

Nivel de observación de fases

A continuación haremos un recorte que muestre las fases donde hubo un cambio de sistema mediático. De esta forma no incluiremos aquellas subfases que impliquen un ascenso del discurso dentro del mismo sistema. Por ejemplo cuando un medio digital levanta el discurso, ya que pertenece al mismo sistema de redes sociales y medios de internet.

- **FASE 1 - Visibilización del reclamo:** @Macasanchezj twittea acerca de su desvinculación de la U.A.I. Urquiza el 21 de enero de 2019. La circulación que se da es horizontal porque el hashtag #FútbolFemeninoProfesional se reproduce entre internautas amateurs dentro del mismo sistema de medios (redes sociales). Por ejemplo, tweets de @ser_noguera, @galiaak, etc)

Descripción: El comunicado de Macarena Sánchez (@Macasanchezj) se da en Twitter obteniendo alrededor de 6.000 *retweets* y 15.000 *favoritos* dentro del sistema de redes sociales. Significa la materialización del discurso, donde un discurso generado por una internauta amateur entra en un proceso de circulación hipermediática.

- **FASE 2 - Un hashtag en los medios tradicionales:** Se produce un ascenso de la noticia al sistema de medios masivos tradicionales (por ejemplo, el 24 de enero en la radio FM. La Uni, o el 26 de enero en el canal de televisión C5N), lo que significa un salto hipermediático obteniendo alcanzar una mayor cantidad de audiencia. Se produce un cambio de sentido ya que alcanza mayor repercusión, cobrando más relevancia al salir de la circulación intrasistémica en redes sociales.

Descripción: el sistema de medios tradicionales incorpora el hashtag #FútbolFemeninoProfesional en su agenda. Macarena Sánchez es invitada al programa “Nos Vemos” de C5N, conducido por Antonio Fernández Llorente y Carla Rebello en el horario del mediodía. Además da una entrevista en radio FM 91.7 La Uni en el programa “De Diez”.

- **FASE 3 - Conflictos institucionales:** Se da un nuevo descenso al sistema de redes sociales a partir del comunicado de U.A.I. Urquiza, el cual advierte un procesamiento de repudio frente a la llegada de información negativa: reconocen el reclamo de la jugadora y las amenazas sufridas por ella, pero desmienten los hechos denunciados en su tweet.

Descripción: en su página web oficial (www.uaiurquiza.com) y en su cuenta de Twitter (@clubuaiurquiza) la institución emite un comunicado firmado por su vicepresidente primero, Ricardo Pinela. Esto significa el regreso del discurso al sistema de redes sociales, generando una circulación hasta el momento ascendente-descendente.

- **FASE 4 - De la institución no mediática a la mediática:** Se produce un salto intersistémico donde los medios masivos levantan lo ocurrido.

Descripción: luego de distintos hechos, como la reunión de la jugadora con Cristina Fernández de Kirchner (@CFKArgentina) y de la consigna de una columna en el marco de la marcha del día 8 de marzo (subfase 3.2), el conflicto adquiere mayor relevancia. Estos hechos incrementan su visibilidad y es por eso que los medios masivos tradicionales vuelven a retomar el discurso. Esto se ve en la invitación a Macarena Sánchez al programa de radio “La Pizarra” de la AM 750 conducido por Alfredo Serrano Mancilla el 9 de marzo de 2019.

→ **FASE 5 - Victoria de las futbolistas:** La A.F.A. anuncia la profesionalización de los primeros contratos para mujeres futbolistas. De esta forma se lleva a cabo una circulación de efecto boomerang: de adentro hacia afuera, en el momento en el cual la institución U.A.I. Urquiza -club afiliado a otra institución mayor, A.F.A.- termina el contrato de Macarena Sánchez; hacia arriba, con toda la repercusión que se le dio al despido tanto en el sistema mediático de redes sociales como en el de medios masivos tradicionales; y hacia adentro nuevamente, con la decisión de la institución de origen, A.F.A., de profesionalizar el fútbol femenino. El 16 de marzo de 2019 la A.F.A. lleva a cabo una conferencia de prensa a cargo de su presidente Claudio Tapia para anunciar la decisión.

