



VÍCTOR PÉREZ BÉJAR  
Universidad de Córdoba  
vpbejar@uco.es

JOSÉ GARCÍA PÉREZ  
Universidad de Sevilla – Vrije Universiteit Brussel  
jgarciap@us.es

## DEPORTISTAS PROFESIONALES EN SU DISCURSO: UNA APROXIMACIÓN DE GÉNERO

**Resumen.** En este trabajo analizamos 29 entrevistas orales (entrevistas y ruedas de prensa) de hombres y mujeres capitanes de la Selección española en cinco deportes distintos: fútbol, baloncesto, balonmano, *rugby* y *hockey* sobre hierba. Debido al auge del deporte femenino profesional y de alto nivel en los últimos años, surge la pregunta de investigación de si los deportistas de ambos sexos gestionan a través de su discurso formas distintas de liderazgo en su desempeño como atletas de élite y si el tipo de liderazgo gestionado confirman las tendencias generales en el discurso de líderes hombres y mujeres. Centrándonos en aquellos recursos lingüísticos que tienen una repercusión directa en la gestión del rol de capitán, trataremos de determinar cuál es el estilo discursivo de hombres y mujeres en esta posición, si existen diferencias relevantes entre ambos sexos y si el rol de género resulta determinante en la construcción discursiva o influyen también otros factores como el papel desempeñado dentro del equipo o el tipo de deporte. La investigación se realiza dentro del ámbito del Análisis del Discurso desde un enfoque pragmalingüístico que tiene en cuenta el carácter poliédrico del texto. Desde este modelo de análisis, se podrán identificar los elementos formales que influyen en la construcción del discurso y determinar con precisión su funcionamiento tanto en la formación de la macroestructura discursiva como en su capacidad de gestionar una determinada imagen en la comunicación pública.

**Palabras clave:** discurso deportivo, liderazgo, Análisis del Discurso, Pragmática, estudios de género

**Abstract.** In this paper, 29 oral interviews (both interviews and press conferences) with man and woman captains of Spanish National Team of five different sports (football, basketball, handball, rugby, and field hockey) are analysed. As interest in female professional sport has been increased recently, our investigation aims to consider if male and female athletes manage, through their speeches, their athlete and captain images in different ways as it is occurred in woman and man leader's speeches in general. We are focused on the linguistic strategies which are produced to shape the role of captain in order to check how men and women use them, if there are significant differences between man and woman speeches, and if the gender determines the discursive construction or if there are other conditions like how they perceive their relationship with the team. Thus, our research is embedded within Discourse Analysis from a pragmatic perspective, which allows a complete comprehension of the text. From this method of analysis, we can identify which language resources are involved in the construction of a text, and how

they work in both the formation of macrostructure and the configuration of a face in the public communication.

**Keywords:** sports discourse, leadership, Discourse Analysis, Pragmatics, Gender studies

## 1. Introducción<sup>1</sup>

El deporte femenino ha recibido una gran atención en los últimos años, quizás debido a la profesionalización de más mujeres en diversos ámbitos deportivos, a la cosecha de éxitos de las deportistas en muy diversas competiciones de carácter internacional o al mayor posicionamiento de la mujer en sectores sociales ocupados tradicional y principalmente por hombres. A pesar de aún contar con la etiqueta especificadora de “femenino” (etiqueta que no suele aparecer en la vertiente deportiva “masculina”), se ha ido palpando el crecimiento de esta vertiente deportiva, sobre todo, por la repercusión que este ha tenido en los medios de comunicación. La investigación de Barbero González<sup>2</sup> muestra, por ejemplo, una relación entre el grado de repercusión informativa en el diario *ABC* y el número de medallas conseguidas por mujeres en los Juegos Olímpicos desde el año 1924. Desde las primeras medallas conseguidas en Barcelona 1992 hasta Río 2016 el autor detecta un crecimiento de la atención mediática de las deportistas y concluye que esta se dispara en Londres 2012 (a casi el doble de porcentaje con respecto al año anterior) y vuelve a crecer en Río 2016<sup>3</sup>. Asimismo, en las estadísticas de 2020<sup>4</sup> sobre deporte federado en España se puede observar un aumento progresivo del número de deportistas mujeres de alto nivel desde el año 2009, aunque, en relación con los hombres, solo constituyen un 37,9 % del total.

Este aumento de la presencia del deporte femenino en sociedad y el contexto de competición deportiva de alto nivel ha propiciado la apari-

---

<sup>1</sup> Este trabajo se enmarca dentro del proyecto de investigación “Liderazgo femenino: estrategias comunicativas y proyección de imagen” (US-1263310), financiado por la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía.

<sup>2</sup> M. Á. Barbero González, *Los Juegos Olímpicos de Río 2016: la explosión del deporte femenino español en el diario ABC*, “Citius, Altius, Fortius”, 10(1), 2017, pp. 39-50.

<https://doi.org/10.15366/citius2017.10.1.003>

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 45.

<sup>4</sup> Ministerio de Cultura y Deporte, *2020 Estadística de deporte federado*, Ministerio de Cultura y Deporte, Madrid 2021.

<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:6b7e9a1a-e3e5-4b45-8ae5-6f187b50235f/estadistica-de-deporte-federado.pdf>

ción y desarrollo de mujeres líderes que se han constituido en referentes dentro de su ámbito. Ya sea por la obtención de títulos y medallas, o por capitanear equipos, muchas mujeres proyectan una imagen de liderazgo bien constituida para responder a las exigencias de la competición deportiva o para dirigir a los compañeros de su grupo en la obtención de mejores resultados. Este liderazgo no solo se muestra en las acciones de las propias deportistas a la hora de desempeñar su actividad, sino también en el discurso que dirigen a la sociedad general, y a los medios de comunicación en particular. El interés de la lingüística y, más concretamente, del análisis del discurso, se centra, principalmente, en este punto, que constituye la pregunta y objetivo de investigación de este trabajo: cómo proyectan las mujeres deportistas su imagen de líder a través de su discurso, qué recursos utilizan para gestionar este rol y si se da alguna diferencia con el de los hombres dentro de su mismo ámbito. En este trabajo nos fijaremos únicamente en la figura del capitán en deportes de equipo, ya que en estos contextos la gestión discursiva del liderazgo tiende a potenciarse por la labor que adquiere este rol en la organización de un grupo de personas. Concretamente, nos centraremos en los discursos creados por los capitanes de la Selección Española de varios deportes por constituir un caso representativo del liderazgo desempeñado por ellos y por poseer una mayor repercusión mediática, en general, que en los equipos locales. Esto último, además, se traduce en una mayor disponibilidad de material para la investigación. Los deportes de los que se han recogido muestras de intervenciones de los capitanes son el fútbol, el baloncesto, el balonmano, el *rugby* y el *hockey* sobre hierba.

Para desarrollar este trabajo y mostrar los resultados del análisis, en primer lugar, describiremos las herramientas teóricas utilizadas y posicionaremos este trabajo en las corrientes de investigación en las que se inserta. En esta primera parte, además, tendremos en cuenta las investigaciones que se han llevado a cabo sobre discurso deportivo dentro del ámbito hispánico. Seguidamente, se describirá el corpus empleado en el análisis y se comentarán sus principales características. En la parte central del trabajo, se enumerarán y analizarán todos los recursos encontrados relacionados con la proyección de la imagen de líder/capitán de un equipo y se tratarán de detectar las diferencias y similitudes entre hombres y mujeres en su uso. Finalmente, se expondrán las conclusiones del trabajo.

Nuestra hiṕtesis de partida es que ś es posible encontrar diferencias cualitativas y cuantitativas en el discurso de hombres y mujeres capitanes que gestionan el mismo rol de liderazgo y, al mismo tiempo, que el uso de recursos lingüísticos no depende del papel desempeñado dentro del equipo, sino que pueden apreciarse diferencias que dependen o se ven influidas por el género de los emisores. En el análisis, también se tendrán en cuenta otras variables como factores individuales de la personalidad o biografía de los capitanes analizados o el grado de repercusión mediática de los deportes en los que desempeñan su actividad profesional.

## **2. Aproximación al discurso deportivo con perspectiva de género: herramientas de análisis y estudios previos**

Son dos los principales ejes teóricos de referencia en nuestro análisis. Por un lado, contaremos con las herramientas que ofrece la corriente del Análisis del Discurso, que ofrece diversos mecanismos de estudio para analizar el material lingüístico usado en la construcción de los textos. Dentro de ellos, tendremos en cuenta aquellas investigaciones que se han centrado en la caracterización formal del discurso de las mujeres. Por otro lado, serán de especial relevancia en nuestro análisis las teorías sobre la imagen social y la actividad de imagen realizadas a través del discurso. Esta actividad de imagen nos permitirá entender cómo se desarrolla el rol de capitán por hombres y mujeres, y permitirá discernir las diferencias que existen entre ellos. Además, se revisarán otros estudios sobre el discurso deportivo para conocer los enfoques adoptados desde la lingüística en este ámbito.

### *2.1. Los estudios del discurso con una perspectiva de género*

El análisis del discurso es una disciplina que integra a todas aquellas investigaciones cuyo principal objeto de estudio es el discurso. Este puede ser analizado desde muy diversos puntos de vista que generan diversas subdisciplinas de análisis centradas en diferentes aspectos de este. Por un lado, están aquellos considerados más puramente lingüísticos que indagan en los componentes formales del discurso y tratan de entender su organización interna, su funcionamiento discursivo o los tipos textuales que se generan. Ejemplo de ello son los trabajos de

van Dijk<sup>5</sup>, Adam<sup>6</sup>, Fuentes Rodríguez<sup>7</sup> o de Roulet, Fillietaz y Grobet<sup>8</sup>. Por otro lado, otra de las vertientes más comunes de estudios del discurso es aquella que atiende a la relación de este con el contexto social en el que se inserta y que lo percibe como una actividad histórica y humana. En esta vertiente destacan los estudios del Análisis Crítico del Discurso, perspectiva que van Dijk<sup>9</sup> describe como “un tipo de investigación que se centra en el análisis discursivo y estudia, principalmente, la forma en la que el abuso de poder y la desigualdad social se representan, reproducen, legitiman y resisten en el texto y el habla en contextos sociales y políticos”<sup>10</sup>. A pesar de que ambas perspectivas poseen una orientación claramente diferenciada, poseen puntos de encuentro que no se pueden disociar. Las perspectivas más puramente lingüísticas suelen necesitar de componentes contextuales y sociales para dar explicación a la relación entre las unidades de los textos o para entender la construcción de ciertos tipos textuales que se generan en situaciones comunicativas concretas; la perspectiva más social necesita de las herramientas de la lingüística textual para entender el funcionamiento de los componentes formales del discurso sin los cuales no podría explicarse cómo estos pueden afectar directamente al contexto social en el que se utilizan.