Descripción: la profesionalización del fútbol femenino evidencia el proceso de “efecto boomerang”. El proceso de circulación inició en una institución no mediática, pasó por el sistema de redes sociales, luego por el sistema de medios masivos y volvió a repercutir en la institución de origen, es decir la A.F.A y en consecuencia sus clubes afiliados.

→ **FASE 6 - El triunfo se masifica:** Los medios masivos tradicionales reproducen el evento institucional lo que significa un cambio de dirección desde una institución no mediática de vuelta al sistema de los medios masivos.

Descripción: programas de televisión como “TN y La Gente” informan sobre la profesionalización de la disciplina.

→ **FASE 7 - Vienen aires buenos: Macarena Sánchez, nueva jugadora de San Lorenzo:** El 12 de abril de 2019 San Lorenzo (otra de las instituciones afiliadas a la A.F.A.) contrata a Macarena Sánchez como futbolista profesional del plantel.

Descripción: se lleva a cabo la firma de contratos en el Club San Lorenzo de Almagro, generando un nuevo impacto en una institución no mediática.

→ **FASE 8 - Festejo en las redes:** El discurso desciende una vez más al sistema mediático de las redes sociales, donde gira en torno a la contratación de Sánchez.

Descripción: internautas amateurs y profesionales felicitan tanto a Macarena como a todas las jugadoras por el logro de la profesionalización bajo el hashtag #FútbolFemeninoProfesional. Por ejemplo:

“@TodoGol2018: ¡¡Las futbolistas de #SanLorenzo firmaron sus primeros contratos como profesionales!! El #FútbolFemeninoProfesional ya es realidad y El Ciclón da el

primer paso. Eliana Medina, la capitana, y Maca Sánchez, flamante refuerzo, hablaron en conferencia. #VamosLasPibas” (internauta amateur)

“@SC_ESPN: #Video Maca Sánchez, una de las primera en luchar por el hashtag #FútbolFemeninoProfesional, habló y resaltó su completa felicidad tras firmar su contrato con San Lorenzo “ (cuenta verificada del noticiero de deportes SportsCenter de la cadena E.S.P.N., internauta profesional).

→ **FASE 9 - Resultado a la vista:** La información de la contratación asciende al sistema de medios masivos en otro salto intersistémico.

Descripción: medios deportivos como el canal T.yC. Sports en su programa “#NoTodoPasa” reportan lo sucedido.

→ **FASE 10 - Fue solo el comienzo:** El discurso termina por instalarse en el sistema de redes sociales donde continúa reproduciéndose bajo el hashtag #FútbolFemeninoProfesional, en otro caso de circulación horizontal.

Descripción: internautas tanto profesionales como amateurs continúan utilizando el hashtag para referirse a temas de relevancia dentro del mundo del fútbol femenino.

Nivel de observación micro

Fase 1 “Visibilización del reclamo”

El estatuto de la enunciativa @Macasanchezj es de internauta amateur. A diferencia de sus anteriores tweets, este rompe con la cantidad de interacciones que había tenido anteriormente. Con 15,1K likes se empieza a conformar un colectivo social bajo el hashtag #FútbolFemeninoProfesional.

Subfase 1.1 “La importancia de los referentes”

Internautas amateurs y profesionales reproducen el hashtag.

Ejemplos: @belenpotassa, futbolista de la selección argentina, utiliza el hashtag para sumarse al reclamo lo que implica una demanda dentro del ambiente del fútbol femenino argentino, presionando a las instituciones involucradas (208 likes).

Fase 2 “Un hashtag en los medios tradicionales”

El discurso asciende al sistema de medios masivos. Algunos ejemplos son la Radio FM. La Uni y C5N, siendo medios que se caracterizan por visibilizar reclamos populares que no suelen aparecer en otros medios tradicionales.

Fase 3 “Conflictos institucionales”

La institución no mediática @clubuairquiza, enunciatador profesional con cuenta verificada, responde y emite un comunicado en represalia a la internauta @macasanchezj. A su vez, internautas amateurs responden a la misma de una forma negativa, criticando la postura de la institución (ejemplo: @IvanaChini: “sacarla del equipo cuando el mercado de pases ya estaba cerrado es prácticamente echarla”).

Subfase 3.1 “El deporte como suceso político”

Se da un cambio de escala dentro del sistema de redes sociales cuando la internauta profesional @CFKArgentina twittea sobre el caso alcanzando los 4K RT y 23K likes. A su vez aparecen respuestas de internautas amateurs tanto positivas, por ejemplo "@moodyuli: cuando creí que no podía amarte más" como negativas: "@diegoshaw1891: ojo Maca que si te cuidas te afana los anillos y si te descuidas, los dedos."

Subfase 3.2 "Las futbolistas salen a la calle"

Cuentas de internautas profesionales como @futfemprof o @riverfeminista invitan a la marcha del #8M bajo la columna #FútbolFemeninoProfesional. Internautas amateurs de menor estatuto se hacen eco de la convocatoria a ocupar el espacio urbano como @pickandrollera: "¿vieron que hay convocatoria para ir al 8M con camisetas de fútbol para bancar el #FútbolFemeninoProfesional?". El colectivo a su vez aumenta sus reclamos bajo la consigna expuesta por @FutFemProf: "por un fútbol femenino profesional, feminista y disidente".

Subfase 3.3 "El #8M sienta las bases"

Otro cambio de escala se da dentro del sistema de redes sociales cuando internautas profesionales como @vikidonda y @angelalarena se expresan sobre lo sucedido en la marcha del 8 de marzo. Estos tweets reciben interacciones positivas como: @yamicasmartinez: "gracias @macasanchezj por ser la voz de todas, comparto un recuerdo de este 8M (foto adjunta)"

Fase 4 "De la institución no mediática a la mediática"

El discurso asciende al sistema de medios masivos, donde se replica lo ocurrido en la marcha del 8 de marzo. A su vez, el reclamo del fútbol femenino profesional se vuelve a instalar en la agenda mediática y Macarena Sánchez, ya con estatuto de enunciadora profesional, es invitada al programa de radio "La Pizarra" de la radio AM. 750, donde se tratan los reclamos del colectivo formado por las futbolistas argentinas.

Fase 5 "Victoria de las futbolistas"

La A.F.A. profesionaliza los primeros contratos a futbolistas mujeres lo cual significa la parcial consecución del objetivo del colectivo social conformado bajo el hashtag #FútbolFemeninoProfesional. El proceso de circulación de este discurso, al haberse instalado en la agenda mediática y en la discusión constante de las redes sociales, adquirió la relevancia necesaria como para incidir en una institución no mediática.

Fase 6 "El triunfo se masifica"

Al ser legitimado por la institución madre del fútbol argentino, el discurso, apareciendo en nuevos programas de televisión como "TN y la gente", es captado por audiencias no necesariamente relacionadas al consumo de noticias íntegramente deportivas. Su público se vuelve cada vez más amplio y heterogéneo.

Fase 7 "Vienen aires buenos: Macarena Sánchez, nueva jugadora de San Lorenzo".

Nuevamente se genera un impacto en una institución no mediática, en este caso el club San Lorenzo, mostrando otro logro del colectivo cada vez más holgado que alcanza, aparte de la profesionalización, la inserción de jugadoras al club, traspasando el objetivo inicial.

Fase 8 “Festejo en las redes”

Internautas profesionales y amateurs celebran la contratación de Macarena Sánchez por parte de San Lorenzo. Cuentas de Twitter de medios masivos tradicionales como @telefenoticias y @SC_ESPN anuncian lo sucedido, mientras los seguidores de estos medios comentan en contra del club y del contrato. Por otro lado, la cuenta del medio masivo digital mexicano SoyReferee @SoyReferee, referida a noticias deportivas únicamente, relata lo sucedido y recibe comentarios positivos.

Fase 9 “Resultado a la vista”

La información de la contratación es incorporada en el sistema de medios masivos. “#NoTodoPasa”, programa de T.yC. Sports que acostumbraba exclusivamente a tratar noticias sobre fútbol masculino, anuncia la noticia y ocupa algo más que un bloque para discutirla, lo que significa un logro para el colectivo que consigue penetrar dentro de un mundo gobernado por las masculinidades.