Estas dos formas de ver el discurso, además, coinciden con las dos vertientes principales que describe Bucholtz<sup>11</sup> dentro de los estudios de discurso y género. La vertiente puramente lingüística tiende a buscar las características formales y estrategias lingüísticas en la construcción del texto que usan mujeres y hombres en contextos determinados: conversaciones coloquiales, discurso político, discurso mediático, discurso

---

<sup>5</sup> Cfr. T. A. van Dijk, *La ciencia del texto* (1978, Barcelona), Paidós, Barcelona 1992.

<sup>6</sup> Cfr. J. M. Adam, *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*, Nathan, Paris 2004.

<sup>7</sup> Cfr. C. Fuentes Rodríguez, *Lingüística pragmática y análisis del discurso* (2000, Madrid), Arco Libros, Madrid 2017.

<sup>8</sup> Cfr. E. Roulet, L. Fillietaz y A. Grobet, con la colaboración de Marcel Burger, *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours*, Peter Lang, Bern et al. 2001.

<sup>9</sup> T. A. van Dijk, *Análisis Crítico del Discurso*, en “Revista Austral de Ciencias Sociales”, 30, 2016, pp. 203-222.

<sup>10</sup> *Ibid.*, p. 204.

<sup>11</sup> M. Bucholtz, *Theories of Discourse as Theories of Gender: Discourse Analysis in Language and Gender Studies*, en J. Holmes y M. Meyerhoff (eds.) *The Handbook of Language and Gender*. Blackwell, Malden, MA 2003, pp. 43-68.

empresarial... En estudios como el de Brenes Peña<sup>12</sup> sobre el discurso de mujeres directivas en el ámbito empresarial se concluye que ellas sí poseen rasgos y estrategias lingüísticas que son comunes dentro de su propio sexo. La construcción del discurso apoyada en el uso de elementos que potencian la colaboración con el receptor y en aquellos que refuerzan la fluidez de la conversación es una característica recurrente en mujeres y se suele incluir como característica habitual dentro del llamado *liderazgo transformacional*<sup>13</sup>, asociado comúnmente a este sexo<sup>14</sup>. Sin embargo, no siempre se encuentra que el sexo del locutor sea determinante en todos los ámbitos. En diversas investigaciones llevadas a cabo por Fuentes Rodríguez<sup>15</sup>, Brenes Peña<sup>16</sup> o González Sanz y Pérez Béjar<sup>17</sup> sobre el discurso parlamentario de mujeres y hombres apenas presentan diferencias en el uso de recursos y estrategias. Los elementos y estrategias discursivos, por el contrario, quedan por lo general determinadas por el tipo de rol en el parlamento que desempeña el locutor, ya sea dentro del gobierno o de la oposición.

Los estudios de discurso y género que parten de la perspectiva social suelen centrarse en una relación más directa entre la actividad

---

<sup>12</sup> E. Brenes Peña, *Mujeres directivas: estrategias argumentativas y actividades de gestión de la imagen social*, en "Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación (CLAC)", 86, 2021, pp. 93-110.

<sup>13</sup> Bass y Riggio describen a los líderes transformacionales como aquellos que "help followers grow and develop into leaders by responding to individual followers' needs by empowering them and by aligning the objectives and goals of the individual followers, the leader, the group, and the larger organization". B. M. Bass y R. E. Riggio, *Transformational leadership*, Lawrence Earlbaum Associates, New Jersey 2006 (*Introduction*).

<sup>14</sup> Cfr. A. Eagly, M. Johannesen-Schmidt y M. Engen, *Transformational, transactional, and laissez-faire leadership styles: A meta-analysis comparing women and men*, en "Psychological Bulletin", 129, 2003, pp. 569-591; R. Rodríguez-Díaz, R. Jiménez-Cortés y A. Rebollo Catalán, *Gestión y liderazgo empresarial con perspectiva de género. Voces y experiencias*, en "Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia", 11, 2016, pp. 329-350.

<sup>15</sup> C. Fuentes Rodríguez, *Intensification, identity and gender in the Andalusian Parliament*, en C. Fuentes Rodríguez y G. Álvarez Benito (coords.), *A Gender-based Approach to Parliamentary Discourse. The Andalusian Parliament*, John Benjamins, Amsterdam/Philadelphia, 2016, pp. 35-59; C. Fuentes Rodríguez, *La construcción de la identidad discursiva a través del discurso parlamentario*, en C. Fuentes Rodríguez (coord.), *Mujer, discurso y parlamento*, Alfar, Sevilla 2018, pp. 35-40.

<sup>16</sup> E. Brenes Peña, *Género, discurso político y descortesía verbal: análisis de la influencia de la variante sexo en el Parlamento andaluz*, en "Philologia Hispalensis", 26, 2012, pp. 59-77.

<sup>17</sup> M. González Sanz y V. Pérez Béjar, *Susana Díaz: el discurso de una mujer presidenta*, en C. Fuentes Rodríguez (coord.), *Mujer, discurso y parlamento*, Alfar, Sevilla 2018, pp. 41-104.

discursiva y la sociedad. Estos estudios tienden a ver el discurso como un fenómeno social y, en muchas ocasiones, como una herramienta de poder o jerarquización social. En esta vertiente, es conocida la perspectiva de Lakoff<sup>18</sup>, que defiende que a las mujeres se las instruye para hablar de una determinada manera como estrategia de sumisión social a los hombres. Así, su forma de hablar más atenuada e indirecta sería un mecanismo que la sociedad le impone por su rol de género a las mujeres y quedar supeditadas a los hombres. Bajo esta visión, está implícito que, a la mujer, por el hecho de serlo, le corresponde una determinada forma de hablar. Sin embargo, su trabajo, como indica Cameron<sup>19</sup>, no está exento de críticas por la falta de datos empíricos y por centrarse únicamente en algunas capas de la sociedad anglosajona. En contraposición a esta visión, también encontramos estudios que ven el discurso como un hábito social que es capaz de configurar el rol de género (o cualquier otro). De este modo, a través del discurso las mujeres pueden ir adaptando la imagen que proyectan de su rol de género y crear nuevas formas de entenderlo. Esta perspectiva confiere un carácter performativo al discurso y al género. De este modo, puede explicar cómo la concepción de los roles de género puede cambiar a lo largo del tiempo y variar según la sociedad en la que se desarrolle la actividad discursiva. En esta línea se insertan las investigaciones de Butler<sup>20</sup> o Gal<sup>21</sup>.

En nuestro estudio, partimos de una vertiente híbrida a las expuestas en este apartado. Nuestro interés radica, principalmente, en conocer los recursos y estrategias lingüísticas que usan tanto mujeres como hombres deportistas que lideran equipos en el ámbito deportivo para construir su discurso. Para identificar y analizar estos elementos, tendremos en cuenta el marco de la lingüística pragmática propuesto por Fuentes Rodríguez<sup>22</sup>, que permite entender el funcionamiento discursivo de los diferentes fenómenos que lo componen atendiendo al con-

<sup>18</sup> R. Lakoff, *Language and Woman's Place*. Harper & Row, New York 1975.

<sup>19</sup> D. Cameron, *Theoretical debates in feminist linguistics: questions of sex and gender*, en R. Wodak (ed.), *Gender and Discourse*. Sage, London/Thousand Oaks/New Dehli 1997, pp. 21-36.

<sup>20</sup> J. Butler, *Gender trouble: feminism and the subversion of identity*, Routledge, New York 1990.

<sup>21</sup> S. Gal, *Language, gender and power: an anthropological review*, en K. Hall y M. Bucholz (eds.), *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self*. Routledge, London 1995, pp. 169-182.

<sup>22</sup> Cfr. C. Fuentes Rodríguez, *Lingüística pragmática y análisis del discurso*, op. cit.

texto comunicativo en el que se producen. Será de utilidad, además, la integración de la teoría de la argumentación de Anscombe y Ducrot<sup>23</sup>, puesto que muchos de los elementos que caracterizan el discurso de mujeres y hombres deportistas funcionan en el plano argumentativo del discurso, pues están orientados a ofrecernos un punto de vista determinado y a persuadir a los receptores de que compartan o acepten esta visión<sup>24</sup>. A su vez, consideramos que estos recursos empleados para la construcción discursiva tienen un efecto perlocutivo en la imagen que muestran los deportistas mujeres y hombres en la gestión de su rol como capitanes ante el público general y, por tanto, repercuten en el tipo de liderazgo que llevan a cabo.

## 2.2. *La gestión de la imagen social*

El discurso que este trabajo busca analizar es producido por una serie de hablantes que son, como todos, agentes sociales, de tal manera que sus producciones van a estar en consonancia con la imagen que estos agentes comunicativos tienen y quieren dar en el contexto en el que enuncian. En este sentido, la noción de *imagen social* propuesta desde la sociología por Goffman<sup>25</sup> se muestra útil: "The term face may be defined as the positive social value a person effectively claims for himself by the line others assume he has taken during a particular contact"<sup>26</sup>.

A partir de las consideraciones de este autor, Fuentes Rodríguez<sup>27</sup> elabora una propuesta teórica acerca de las imágenes que se conjugan en una persona durante la interacción:

- *Imagen 1*: la que tengo yo de mí mismo (no se puede conocer)

<sup>23</sup> J. C. Anscombe, O. Ducrot, *L'argumentation dans la langue*, Pierre Mardaga, Liège 1983.

<sup>24</sup> Para la identificación y descripción de recursos que funcionan en el plano argumentativo, también tendremos en cuenta lo expuesto en la obra: C. Fuentes Rodríguez y E. Alcaide Lara, *Mecanismos lingüísticos de la persuasión: cómo convencer con palabras*, Arco Libros, Madrid 2002.

<sup>25</sup> E. Goffman, *On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction*, en "Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes", 18, 1955, pp. 213-231.