Fase 10 “Fue solo el comienzo”

Si bien el colectivo logró su objetivo inicial, el hashtag #FútbolFemeninoProfesional se sigue utilizando para articular otros reclamos con respecto al fútbol femenino. Su público se masifica con el paso del tiempo, y ya no se encuentra en discusión por parte de los internautas la legitimidad del reclamo.

Nivel espacial

1- Enunciadores presentes en el momento de origen:

- Macarena Sánchez (@macasanchezj) (IA)
- Ángela Lerena (@Angelalerena), Belén Potassa (@Belenpotassa) y Camila Gómez Ares (@CamuGomezAres) (INDP)
- @ser_noguera y @galiaak (IA)
- clarin.com, lanacion.com y laizquierdadiario.com (MMD)
- infobae.com (MD)

2- Enunciadores que se agregan, por fase:

- Fase 2: Radio FM 91.7 La Uni y C5N (MM)
- Fase 3: U.A.I. Urquiza (I)
 - Subfase3.1: Cristina Fernández de Kirchner (@CFKArgentina) (INDP)
 - Subfase3.2: @futfemprof y @riverfeminista (IP); columna #FútbolFemeninoProfesional de la marcha del 8 de marzo #8M (CM)
- Fase 4: Radio AM. 750 - “La Pizarra” (MM)
- Fase 5: A.F.A. (I); U.A.I. Urquiza (I)
- Fase 6: no se incorpora ningún enunciador
- Fase 7: Club Atlético San Lorenzo de Almagro (I)
- Fase 8: Macarena Sánchez (@Macasanchezj) (INDP) y cuentas de la institución Club Atlético San Lorenzo de Almagro (@sanlorenzo) (INDP)

- Fase 9: T.yC. Sports (MM)

Enunciadores que dejaron de producir:

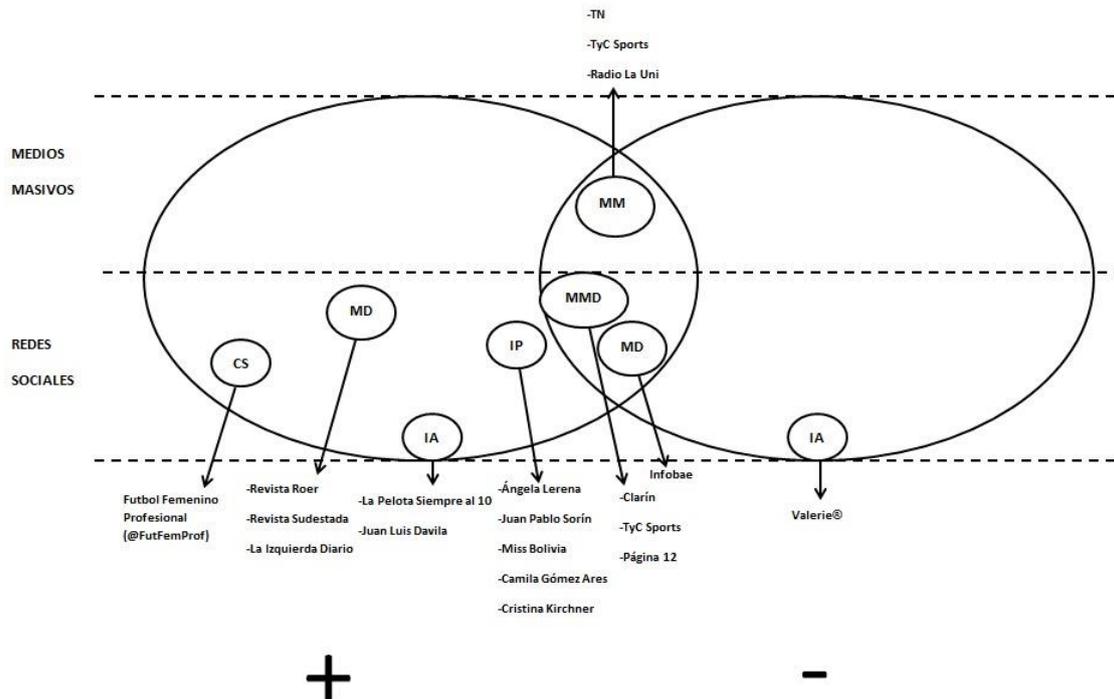
- U.A.I. Urquiza (I)
- Cristina Fernández de Kirchner (@CFKArgentina) (INDP)
- @ser_noguera y @galiaak (IA)

3- Macarena Sánchez (@Macasanchezj) cambia de estatuto, de IA a INDP, a partir de la visibilización del conflicto y su consiguiente resolución, con la profesionalización del fútbol argentino y su vinculación al Club Atlético San Lorenzo de Almagro. Se transforma en una figura mediática reconocida con repercusión en redes sociales además de realizarse la verificación de sus cuentas de Twitter e Instagram.

Para el análisis espacial tomamos como hito de referencia lo sucedido durante la Fase 7, donde el Club San Lorenzo se convierte en el primer club de primera división argentina en firmar contratos de fútbol femenino, entre ellos, el de Macarena Sánchez. En ambos gráficos se muestra, del lado izquierdo, a aquellos enunciadores que apoyan a Macarena Sánchez en su reclamo por la profesionalización en un principio (Gráfico 1) y en su consecuente contratación (Gráfico 2); del lado derecho se muestra a quienes se posicionan en contra del reclamo.

❖ Gráfico 1:

La valoración en un principio es mayoritariamente positiva. Medios digitales (MD) como la **Revista Roer**, **La Izquierda Diario** y la **Revista Sudestada** se refirieron a Macarena Sánchez como “alguien que se puso al hombro una lucha que ya empezó a ganar” o a la conquista puntualmente como “una lucha colectiva de muchas, de tanto tiempo”. También manifestaron su apoyo individuos de estatuto profesional (IP) como **Ángela Lerena**, quien no solo felicitó a la jugadora al momento de la profesionalización, sino que también advirtió que “El anuncio del #FútbolFemeninoProfesional debe ser solo el comienzo. Hay que llegar a todo el país. Hay que garantizar infraestructura, ropa para entrenar y jugar, salud y además salario, para todas. Estaremos acompañando. Aunque falte mucho aún, es un día muy feliz.”. Además se sumó el apoyo de otros enunciadores



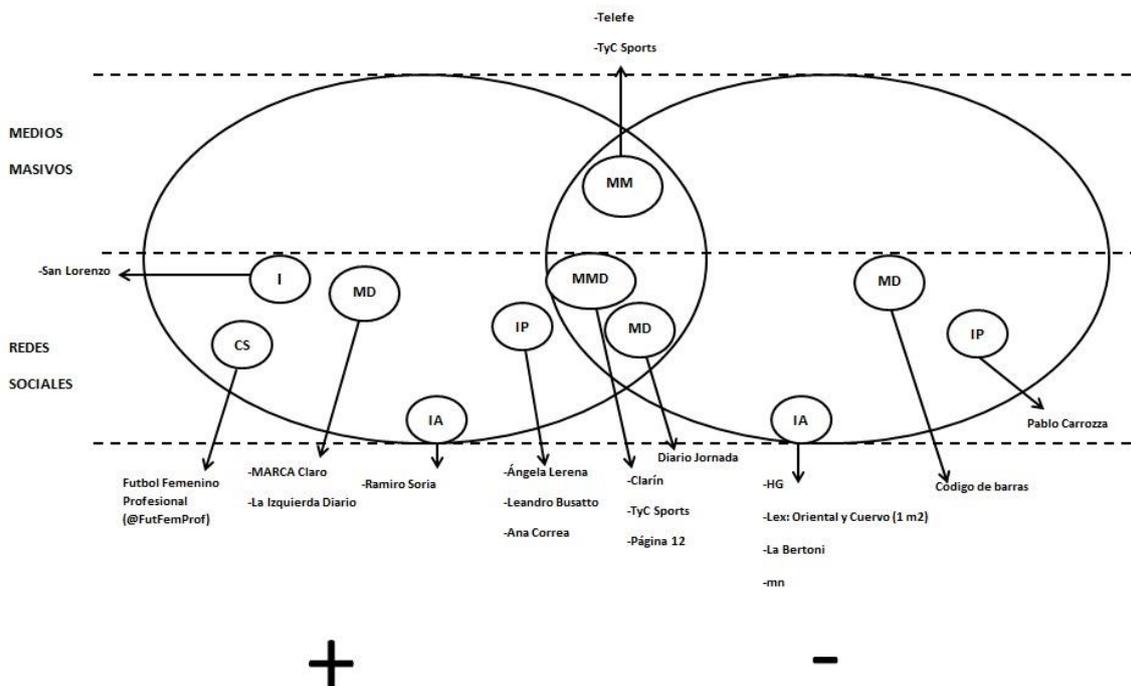
profesionales como **Juan Pablo Sorín**, **Cristina Kirchner**, **Miss Bolivia** y **Camila Gómez Ares**.