<sup>26</sup> E. Goffman, *On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction*, art. cit., p. 213.

<sup>27</sup> C. Fuentes Rodríguez, *Ideología e imagen: La ocultación en la prensa de la violencia social o lo políticamente correcto*, en "Discurso & Sociedad", 4(4), 2010, pp. 853-892.

- *Imagen 2*: la que proyecto de mí como persona de manera consciente
- *Imagen 3*: la imagen del rol o función social que desempeño y proyecto
- *Imagen 4*: la que otros tienen de mí, según el rol que desempeño
- *Imagen 5*: la imagen del yo dentro de un grupo
- *Imagen 6*: la imagen de la comunidad en sí, que se proyecta o actúa sobre el individuo (“lo políticamente correcto”)<sup>28</sup>

Señala la autora que las tres primeras están controladas por el hablante, son imágenes sociales activas, mientras que las otras tres dependen del contexto y de la percepción de los participantes en la interacción. Para poder entender cómo gestionan los capitanes y las capitanas su discurso, es necesario que tengamos en cuenta que, en su caso, la configuración de su identidad como capitanes está determinada por la *Imagen 3*, que se refiere al rol que desempeña una persona (hombre o mujer, deportista de élite, miembro de un equipo deportivo) y la *Imagen 5*, que tiene que ver con el rol que desempeña dentro del grupo en el que se inserta (capitán). Así, los capitanes tienen que gestionar una imagen con dos dimensiones: una individual (como capitanes) y otra grupal (como miembros del equipo del que son capitanes). Con este trabajo se pretende determinar la manera en la que hombres y mujeres gestionan su imagen de capitanes de sus equipos, si tienden más a la explicitación del rol que tienen dentro del grupo o, por el contrario, buscan ocultarla y mostrarse como un miembro más de sus selecciones. Esto se vertebra epistemológicamente en los conceptos de autonomía y afiliación propuestos por Bravo<sup>29</sup>, de tal manera que en la interacción el hablante puede querer mostrarse independiente del grupo al que pertenece mediante estrategias de autonomía o, al revés, puede tender a desdibujarse y presentarse como una parte más del grupo con

<sup>28</sup> C. Fuentes Rodríguez, *Ideología e imagen: La ocultación en la prensa de la violencia social o lo políticamente correcto*, art. cit., p. 857.

<sup>29</sup> D. Bravo, *Actos asertivos y cortesía: Imagen del rol en el discurso de académicos argentinos*, en D. Bravo y M. E. Placencia (eds.), *Actos de habla y cortesía en el español*, Lincom Europa, Múnich, 2002, pp. 141-174.

estrategias de afiliación. Además, cuando se trata de la gestión de la propia imagen, se llevan a cabo lo que se conoce como *actividades de autoimagen*, tal y como proponen Chen<sup>30</sup>, Bravo<sup>31</sup>, Hernández Flores<sup>32</sup> o Brenes Peña<sup>33</sup>. Como señala esta última, en este caso “la única imagen social afectada es la del emisor. La imagen social del receptor no resulta alterada en ningún sentido”<sup>34</sup>. Esto es lo que sucede en el tipo de interacciones que estudia este trabajo, donde los hablantes, deportistas y capitanes de sus equipos, se centran en gestionar la imagen del equipo y la propia, algo que se hace más patente cuando hay preguntas dirigidas a ellos como capitanes.

### 2.3. *Los estudios sobre discurso deportivo*

A la hora de escudriñar la posible bibliografía vertida sobre el estudio lingüístico del discurso deportivo, nos percatamos de que prácticamente la totalidad de los trabajos en el ámbito hispánico se centran sobre todo en las producciones del discurso del periodismo deportivo y, en concreto, en el léxico. Así los estudios de Castañón Rodríguez<sup>35</sup>, Bernárdez García<sup>36</sup> o el de Guerrero Salazar (2018)<sup>37</sup>,

<sup>30</sup> R. Chen, *Self-politeness: A proposal*, en “Journal of Pragmatics”, 33(1), 2001, pp. 87-106.

<sup>31</sup> D. Bravo, *Actos asertivos y cortesía: Imagen del rol en el discurso de académicos argentinos*, en D. Bravo y M. E. Placencia (eds.), *Actos de habla y cortesía en el español*, Lincom Europa, Múnich, 2002, pp. 141-174.

<sup>32</sup> N. Hernández Flóres, *Actividades de imagen, identidad e ideología en la publicidad comercial impresa*, en S. Alcoba y D. Poch (eds.), *Estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Ariel, Barcelona, 2011, pp. 39-54.

<sup>33</sup> E. Brenes Peña, *Mujeres directivas: estrategias argumentativas y actividades de gestión de la imagen social*, en “Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación”, 86, 2021, pp. 93-110.

<sup>34</sup> E. Brenes Peña, *Mujeres directivas: estrategias argumentativas y actividades de gestión de la imagen social*, art. cit., p. 96.

<sup>35</sup> J. Castañón Rodríguez, *El lenguaje periodístico del fútbol*, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Valladolid, Valladolid 1993; J. Castañón Rodríguez, *El lenguaje deportivo: una fiesta social*, en “Nueva revista de política, cultura y arte”, 74, 2001, pp. 121-126; J. Castañón Rodríguez, *El léxico periodístico del deporte: las palabras en juego*, en “Lecturas: Educación física y deporte”, 101, 2006, [online](#); J. Castañón Rodríguez, *Hinchas del idioma. El fútbol como fenómeno lingüístico*, Pie de Página, Madrid 2018.

<sup>36</sup> J. Bernárdez García, *El deporte correctamente hablado*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo, 1998.

<sup>37</sup> S. Guerrero Salazar, *Creatividad y juego en el discurso deportivo de la prensa: aportaciones léxico-semánticas*, Arco Libros, Madrid 2018.

centrados bien la recopilación lexicográfica de términos propios de este ámbito, bien en las innovaciones léxicas que suceden en este género y los mecanismos que las originan. No obstante, existen algunos acercamientos discursivos al discurso del periodismo deportivo como el estudio sobre la intensificación en titulares de prensa deportiva de Guerrero Salazar<sup>38</sup> o el análisis diacrónico que lleva a cabo Carmona Yanes<sup>39</sup> sobre la configuración de la crónica deportiva como género textual.

Por otro lado, también existen estudios que analizan la alusión a la mujer en la prensa deportiva, como el de Gil Benítez<sup>40</sup> o el de Gómez Sánchez<sup>41</sup>. Pero, como vemos, igualmente están centrados en la actividad periodística y no atienden al discurso de los deportistas, salvo de manera puntual como hace Gómez Sánchez cuando aborda la manera en la que el periodismo deportivo refleja a la mujer<sup>42</sup>. Por ello, consideramos que el campo del discurso deportivo adolece de análisis que atiendan al comportamiento comunicativo de los propios atletas, que es lo que precisamente pretende este trabajo al tener por objeto de estudio el discurso de capitanas y capitanes.

### 3. Metodología y corpus de análisis

La metodología en nuestro análisis será principalmente onomasiológica. Identificaremos todos aquellos recursos lingüísticos cuyo funcionamiento discursivo quede determinado por su capacidad de pro-

---

<sup>38</sup> S. Guerrero Salazar, *La intensificación como estrategia comunicativa en los titulares de las portadas deportivas*, en "ELUA: Estudios de Lingüística", 31, 2017, pp. 187-209.

<sup>39</sup> E. Carmona Yanes, *La historia del discurso periodístico deportivo: primeras crónicas y victorias footballísticas*, en A. López Serena, A. Narbona Jiménez y S. Del Rey Quesada (coords.), *El español a través del tiempo. Estudios ofrecidos a Rafael Cano Aguilar*, Editorial de la Universidad de Sevilla, Sevilla, 2016, pp. 775-796.

<sup>40</sup> E. M<sup>a</sup>. Gil Benítez, *La presencia de las mujeres en la publicidad radiofónica de la programación deportiva en España (2004-2010)*, en S. Guerrero Salazar y R. Cremades (coord.), *El discurso deportivo en los medios de comunicación*, Fundación Alonso Quijano para el fomento de la lectura, Málaga, 2012, pp. 133-148.

<sup>41</sup> M. E. Gómez Sánchez, ... *Y además, deportistas. Algunos ejemplos del discurso mediático sobre las mujeres en el periodismo deportivo*, en S. Guerrero Salazar y R. Cremades (coord.), *El discurso deportivo en los medios de comunicación*, Fundación Alonso Quijano para el fomento de la lectura, Málaga, 2012, 115-132.

<sup>42</sup> M. E. Gómez Sánchez, ... *Y además, deportistas. Algunos ejemplos del discurso mediático sobre las mujeres en el periodismo deportivo*, op. cit., 125-126.

yectar la imagen como capitán o líder de un equipo. Por esto mismo, el carácter de la investigación se torna eminentemente cualitativo, pues persigue la precisión en la descripción de los valores discursivos de los fenómenos que se analizan. Sin embargo, también se incorporarán al análisis recuentos cuantitativos del número de apariciones de fenómenos concretos para reforzar las interpretaciones cualitativas. La variable sexo se tendrá en cuenta para establecer las diferencias de uso entre hombres y mujeres.

El corpus de análisis se compone de 29 entrevistas orales transcritas de ruedas de prensa y entrevistas en programas de televisión a los jugadores con el rol de capitán de la Selección Española en cada deporte en el momento histórico en el que se desarrolla la comunicación. La temática de todas las entrevistas se centra, principalmente, en la labor profesional de los deportistas para que puedan establecerse comparaciones dentro de contextos comunicativos similares y se ha descartado la recopilación de entrevistas más centradas en aspectos personales de los deportistas o en temas alejados del ámbito deportivo. Las entrevistas seleccionadas son las siguientes:

FÚTBOL	
<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista a Inmaculada Castañón (primera capitana de la Selección Española Femenina de Fútbol) y a Irene Paredes. Abril 2020.</li> <li>- Rueda de prensa con Irene Paredes. Octubre de 2020.</li> <li>- Rueda de prensa con Alexia Putellas y Jennifer Hermoso. Abril 2021</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rueda de prensa a Sergio Ramos. Septiembre de 2020.</li> <li>- Rueda de prensa a Jesús Navas. Septiembre de 2020.</li> <li>- Rueda de prensa con Sergio Ramos. Junio 2020.</li> </ul>
N.º de palabras: 5236	N.º de palabras: 4237

BALONCESTO	
<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista a Laia Palau en <i>Late Motiv.</i> Junio 2017.</li> <li>- Rueda de prensa con Laia Palau. Septiembre 2018.</li> <li>- Rueda de prensa con Laia Palau durante los JJ. OO. de Tokyo. Julio 2021.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rueda de prensa a Pau Gasol. Agosto 2015.</li> <li>- Entrevista a Pau Gasol en <i>Late Motiv.</i> Abril 2020.</li> </ul>
N.º de palabras: 3130	N.º de palabras: 3281

<i>RUGBY</i>	
<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista previa a un partido de clasificación con Isabel Rico. Diciembre de 2016.</li> <li>- Rueda de prensa con Aroa González. Noviembre de 2016.</li> <li>- Rueda de prensa con Aroa González. Julio de 2017.</li> <li>- Entrevista sobre una concentración en Semana Santa con Aroa González e Isabel Rico. Marzo de 2016.</li> <li>- Entrevista previa a un partido con Isabel Rico. Noviembre de 2017.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rueda de prensa con Jaime Nava. Febrero de 2017.</li> <li>- Entrevista después de un partido con Fernando López. Febrero de 2019.</li> <li>- Entrevista después de un partido con Jaime Nava. Marzo de 2018.</li> <li>- Rueda de prensa con Jaime Nava. Marzo de 2018</li> </ul>
N.º de palabras: 1377	N.º de palabras: 1995

<i>BALONMANO</i>	
<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista después de un partido con Silvia Navarro. Diciembre de 2020.</li> <li>- Entrevista previa a una clasificación con Silvia Navarro. Marzo de 2014.</li> <li>- Entrevista previa a un partido con Silvia Navarro. Septiembre de 2018.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rueda de prensa con Raúl Entreríos. Noviembre de 2018.</li> <li>- Entrevista después de un partido de los JJOO con Raúl Entreríos. Agosto de 2021.</li> </ul>
N.º de palabras: 1078	N.º de palabras: 923

<i>HOCKEY SOBRE HIERBA</i>	
<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista sobre una concentración previa a partidos con Rocío Ybarra. Junio de 2014.</li> <li>- Entrevista previa a un partido con Rocío Ybarra. Abril de 2014.</li> <li>- Entrevista previa a un Preolímpico con Rocío Ybarra. Julio de 2014.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista durante los JJOO de Tokyo con Marc Sallés. Julio de 2021.</li> </ul>
N.º de palabras: 1331	N.º de palabras: 1431

En total, el corpus está constituido por 24 019 palabras transcritas.

Antes de comenzar con el análisis, creemos que es relevante llamar la atención sobre el material que compone el corpus de este trabajo. Creemos que para una correcta interpretación de los datos es necesario tener presente que no todos los deportes incorporados en este análisis tienen la misma repercusión mediática y, por tanto, no siempre está dis-

ponible al ṕblico la misma cantidad de material. En f́tbol, por ejemplo, suele ser f́cil recuperar intervenciones de deportistas, y tambín en baloncesto, aunque en menor medida. En el resto de deportes, suele complicarse la tarea de encontrar intervenciones en contextos comunicativos similares.

De modo similar y, como vimos en la introducci3n, la importancia del deporte femenino se ha incrementado en los ́ltimos ańos, pero a ún sigue teniendo mucha menor repercusi3n que el masculino. Por ello, tambín la cantidad de material con intervenciones de capitanas suele ser menor al de los capitanes. Quizás tambín derivado de esto, las intervenciones de las mujeres tienden a ser ḿs breves que las de los hombres, ya que, posiblemente, los hombres est́n ḿs acostumbrados a tener la atenci3n de los medios, sobre todo, en los deportes de mayor repercusi3n mediática.

Por estos motivos, creemos que la cantidad de material de mujeres es a ún insuficiente para equiparse totalmente a la de los hombres. Adeḿs, las entrevistas y ruedas de prensa con deportistas mujeres suelen tratar el tema de la reivindicaci3n y posicionamiento del deporte femenino en la sociedad. Esto obliga a las jugadoras a reorientar en algunos momentos sus elementos argumentativos a un ámbito que no es tratado por los jugadores hombres. Esto plantea, pues, otra diferencia ḿs en la construcci3n del discurso de ambos sexos. En cualquier caso, gracias al aumento de la repercusi3n mediática del deporte femenino que ha propiciado la génesis de nuevas intervenciones de jugadoras disponibles al ṕblico general, creemos que ya podemos estar ante una muestra suficientemente representativa del discurso femenino para establecer unas primeras tendencias en la gesti3n de su imagen de liderazgo a trav́s de su actividad lingüística.

Por ́ltimo, creemos que tambín es relevante indicar que las ruedas de prensa no son individuales, sino que suelen ser compartidas con el seleccionador o con otros jugadores y capitanes. Este hecho hace que la representaci3n del equipo sea compartida entre varias personas al mismo tiempo, cada una con un rol particular. El material recopilado incluye casi exclusivamente las intervenciones de los capitanes y no de otros implicados, pero sus turnos de palabra suelen ser reducidos a causa de este discurso compartido y por un formato de comunicaci3n mediática que se caracteriza por ser breve. Así pues, el tiempo del que

disponen los capitanes para gestionar ante el público su rol de líder de un equipo suele ser escaso pero, al mismo tiempo, las ruedas de prensa son uno de los contextos más idóneos para este tipo de análisis, pues se les da voz directamente y se mueven en un contexto exclusivamente deportivo en el que ejercen su liderazgo.

#### **4. La construcción del discurso del liderazgo de las capitanas y capitanes en deportes de equipo**

En el análisis de las ruedas de prensa y entrevistas de los capitanes se han identificado una serie de recursos que afectan al desempeño de su rol como líderes de equipo. El propio contexto comunicativo obliga a estos jugadores a adoptar este rol y responder a las preguntas que les hacen los periodistas según la visión que tienen aquellos de lo que es ser un capitán. Sin embargo, esta imagen puede ser gestionada de diversas formas según los intereses discursivos de cada momento y, a veces, puede quedar diluida dentro del propio equipo potenciando una imagen colectiva de la selección por encima de la imagen del rol individual como capitán dentro del equipo. Hay varios elementos discursivos que ayudan a modificar, alterar y gestionar esta imagen de rol. Los que más destacan por su recurrencia y efecto en la proyección de la imagen como capitanes son la mención explícita del propio rol, la alternancia y funcionamiento de los pronombres personales y morfemas de persona, el refuerzo y la mitigación de la aserción y el uso de las perífrasis modales de obligación. Todos estos recursos poseen una clara orientación hacia la construcción de la figura de líder, pues se relacionan con actividades propias de este rol, como la identificación particularizada de cabeza de un equipo, la designación explícita de las labores del capitán, la posibilidad de establecer pautas concretas de actuación o la expresión de opiniones tajantes validadas por la propia experiencia personal. Por este uso tan marcado, aunque existen otros recursos que ayudan a construir y a caracterizar el discurso expuesto por los deportistas analizados, estos son los elementos a los que atenderá este estudio.

A pesar de este despliegue de recursos, se ha de tener en cuenta, por otro lado, que el discurso de los deportistas en entrevistas y ruedas de prensa es breve, y posee un carácter con un alto grado de oralización y coloquialidad. El contexto en el que se desarrolla la comunicación

suele ser formal y en un ́mbito especializado, pero la brevedad del formato, la interacci3n con los periodistas y el alto grado de espontaneidad a la hora de construir las respuestas hace que no dominen los rasgos de los registros formales. Por ello, vamos a encontrar discursos sencillos, poco recargados con figuras ret3ricas o estrategias complejas de construcci3n discursiva. Serán abundantes, por el contrario, las vacilaciones y truncamientos, las reformulaciones, las redundancias, los alargamientos vocálicos, las interjecciones continuativas, y los elementos de interacci3n y de control de contacto propios de la construcci3n de los discursos coloquiales<sup>43</sup>. Estos recursos ayudan a planificar sobre la marcha los elementos estructurales del discurso y a controlar lo que se dice al dar más tiempo a los locutores para pensar. Este control sobre lo dicho es aún más necesario cuando no pueden ofrecer toda la informaci3n que los capitanes poseen, ya sea por ocultar la estrategia que van a aplicar a un partido próximo, ocultar los asuntos más polémicos dentro de la selecci3n o reforzar el espíritu de equipo. Tanto en el discurso de las capitanas como el de los capitanes abundan estos rasgos de planificaci3n oral e interacci3n coloquial, y no se detectan diferencias destacables entre unos y otros:

- (1) Irene Paredes (fútbol): hola buenas/ *bueno*/ comoo venimos repitiendo las jugadoras estamos bien *ehhh* es verdad que quizás estamos aún mejor// que la concentraci3n pasada más rodadas// *todaas y- y-* y cada una/ de nosotras// tenemos muchísimas ganas de jugar↑// *ehhh* y *bueno* como he dicho en la anterior pregunta también/ *ehhh*// *pues bueno* en un estadio así hace especial ilusi3n// y esperemos *quee* esos ochocientos espectadores nos apoyen como si fuesen sesenta mil<sup>44</sup>

<sup>43</sup> Para conocer los rasgos de los discursos coloquiales puede consultarse obras como: A. Briz, *El español coloquial en la conversaci3n. Esbozo de una pragmagramática*. Ariel, Barcelona 1998; P. Koch y W. Oesterreicher, *Lengua hablada en la Romania: español, francés, italiano* (versi3n española de Araceli López Serena), Gredos, Madrid 2007; A. Narbona, *Sintaxis del español coloquial*. Universidad de Sevilla, Sevilla 2015.

<sup>44</sup> Las transcripciones han sido realizadas por los propios autores usando como base el sistema de transcripci3n del grupo Val.Es.Co., que puede consultarse en la propia página web del grupo: <https://www.uv.es/corpusvalesco/convenciones.html>. Solo se ha modificado el uso de la cursiva, que en el sistema de Val.Es.Co. sirve para marcar el discurso referido. En este artículo, la cursiva se utiliza para realzar el texto y destacar los fenómenos que se analizan y se han utilizado las comillas para realizar la funci3n de marcar el discurso referido.