Por su parte, medios masivos, tanto en su versión digital (MMD) -por ejemplo, **Página12**, **Clarín** y **T.yC. Sports**- como en su versión tradicional (MM) como **TN**, **Radio La Uni** y **T.yC. Sports** (en su edición televisada) se limitaron a informar sobre el caso posicionándose así de manera neutral. También se agrega el medio digital (MD) **Infobae**.

En cuanto a los enunciadores amateurs, a pesar de que en su mayoría se posicionaron de forma positiva, como quienes retomamos a forma de ejemplo como **Juan Luis Dávila** y **La Pelota Siempre al 10**, manifestaron ser “pro #FútbolFemeninoProfesional” o que “hubo cambios, apareció la batalla de @Macasanchezj [...] pero aún falta muchísimo”. Se observa que la única posición negativa de esta instancia fue de parte de **Valerie®**, quien opinó en su cuenta personal de Twitter que “son todas feministas pañuelo verde,. van a terminar metiendo travestis que se auto perciben mujer y el fútbol de minitas poco a poco se irá transformando en fulbito trans”.

❖ Gráfico 2:

Aparecen enunciadores que no habían emitido ningún tipo de discurso sobre el caso, como **San Lorenzo** (institución no mediática) el cual en sus redes anunció la contratación de la futbolista como “otro día histórico”, manifestando su postura positiva



y adjuntando un link que remite a la conferencia de prensa de Macarena Sánchez junto a Matías Lammens, presidente del club.

También mantiene su posición positiva **Ángela Lerena**, quien retomó su tweet previo a la profesionalización luego de casi un mes a modo de “hilo” para comentar que se sentía “Feliz de contarles que @Macasanchezj, la jugadora que dio el último impulso al fútbol femenino profesional, firmará mañana contrato con @SanLorenzo. Será en el estadio, a las 15, junto a otras 11 futbolistas. ¡Maca vuelve a jugar! ¡Ahora, como profesional!”, un día antes de el hito en cuestión. Junto a ella también encontramos a otros enunciadores profesionales como **Ana Correa** y **Leandro Busatto**, quienes no figuraban anteriormente, “celebrando el reconocimiento profesional de las jugadoras”.

En cuanto a enunciadores amateurs posicionados positivamente, los citados en la etapa anterior no emitieron ningún tipo de discurso relacionado a la firma de contrato, pero lo contrario ocurrió con nuevos individuos como por ejemplo **Ramiro Soria**, quien ante el hecho comentó que “los años de lucha empiezan a dar frutos”.

Por su parte, las valoraciones neutrales se siguen correspondiendo con los medios digitales y los medios masivos digitales dentro del sistema de redes sociales y con los medios masivos tradicionales en el sistema homónimo. Los enunciadores pueden variar como la aparición de **Telefé** (MM) o de **Diario Jornada** (MD), pero en términos generales siguen siendo los mismos que en la etapa previa con una intención meramente informativa.