- (2) Pau Gasol (baloncesto): en cuanto al baloncesto o al deporte profesional se refiere// *entonces* ((sigue sí)) *ehhh* la recuperación sigue espero *queee- que* esto me ayude a *quee- a darle* un poquito más de tiempo al pie// pero a la vez también *pues ehhh- pues eso* este verano *cumplooo/ mis cuarenta añitos eehhh/ ehhh* la vida sigue *eeel- ehhhh* el verano que viene tendré cuarenta y uno/ sin duda la ilusión de seguir jugando siempre la tengo y siempre la tendré// *perooo ahhh// el cuerpoooo// ehhhh//* lleva dando avisos *¿no?* y este es uno de ellos por supuesto

A pesar de esta sencillez discursiva (no son oradores profesionales y el contexto coloquial fomenta la brevedad y la escasez de ornamentos retóricos), y como defendemos, sí es posible discernir la puesta en marcha de diferentes recursos que les permiten gestionar su imagen como capitanes.

#### 4.1. La explicitación del rol desempeñado

Cuando el propio rol que desempeña la persona aparece explicitado en el propio discurso, se puede ver como una confirmación de que, efectivamente, es la imagen concreta que desea proyectar en ese momento de su discurso. No es extraño que el rol de capitán aparezca textualmente en el discurso de los deportistas hombres y mujeres cuando lo ejercen y esto ayuda a reforzar su posición en este rol:

- (3) Irene Paredes (fútbol): *pueees///* como *capitana/* quizás *eeeh/* de los más emocionantes o/ momentos más importantes// *ehhh* sería el/ el último partido del mundial/ contra Estados Unidos// sobre todo *poor/* por la imagen/ que dimos lo que supuso/ aquel momento// *eeeh* ahora tam- no sé no recuerdooo/ ningún otro partido en el que yo haya estado de *capitana/ eehh//* que me haya marca(d)o pero ese/ ese *looo/* lo voy a guardar como uno de los más importantes
- (4) Sergio Ramos (fútbol): *afronto* este mundial como bien dices con/ una grandísima ilusión/ independientemente de/ de/ que todos los compañeros la tengamos// *eh* es especial *¿no?* es una copa del mundo/ la primera como *capitán* y *llevar el brazalete//* de una/ de tu selección/ de tu país de tu nación *pues/ eh* hay pocas cosas *¿no?* que se puedan equiparar a algo tan grande
- (5) Rocío Ybarra (*hockey* sobre hierba): para mí ciento cincuenta partidos internacionales/ ha sido un sueño o sea la verdad es que han pasado/ volando parece que no han sido once años jugando con

la// con la selección absoluta// es/ algo que/ en mi vida hubiera/  
 hubiera pensado// *ahora mismo siendo la capitana eh/ de la selección//*  
*es una/ responsabilidad/ pero una cosa/ muy bonita que me ha tocado la*  
*suerte de vivir con un grupo// genial ((...)) y ser ser capitana en una*  
 olimpiada debe ser// algo// bueno/ es que no me lo puedo ni imagi-  
 nar realmente/ pero/ pero sí como te digo yo creo que// Río ahora  
 mismo mi objetivo/ mi objetivo el de todas/ lo compartimos// es-  
 tamos empujando para eso/ y poder/ tener la suerte de/ de/ capitanear  
*ese momento y de// de encima llegar a Río diciendo/ “vamos chicas*  
 estamos con- estamos todas juntas”// es algo/ es algo espectacular  
 la verdad

Sin embargo, la designación propia como capitanes no es un recurso frecuente en las entrevistas analizadas (apenas cinco casos en las mujeres y tres en los hombres, y no se encuentran casos en las entrevistas de balonmano ni de *rugby*). Por lo general, este rol sí suele ser explicitado por los propios periodistas que hacen preguntas dirigidas a los capitanes, pero ellos tienden a atenuar este rol quitándole importancia a la responsabilidad que conlleva o potenciando la imagen de grupo:

- (6) Periodista: muy buenas/ eh mi pregunta iba para Alexia ehh bueno como *nueva capitana* me gustaría preguntarte cómo afrontas tu *nuevo rol* en la Selección/ sobre todo con las jugadoras más jóvenes// y si las capitanas te han aconseja(d)o o te han sugerido algo al respecto/ gracias  
 Alexia Putellas (fútbol): muy buenass/ pues la verdad que estoyyyy muy feliz/ feliz y agradecida por la confianza[ta]// que m(e) ha dado eel seleccionador y mis compañeras/ eeen este nuevo rol[ta]/ y la verdad que tengooo dos grandísimas referencias// ehhhh con las que *compartoo/ capitania* quee- que bueno la intención es la de crear/ muy- muy buen *miniequipo de capitanas* paraaa-/ para liderar el equipo yyy- y ayudar en todo tanto a las jóvenes comoo/ a las más veteranas/ en lo que haga falta
- (7) Andreu Buenafuente: ya para terminar una simulación eeh imagínate Pau/ esto del confinamiento es unnn partido decisivo deee- de baloncesto/ estamos en la mitad del partido// *tú eres el capitán porque tú eres el capitán ¿no? de los equipos que juegan ¿sí?/ [sí]*  
 Pau Gasol (baloncesto): [bueno] *no he sido no- no siempre no en todos [pero ((sí))]*  
 Andreu Buenafuente: [bueno ya] bueno bueno// pero ahora- ahora *tendrías que ser el capitán//*
- (8) Patricia Pérez: no sé Irene/ qué función tienes ahora tú en el vestuario de Jorge Vilda/ *sois cuatro capitanas/ compartes ese/ cargo*

con Amanda/ Sampedro Virginia Torrecilla y Jennifer Hermoso↑/  
vosotras también sois el nexo de unión entre/ el grupo y el seleccionador↑

Irene Paredes (fútbol): sí comooo/ como bien decís las dos al final  
*esa es un poco laaa/ la función que tenemos somos/ el brazo derecho/ de Jorge en este caso// peroooo/ como has dicho somos cuatro/ eehh a pesar de que yo estééél puesta como/ como primera/ eehh teniendo la ayuda de las otras/ tres esto es mucho más llevadero/ al final una persona/ solo nooo/ no puedeee// abarcar todooo/ todos los aspectos→// ehhh entonces bueno al final cada una con personalidades diferentes eehh/ llegamos a todo el grupo yyy// y bueno/ pasamos un poco los mensajes/ de Jorge al grupo y del grupo a Jorge*

- (9) Periodista: te iba a preguntar eh Marc/ eh qué expectativas tenéis para/ para este torneo después de haber sido diploma/ olímpico en las dos últimas citas// y tú como capitán cómo/ cómo ves al equipo

Marc Sellés (hockey sobre hierba): bueno pues la verd- la- a ver no sé si expectativas es/ es siempre ir a por medalla/ ah// ya llevamos eh bueno ya fuimos eh subcampeones en el europeo/ hace dos años// eh hemos entrenado/ mucho/ muy bien/ eh// eh/ siempre buenos resultados con los de arriba// y/ sí que/ en en estos juegos/ pues nos ha faltao un poco el gol eh un poco/ lo que sería el el juego en las áreas/ ¿no?// que nos/ nos ha penalizado bastante/ goles en contra/ y/ a favor/ pero/ pero realmente/ eh// estamos jugando muy bien/ estamos muy bien como equipo// y/ y nada/ que se ahora es pensar en cuartos y a ver que/ contra quién jugamos y/ y descansar lo máximo para llegar a tope/ al domingo

En estos ejemplos se pone en juego una actividad de filiación<sup>45</sup> con el resto del equipo. El capitán se muestra como una figura más dentro del grupo o como una menos relevante con respecto a las expectativas de la sociedad o a las del propio periodista que los etiqueta como capitanes y da por supuesto un papel destacado en el equipo. Los deportistas de ambos sexos atenúan la importancia de este rol argumentando que no están solos y que hay más jugadores que cumplen el rol de capitán, destacan que no siempre les corresponde este papel o usan elementos mitigadores cuando expresan las responsabilidades que tienen (ej. 8: “pasamos *un poco* los mensajes/ de Jorge al grupo y del grupo a Jorge”). En casos como el ejemplo 9, además, se observa cómo el capitán de hockey sobre hierba obvia la personalización de la pregunta hacia él como

<sup>45</sup> Cfr. § 2.2.

capitán y responde con una primera persona del plural, como miembro de un grupo. De esta forma, el rol de capitán, más que una figura de liderazgo, surge como una imagen al mismo nivel que otras dentro de un equipo, como si habláramos de defensa, pívot, alero o portero. De hecho, algunos de los capitanes analizados prefieren gestionar otras imágenes grupales que dejan de lado las responsabilidades añadidas del capitán o las diluyen dentro del grupo. Es el caso de la imagen como “jugador/a”:

- (10) Irene Paredes (fútbol): pues bueno/ como *jugadora* tengo muchísimas de que se dé el partido de mañana de jugar en un estadio como este
- (11) Sergio Ramos (fútbol): son decisiones que // que no nos corresponden a nosotros / tienen que tomarlas otros tipos de / de personas que tengan // eh más poder que los *jugadores* la parte deportiva es la que nos corresponde y nosotros la única manera donde // podemos hacer algo es dentro del campo / que es donde / eh más cómodos estamos y donde más nos gusta hablar ¿no?

La estrategia de mitigar la imagen de liderazgo asociada al rol de capitán puede considerarse una actividad de autoimagen por la que los jugadores tratan de mostrarse humildes y potenciar el espíritu de equipo. Sin embargo, sí se han encontrado un par de casos en los que sí se refuerza la labor del capitán y se dota de importancia a esta figura individualmente dentro del equipo. Por un lado, podemos destacar la intervención de Rocío Ybarra en el ejemplo 5 y, por otro, algunas de las intervenciones de Sergio Ramos como capitán de la Selección Española de Fútbol:

- (12) Sergio Ramos (fútbol): en ese/ en esa época donde/ fuimos campeones me tocó// pues ser el joven de// junto con otros jugadores ahora me toca pues/ *liderar* ser el *capitán* ser el *veterano*
- (13) Sergio Ramos (fútbol): bueno eso eso obviamente pues cuando eres *capitán* pues te toca ¿no?/ eh *saber un poco más de la cuenta* en/ en situaciones eh// distintas ¿no?/ *situaciones*/ eh/ de/ de *mayor repercusión*

En estos ejemplos, Sergio Ramos sí enfatiza el papel de liderazgo y la responsabilidad añadida que implica ser capitán dentro de un equipo. En vez de diluir su figura dentro del grupo como un jugador más,

reclama el papel de líder y marca distancia con el resto de jugadores usando la primera persona del singular para particularizar su rol dentro del grupo. Quizás por la alta repercusión mediática que posee el fútbol masculino, se exige que la figura de capitán se vea reforzada por el alto grado de competitividad exigido en este nivel deportivo. Ciertamente, en la intervención de Rocío Ybarra (ej. 5) también se ve una potenciación de la figura como capitana, pero rápidamente la ensalza desde el valor que tiene dentro del grupo, desde una actitud de filiación por su relación con el resto de compañeras, más que de autonomía y de individualización de la identidad propia:

- (5') Rocío Ybarra (*hockey sobre hierba*): ahora mismo *siendo la capitana eh/ de la selección// es una/ responsabilidad/ pero una cosa/ muy bonita que me ha tocado la suerte de vivir con un grupo// genial [CORTE]* y ser ser capitana en una olimpiada debe ser// algo// bueno/ es que no me lo puedo ni imaginar realmente/ pero/ pero sí como te digo yo creo que// Río ahora mismo mi objetivo/ *mi objetivo el de todas/ lo compartimos// estamos empujando para eso/ y poder/ tener la suerte de/ del capitanear ese momento y de// de encima llegar a Río diciendo/ "vamos chicas estamos con- estamos todas juntas"// es algo/ es algo espectacular la verdad*

Aunque Rocío Ybarra tiene claro su rol de liderazgo, se muestra consciente de que forma parte de un equipo y no deja de destacar que hay objetivos compartidos ("*mi objetivo el de todas/ lo compartimos*") y que, como equipo, han de trabajar todas juntas ("*vamos chicas estamos con- estamos todas juntas*").

Más allá de los usos personales hacia la filiación o la autonomía, los roles de "capitán" y "jugador" son los que se proyectan en mayor medida dentro del discurso de los deportistas. Son roles esperados dentro del ámbito deportivo en el que se mueven y nada hace esperar, en principio, que aparezcan otros de otros territorios sociales, aunque en otros discursos de liderazgo son conocidas las superposiciones de distintas imágenes que puede llegar a expresar un mismo locutor<sup>46</sup>. Sin embargo,

<sup>46</sup> Cfr. R. Wodak, *Multiple Identities: the Roles of Female Parliamentarians in the EU Parliament*, en J. Holmes y M. Meyerhoff (eds.), *The Handbook of Language and Gender*, Blackwell publishing, Padstow / Cornwall (UK) 2003, pp. 671-698; E. Brenes Peña, *Mujeres directivas: estrategias argumentativas y actividades de gestión de la imagen social*, art. cit.

en algunas ocasiones ś aparecen otras imágenes ṕblicas, como en el caso de Pau Gasol y su perfil filantrópico<sup>47</sup>, con el que se muestra como una figura de liderazgo social que debe dar ejemplo:

- (14) Pau Gasol (baloncesto): y al final el deporte nos ha dadoo mucho/ ¿no? y- y gracias a la gente que nos apoya y nos viene a ver los partidos/ nos sigue desde casa[ts]/ todo el cariño que hemos recibido o RECIBIMOS durante// nuestras carreras// (clic) eee- eso nos- nos da también una/ *posición de responsabilidad*// ¿no? y de *liderazgo social* también//

El rol de género no suele estar presente en estos discursos de los deportistas y no suele ser un complemento a la imagen de capitán. Está totalmente ausente de forma explícita en las intervenciones de los hombres, pero sí aparece en ocasiones en las intervenciones de las mujeres. Esta imagen de género suele surgir cuando se trata el tema de la evolución del deporte femenino y son los propios periodistas los que suelen sacar el tema. En las ruedas de prensa del deporte masculino no suele tratarse.

- (15) Andreu Buenafuente: Haaaasta el año 92↑/ ninguna/ deportista/ española/ había ganado una medalla olímpica// en Londres 2012→/ y/ Río 2016↓/ *el medallero femenino español*// *superal/ al masculino*// esta noche/ nos visita una de las ARTÍFICES de ese logro/ una deportista que junto a sus compañeros/ ha revolucionado/ el baloncesto de este país/ su capitana/ LAIA PALAU/ VAMOS CON ELLA/// BIEENVENIDA/ buenas noches/ oye este dato es de los queee/ marcan ¿eh? cuandoo eres consciente quizás no lo somos demasioo ¿eh?  
 Laia Palau (baloncesto): ((bueno)) bueno/ la verdad es que estaba ahí fuera/ y ha sido comoo  
 Andreu Buenafuente: sí suena BIEN y suenaaa/ como tardío ¿no? ((dices)) por qué hemos tartado tanto en darle eel-/ la vuelta eso ¿no?  
 Laia Palau (baloncesto): pues porquee yo creo que eeeen/ *las mujeres vamos un poco tarde a lo mejor en general en laa sociedad/ y ahoraa/ es un momento que yo creo que es nuestro*// se está invirtiendo// se está trabajandooo/ llevamos nosotras mucho tiempo trabajando lo que pasa es que a lo mejor ahora/ los frutoooooo pues salen/ [salen] más a la vista

<sup>47</sup> Pau Gasol y su hermano Marc poseen una fundación que lucha contra la obesidad infantil, Gasol Foundation.

- (16) Irene Paredes (fútbol): hola buenas tardes/ bueno yo creo queee-// que es evidente/ el desarrollo que está teniendo el *fútbol femenino*// queremos avanzar siempre un poquito más rápido sobre todo a las *jugadoras* pero bueno hay unos- unos pasos a dar/ eel jugar diferentes partes de España en- JUGAR/ en diferentes ciudades en estadios como este forman parte de-// del avance de la repercusión que estamos teniendo↑// ehhhh tanto la federación como las *jugadoras* cada una en sus clubes estamos ah trabajando muy duro/ cada uno desde suuu-// su posición trabajando durísimo para que esto// evolucione↑/ y acabam- acabemos siendo mejor selección↓

Por otro lado, el uso de la imagen de género solo se ha registrado en el caso de los deportes mayoritarios: fútbol y baloncesto. Es posible que en deportes más minoritarios en España, como el *rugby*, el balonmano o el *hockey* sobre hierba, por su escasa repercusión mediática en ambas vertientes, masculina y femenina, no se perciba una brecha tan grande entre ellas. En cualquier caso, cuando aparece esta imagen en fútbol o baloncesto femenino, lo hace siempre de forma colectiva, en plural (“las mujeres”, “las jugadoras”...) y no queda personalizada en la locutora. Este uso colectivo parece dar cuenta de una lucha común ante la desigualdad entre el deporte masculino y femenino. Sin embargo, el masculino no suele aparecer aludido como exogrupo opuesto al que haya que atacar. Más bien, se reivindica el desarrollo del deporte femenino por sí mismo y se defiende lograr una repercusión similar al deporte masculino. Para ello, parece que es importante para las jugadoras reivindicar el perfil de trabajador duro, tal y como se ve en todos los ejemplos encontrados en los que se gestiona la imagen como mujer. Así, la mujer nunca aparece como víctima de una represión, sino que se refleja un perfil positivo basado en la capacidad de trabajo con la que se puede conseguir una mayor evolución del deporte femenino.

Por último, sí encontramos un caso en el que, aunque no aparece el rol de mujer explícitamente, sí se alude a una imagen normalmente asociada a ella, la de “princesa”:

- (17) Aroa González (*rugby*): el equipo salido igual que salió en Glasgow// con/ defender// nuestro objetivo era defender// y// y los balones que tuviéramos/ aprovecharlos al cien por cien/ pero// yo a mi equipo// le he pedido defensa// que nos embarráramos// que no éramos// no éramos *princesas*

La imagen de “princesa” conecta con valores atribuidos protot́picamente a lo femenino como la delicadeza, la belleza, la sumisi3n o la pasividad<sup>48</sup>. En este fragmento, la capitana de *rugby* Aroa Gonźlez rechaza los atributos tradicionalmente femeninos en la cultura occidental al ser poco adecuados al comportamiento que se exige en su deporte. Impĺcitamente, este rechazo implica la construcci3n de nuevas imágenes asociadas a la mujer, sobre todo, en un ámbito tan competitivo como el deporte de alto nivel, en el que características como la sumisi3n y la pasividad no ayudan a ganar las competiciones. El rol de género se percibe como secundario en la proyecci3n de la imagen de las deportistas, principalmente, cuando no permite transmitir un liderazgo fuerte.

#### 4.2. *La alternancia de las formas personales*

Los capitanes, al representar a su propio equipo, tienden a usar en sus intervenciones la primera persona del plural, incluso aunque la pregunta se refiera a un aspecto individual:

- (18) Andreu Buenafuente: yo veo a Laia queeee// que además es un poco el- el corazón ¿no? el cerebro del equipo el motooor porque/ hablan/ de tiii ya no solo como la-/ la jugadora sino como la com-pañe-ra ¿no?/ esto son los años y es el currículum→  
 Laia Palau (baloncesto): buenooo [los años]  
 Andreu Buenafuente: [desca]balgar de esooo me refiero es difícil ¿no?  
 Laia Palau (baloncesto): la verdad es queeee con la selecci33n/ nos lo *pasamos* muy bien  
 es uuuun clima de trabajo bueno no sé tú cómo trabajas con los tuyos jajaja
- (19) Periodista: eh Jesús/ buenas noches felicidades por laa victoria en directo para El Transistor cómo *te sientes* siendo casi el padre/ de algunos de los jóvenes que están ahora/ pegando tan fuerte y que hoy han llevado buena parte/ del peso de la selecci3n

<sup>48</sup> Como ejemplo, el estudio de England, Descartes y Collier-Meek, sobre cómo des- pliegan el rol de género las princesas de las películas de Disney, trata de encontrar ciertos rasgos atribuidos a lo femenino (“afectividad, sumisi3n, debilidad física...”) en su comportamiento a lo largo del desarrollo de la historia; D. E. England y L. Descartes y M. A. Collier-Meek, *Gender Role Portrayal and the Disney Princesses*, en “Sex Roles”, 64, 2011, pp. 555–567. También es relevante destacar que el papel de las princesas en los cuentos tradicionales suele cumplir la funci3n de *objeto buscado* dentro de los análisis de Propp y, por tanto, se describe como un rol pasivo.