El cambio principal se da en cuanto a los enunciadores que se posicionan de forma negativa, los cuales aumentan significativamente en comparación al momento anterior al anuncio. También se destaca en este sentido el hecho de que ya no se trata solo de enunciadores amateurs (los cuales se multiplican, ya que ahora encontramos nuevos individuos como **HG**, **La Bertoni**, **mn** y **Lex: Oriental y Cuervo (1 m2)**, quienes muestran su indignación con discursos como “que lindo sábado para ir a ver a Maca Sánchez y sus amigas no dar 2 pases seguidos y cobrarle un sueldo al club como si fuesen profesionales” o “Fue todo un círculo mediático. Macarena Sánchez es K al igual

q el forro inútil de Lammens”), sino que también muestran su descontento individuos profesionales (IP) y medios digitales (MD). En el primer caso podemos encontrar al periodista deportivo **Pablo Carrozza**, quien criticó en numerosas ocasiones a la jugadora por su firma con el club con tweets como “CASLA está fundido, le debe a los empleados, no tiene DT y pierde todo lo que juega. Pero hay que reconocer que le hizo contrato profesional a Maca Sánchez, una chica a la que todavía no la vimos patear un córner y entre las 23 que van al mundial tampoco aparece.”. Además, el periodista también forma parte del programa radial emitido por internet **Código de Barras**, en el cual durante una editorial expresó "Si esta jovencita Sánchez quiso ser profesional, ahora que empiece a bancarse las críticas del periodismo, como se las banca Centurión, Pablo Pérez o todos los profesionales", sumando así a los medios digitales en las posturas negativas.

Conclusiones

Las transformaciones que observamos durante el lapso entre nuestro primer corpus (tweet de @Macasanchezj el 21/01 denunciando a la institución U.A.I. Urquiza) y la última fase (internautas profesionales y amateurs utilizando el hashtag para agrupar diversos temas vinculados al fútbol femenino) son, primero y principal, la profesionalización del fútbol femenino, con su consiguiente desarrollo e inclusión en la agenda mediática a través de transmisiones de partidos en directo y programas de análisis. En segundo lugar, el creciente interés del público no habituado al fútbol femenino y la concientización de las condiciones invisibilizadas en las que se encontraba la disciplina. Finalmente, observamos que la internauta amateur (Macarena Sánchez) que inició este movimiento rápidamente se transformó en una figura trascendental en el mundo del deporte femenino, otorgándole el estatus de internauta profesional -con cuenta verificada en sus redes sociales-.

La principal enunciadora mantiene su línea de reclamo a lo largo de todas las fases, mientras que la articula con reclamos políticos y sociales propios del movimiento feminista, por ejemplo al insertar la consigna #FútbolFemeninoProfesional en la marcha del #8M, o utilizar la bandera del orgullo en apoyo a la lucha LGBTQ+. A su vez el movimiento rompe con el sentido común de la comunicación institucional de los clubes del fútbol argentino al conseguir un lugar habitual en sus agendas de redes sociales, en las cuales se comienzan a anunciar de forma equilibrada e igualitaria noticias de fútbol masculino y femenino.

El reclamo penetra en un mundo deportivo históricamente relegado a las mujeres.

En cuanto a la especificidad del discurso en cada sistema mediático, percibimos que en el sistema de redes sociales la discusión prevalecía por tiempos más prolongados, mientras que en su ascenso al sistema de medios masivos tradicionales resultaba más breve y como consecuencia de hechos específicos. Otra distinción que realizamos es que la discusión que se da en el sistema de redes sociales es propensa a la crítica constante e indiscriminada por internautas amateurs expresando pasiones subjetivas, a diferencia de en el sistema de medios masivos, donde siempre se presentó apoyo al discurso de una manera distante, objetiva e informativa.

En referencia al discurso político, como mencionamos anteriormente, el debate en el sistema de redes sociales se rige por adhesiones emotivas y rechazos sin argumentos

lógicos. Por el lado de lo artístico vemos que se utilizan operaciones propias del mundo artístico que pasan a ser implementadas por parte del colectivo en redes sociales, por ejemplo fotos editadas en forma de collage o la utilización de pancartas y graffitis en el marco de la ocupación del espacio urbano.

Por último, en relación a lo risible identificamos la elaboración de distintos memes y material humorístico utilizados tanto a favor como en contra de los objetivos del colectivo, como por ejemplo cuando Macarena Sánchez interpreta humorísticamente un tweet que la toma como punto de burla al acusarla de no saber sacar un lateral y lo publica en sus redes sociales.