Jesús Navas (fútbol): bueno pues muy *contentos* dee/ del equipo de las ganas de la ilusión que *tenemos todos* y/ yy los jóvenes pues/ dándolo todo/ igual que *cada uno de nosotros* yy esa es la línea/ el míster *nos* saca todo lo mejor de *nosotros* y/ y esa es la manera/ y la verdad que *estamos muy contentos* por el partido de hoy

Esta actitud permite concluir que la imagen de grupo se coloca por encima de la individual de capitán, en una actividad de autoimagen de este rol más humilde, más orientada a la filiación con el endogrupo. Esto no significa que en ocasiones no aparezca la primera persona del singular, pero tiende a alternarse con otras formas de referente colectivo o de impersonalización. Esto sucede en el discurso tanto de los hombres como de las mujeres:

- (20) Laia Palau (baloncesto): por supuesto que *estoy viviendo* esto de una manera PARTICULAR porquee primero sé-/ *sé lo que estoy viviendo* porque ya *he esta(d)lo* en otras[ta]// *sé* lo que significa estar en unos juegos y también *sé* que son los últimos con lo cual ehhhh *no me quiero perder nada/ o seaaaa mis días* ehhhh *pasaaan/ con unaaaa-* una espiral de emociones bastante importante que es verdad que *tenemos* que asentarnos un poco más es lo que pasa siempre en las olimpiadas que es un bombardeo de emociones→//
- (21) Irene Paredes (fútbol): pues el/ PSG/ *estoy* en el día a día eh *veo a mis compañeras* todos los días/ en la selección/ *nos concentramos/ una vez al mes yyy/ muchas veces niiii/ ni eso// las exigencias son diferentes/ es verdad que el nexa que  *tienes que tener*→/ cooon/ con el entrenador y jugadoras es parecido/ pero luego dependiendo del equipo pues// eeh *te adaptas* en unas cosas y otras*
- (22) Pau Gasol (baloncesto): MUY DURO/ cooon- con rivales/ durísimos *empezamos* con Serbia y luego creo que *estuvimos* con Turquía los dos primeros partidos// esos dos partidos yaaaa de primeras// pues/ al- al que  *tienes que estar preparado* y el-/ los que *vamos a tener* que// ehhhh GANAR/ eh y- y luegooo/ luego *nos* viene Italia/ ehhh que es otro rival c- con- con/ con jugadores de talento como sabemos todos↑
- (23) Raúl Entrerriós (balonmano): yo *pienso* que// que volverá/ a haber una liga// mucho más competitiva ¿no? de/ la que hay ahora/ una liga// *no sé* si al/ al nivel económico que/ que *teníamos*// hace unos años// pero está claro que *estamos* en el buen camino ¿no? ahora hay unas bases/ eh// de/ de seriedad de/ de intentar hacer las cosas bien de trabajo// y/ y eso es muy positivo// pero/ también/ está claro que es un camino largo ¿no?/ no va a ser de hoy para mañana// eh *creo* que esos resultados se verán a largo plazo// y es importante que *tengamos* paciencia para conseguirlo

- (24) Aroa Gonźlez (*rugby*): a lo mejor en ńmero de personas no han venido// las previstas pero han animado y cada vez que decían/ “vamos con las leonas a rugir”// uff a ḿ se me ponían los pelos de punta// porque todo el mundo que estaba ah́ nos estaba dando su aliento y ese aliento haća que *nosotras* pudíramos correr// y luchar// y nos daban la fuerza/ los que han venido darles las gracias/ porque/ como bien ha dicho Yunke el clima no era el ḿs adecuado/ para llenar/ el central aunque a ḿ me hubiera gusta(d)o verlo lleno// pero con la gente que ha venido nos ha animado/ y nos ha da(d)o su calor y/ con eso/ a ḿ/ y creo que hablo por el equipo/ nos vale

Ya sea con la primera persona del plural (20, 23), una segunda forma del singular de impersonalizaci3n (21, 22), o incluso los comentarios parent́ticos que identifican la primera persona del singular con el equipo (“y creo que hablo por el equipo” 24), la imagen preferida suele ser la colectiva y la individual queda relegada a un segundo plano de menos importancia. Los jugadores prefieren no crear una identidad que les haga destacar sobre el resto de compa±eros y se diluyen dentro del grupo, al que dan prioridad por encima de ś mismos. Sin embargo, encontramos tambín casos en los que la imagen personal no se funde tanto en el propio grupo, y surge la estrategia de reafirmar la individualidad para generar una identidad reconocible. Es el caso de Sergio Ramos:

- (25) Sergio Ramos (*f́tbol*): al final/ como bien dices/ enn en la ́poca que nos/// que me toc3 tambín vivir con con la mejor// selecci3n de la historia/ donde fuimos campeones de// de las dos Eurocopas y/ del Mundial ́ramos un bloque que/ desde el 2006/ desde/ ese mundial pues/ veníamos pŕcticamente casi siempre los mismos ahora/ estamos en otra/ situaci3n yo creo que/ ah́ en ese/ en esa ́poca donde/ fuimos campeones me toc3// pues ser el joven de// junto con otros jugadores ahora me toca pues/ liderar ser el capitán ser el veterano pero esa fusi3n de j3venes y// y veteranos siempre la/ la habido ¿no?

En esta alternancia entre la primera persona del singular y del plural, Sergio Ramos se muestra parte de un equipo, pero como un miembro totalmente identificable dentro de ́l. Se resiste a fundir su identidad dentro de su grupo, ya que su imagen personal surge continuamente con las marcas de primera persona del singular individualizándolo y volviéndolo una figura totalmente identificable. Esta pretensi3n de ser

identificado como una figura independiente dentro de su grupo puede tener varios beneficios, como mostrarse como un miembro competente y destacado en él y reivindicar la posición que ostenta al ser digno de ella. Es una forma de reafirmación de su rol en la que se sobreentiende que el prestigio adquirido por una persona dentro de un grupo repercutirá en dar una buena imagen colectiva<sup>49</sup>.

#### 4.3. La aserción en el discurso de los capitanes

En la bibliografía sobre el discurso masculino y femenino, suele recogerse que los hombres tienden a realizar un mayor número de afirmaciones tajantes o enunciados aseverados con fuerza<sup>50</sup>. En términos más especializados dentro de la lingüística, se puede decir que los hombres tienden a construir sus discursos con un mayor grado de *aserción*, entendida esta, según palabras de Fuentes Rodríguez<sup>51</sup>, como “el compromiso del hablante ante lo dicho, la asunción, la suscripción de lo dicho”<sup>52</sup>. Esta diferencia encaja en las características del discurso competitivo, relacionado con los hombres, y el discurso cooperativo, relacionado con las mujeres que describe Lozano Domingo<sup>53</sup>. Sin embargo, este rasgo discursivo también es propio del rol de líder. Independientemente del tipo de liderazgo que se esté ejerciendo, se espera que en la toma de decisiones de todo aquel que ostente este rol se ejerza cierto grado de aserción para indicar las directrices que debe seguir el grupo o para establecer su autoridad. Por tanto, será posible encontrar

---

<sup>49</sup> En el discurso parlamentario, también se puede ver cómo los diputados disponen estrategias para destacarse como oradores dentro de su grupo para reivindicar su posición dentro del partido. Así se puede ver en: C. Fuentes Rodríguez (coord.), *Mujer, discurso y parlamento*, Alfar, Sevilla 2018.

<sup>50</sup> Cfr. D. N. Maltz y R. A. Borker, *A cultural approach to male-female miscommunication*, en J. J. Gumperz (ed.), *Language and Social Identity*, Cambridge University Press, Cambridge 1983, pp. 196-216 (p. 198), <https://doi.org/10.1017/CBO9780511620836.013>; I. Lozano Domingo, *Lenguaje femenino, lenguaje masculino ¿Condiciona nuestro sexo la forma de hablar?* (2.ª edición), Minerva Ediciones, Madrid 2005 (p. 183).

<sup>51</sup> C. Fuentes Rodríguez, *Enunciación, aserción y modalidad, tres clásicos*, en “Anuario de Estudios Filológicos”, XXVII, 2004, pp. 121-145.

<sup>52</sup> *Ibid.*, p. 125. Para Grande Alija, la aserción es la forma en la que “el hablante manifiesta su punto de vista, se presenta como garante de lo que dice” y, por tanto, es una expresión también de la subjetividad del hablante: F. J. Grande Alija, *Aproximación a las modalidades enunciativas*, Universidad de León, León 2002 (p. 216).

<sup>53</sup> I. Lozano Domingo, *Lenguaje femenino, lenguaje masculino ¿Condiciona nuestro sexo la forma de hablar?*, op. cit., p. 177 y ss.

tanto en el discurso de capitanas y capitanes cierto grado elevado de aserción.

Por otro lado, el nivel de aserción puede regularse, potenciándose o reduciéndose, a través de varios recursos lingüísticos, principalmente operadores modales (26) y diversas construcciones sintácticas (27):

- (26) Sergio Ramos (fútbol): encarar *quizás*/ los partidos como finales es/ la/ es lo más lógico yy y en este tipo de competición mucho más ¿no? afrontarlos como si fuera el último partido
- (27) Laia Palau (baloncesto): el calor este yoo/ confío en queee/ en que nos va a hacer un poco más aaah invencibles no invencibles pe-rooo/ un poco más fuertes y más duras sobre todo en/ en si hay momentos/ eeh difíciles↑/ que *seguro que* los habrá porque esto es un mundial/ y *seguro que* los habrá↓//

El operador *quizás* (26) ayuda a atenuar la seguridad en lo que se dice, y se deja la puerta abierta a otras opciones que pueden ser igualmente válidas. Cuando se utilizan recursos de mitigación de la aserción desde una posición de liderazgo, normalmente se realiza como una actividad de imagen para mostrar una humildad considerada positiva de cara al público y que busca la empatía con los receptores. Sin embargo, un gran número de recursos también se orientan al refuerzo de la aserción como *seguro que* (27). Con ellos, los capitanes de ambos sexos se muestran seguros de lo que dicen y aparecen como expertos en la materia dentro de su ámbito profesional. Esta estrategia de refuerzo de la aserción es de gran relevancia para afianzar una imagen de liderazgo fuerte y posicionarse como una persona competente para ocupar el puesto de capitán. Por este afianzamiento del rol de líder, en nuestro corpus se registran un mayor número de recursos, tanto en hombres como en mujeres, destinados al refuerzo a la aserción. De todos los recursos utilizados en modular la aserción, en las mujeres el 57,9 % está destinado a reforzarla, en los hombres es el 64,7 % (el resto atenúa la aserción). Aunque la presencia de elementos de refuerzo sea mayor en los hombres, no consideramos que se trate de una diferencia tan significativa. Por tanto, creemos que en esta actividad está más presente el rol de capitán que el de sexo.

Entre todos los recursos con función sobre la aserción destaca el uso de la construcción *creo que* y *yo creo que* a la hora de que los jugadores

den su opinión personal. Como indica Soler Bonafont<sup>54</sup>, es un recurso que puede servir tanto para la atenuación como para la intensificación. Es una construcción propia del plano modal del discurso destinada a indicar la opinión subjetiva del hablante. Esta puede aparecer como una opinión más, pero que no se impone a otras y deja la puerta abierta a otras interpretaciones. En estos casos se ve como un recurso de atenuación de la aserción:

- (28) Irene Paredes (fútbol): las últimas veces cuando nos eliminaron del/ en el mundial/// eeh/// *creo que* también es bueno/ estar un rato mal/ señal de que teee/ de que te importa/

Pero también puede utilizarse para mostrar la opinión propia como una de las más válidas posibles. La posición de autoridad del capitán permite posicionar las valoraciones personales por encima de otras consideradas (por lo general, implícitamente) como menos pertinentes. En estos casos, el valor dominante es el refuerzo a la aserción:

- (29) Periodista: bueno/ lo primero/ qué significa para vosotras/ venir a jugar una ciudad/ de Alcalá de He-eh/ como Alcalá de Henares que es una ciudad de balonmano total  
Silvia Navarro (balonmano): bueno pues estamos encantadas ¿no? *yo creo que*/ que jolines a ver si podemos este sábado dar un/ un buen ejemplo ¿no? de/ de deportistas dar un buen/ un buen juego/ y que la gente pueda disfrutar de nosotras ¿no? *yo creo que*/ esto como ha dicho antes José Jasto ha sido cuna del balonmano y aquí hay/ han habido equipos referentes ¿no? *yo creo* estamos encantadísimas y/ vamos a jugar en un santuario deportivo como se suele decir
- (30) Sergio Ramos (fútbol): independientemente de alguna valoración personal *yo creo que*/ España/ debe estar por encima de cualquier nombre propio/ en ese aspecto/ cuanto antes vayamos dejando el tema y nos centremos en el mundial// pues *yo creo que* mucho mejor para todos

Este refuerzo de la aserción tiende a producirse, sobre todo, cuando aparece el pronombre personal (*yo creo que, creo yo*), que, como señala

<sup>54</sup> M. A. Soler Bonafont, *Usos discursivos de la forma verbal doxástica creo en la interacción oral en español*, en "Sociocultural Pragmatics (soprag)", 8(2), 2020, pp. 204-231.

la *NGLE*<sup>55</sup>, “reitera la informaci3n que proporciona la desinencia verbal, [de tal manera que su enunciaci3n] aporta a menudo ́nfasis (sea o no contrastivo) o alg3n otro tipo de relieve informativo que, por su naturaleza ́tona, las desinencias no pueden proporcionar”<sup>56</sup>. En este caso, la aparici3n del *yo* constituye una forma de individualizaci3n y, por tanto, de refuerzo de la imagen personal por encima de la grupal. Es habitual encontrar el pronombre personal *yo* tanto en hombres como en mujeres para potenciar la aserci3n, aunque es incluso m3s habitual en mujeres que en hombres (41 casos en mujeres frente a 28 registrados en hombres):

- (31) Aroa Gonz3lez (*rugby*): nuestro objetivo *yo creo / y hablo en nombre de todas* eh / hacer lo m3s grande / es un sue1o este mundial / uff [llora]
- (32) R3tulo: 3C3mo han ido los entrenamientos en Pinto?  
Silvia Navarro (balonmano): pues bueno/ tenemos poquito tiempo para entrenar 3no? pero *yo creo* que Jorge lo aprovecha/ bastante bien 3no?/ y respecto a las bajas/ bueno/ ha venido gente nueva y la verdad es que lo est3n haciendo muy bien 3no?/ *yo creo* que hay que preparar esos partidos bien/ y bueno a ver qu3 nos depara el partido de/ de Holanda all3/ y bueno y luego/ intentar hacer un buen resultado aqu3 en Espa1a 3no?
- (33) Sergio Ramos (f3tbol): independientemente de alguna valoraci3n personal *yo creo* que/ Espa1a/ debe estar por encima de cualquier nombre propio/ en ese aspecto/ cuanto antes vayamos dejando el tema y nos centremos en el mundial// pues *yo creo* que mucho mejor para todos/ y como bien dices *yo creo* que// eh pocas personas mejor que Fernando 3no? para/ cubrir ese// esa esa ausencia de de Julen que// que era pues eh/ muy importante

Por lo general, el uso de la construcci3n en nuestro corpus (tanto con el pronombre como sin 3l) se interpreta con un valor de refuerzo a la aserci3n, ya que la opini3n del hablante es la del capit3n, que se erige como una figura de autoridad en el 3mbito comunicativo en el que se desenvuelve. Algo similar sucede en el discurso pol3tico, en el que la expresi3n de la opini3n personal a trav3s de (*yo*) *creo* que de un pol3tico se interpreta como la m3s v3lida por la autoridad que ostenta<sup>57</sup>.

<sup>55</sup> RAE – ASALE, *Nueva Gram3tica de la Lengua espa1ola. Manual*, Madrid, Espasa-Calpe.

<sup>56</sup> *Ibid.*, § 33.3.3a.

<sup>57</sup> Cfr. C. Fuentes Rodr3guez, *La intensificaci3n como estrategia de refuerzo argumentativo en el discurso de parlamentarios y parlamentarias*, en D. Bravo y M. Bernal (eds.), *Perspectivas*

De nuevo, es el rol profesional el que parece determinar el valor de los elementos de aserción en estos contextos y no el sexo de los hablantes. Los recursos de (refuerzo de la) aserción aparecen, entonces, como una forma de ejercer el rol de capitán a través del propio discurso.

#### 4.4. Las perífrasis modales

Otro recurso relacionado hasta cierto punto con la aserción es el uso de perífrasis modales, concretamente, las de obligación. Se suele entender que el capitán da órdenes y establece pautas de actuación a su equipo y entorno. Una de las formas más directas de expresar estas directrices es a través de estas perífrasis modales:

- (34) Laia Palau (baloncesto): o sea y nosotros es el momento que creo yo que estamos en construcción no-/ la gente me pregunta por el equipo deee Río y digo "es que no es el- no- *no podemos hablar* del mismo equipo *ni me puedes eh pedir* los mismos resultados porque/ no estamos en situación pero esto no quiere decir que no podamos volver a repetirlo/ (risas)/ esto está claro
- (35) Rótulo: Os espera Holanda... ¿Cuáles son los mayores peligros?  
Silvia: pues la verdad es que están muy fuertes ¿no? tanto/ en ataque como en defensa ¿no?/ pero bueno/ hay cada partido es un mundo *hay que jugarlo y tenemos que salir a ganar*
- (36) Pau Gasol (baloncesto): cada uno *tiene que hacer* su parte en un equipo es muy importante que cada uno cumpla con su rol/ [¿no? desde los que juegan] más→// a los que no juegan en el banquillo todo el mundo *tiene que estar a una//* ahhhh y es importante eso/ *estarr* mantenerse coon- con fuerza y entender// que es uuuun- que aunque sean veinte o veinticuatro minutos// se hacen- son largos y cualquier cosa puede pasar ¿no? y *hay que limitar* los errores//

En estos ejemplos, los capitanes se erigen como expertos dentro de su ámbito y, por su experiencia y conocimiento, se muestran con la autoridad suficiente para saber cómo comportarse en su deporte o para dar indicaciones a otros de cómo jugar un partido.

En el uso de las perífrasis modales de obligación como elemento propio del discurso de liderazgo de los capitanes sí encontramos una

diferencia significativa entre hombres y mujeres. En el recuento de casos, se han detectado 41 peŕfrasis modales de obligaci3n en hombres y 24 en mujeres. Probablemente, el uso ḿs moderado de este recurso por parte de las mujeres ś responda a una diferencia entre el tipo de liderazgo entre hombres y mujeres. Estas ́ltimas, ḿs relacionadas con un liderazgo ḿs colaborativo, quiźs prefieran evitar este tipo de recurso por su caŕcter tan directo a la hora de establecer pautas de actuaci3n. Las peŕfrasis con sentido de obligaci3n no dejan abiertas otras posibilidades de actuaci3n y suponen la imposici3n de una ́nica ĺnea de actuaci3n. Por ello, no es un recurso preferido para aquellos que opten por una estrategia de imagen ḿs colaborativa. Aunque ciertos recursos de aserci3n tienen un valor similar a estas peŕfrasis, los primeros a ún permiten dar cabida a otras opciones que las ́ltimas invalidan. Quiźs por ello, las capitanas descarten el uso de las peŕfrasis y no de los orientados a reforzar la aserci3n.

## 5. Conclusiones

El ańlisis de los discursos en ruedas de prensa de las capitanas y los capitanes de la Selecci3n espa ́ola en deportes como el f ́tbol, el baloncesto, el balonmano, el *rugby* y el *hockey* sobre hierba muestran que tanto hombres y mujeres se valen de los mismos recursos para mostrarse como ĺderes de sus equipos ante la prensa y el p ́blico. Por lo general, al tratarse de deportes de equipo, los recursos se orientan en ambos sexos a potenciar la filiaci3n con el propio grupo y desarrollar un tipo de liderazgo colaborativo en el que se potencia la solidaridad y los lazos de uni3n con el resto de miembros. Aś, el rol de capitán se muestra como una figura ḿs dentro del equipo, y no como una figura especialmente destacada. Hablar de “jugador” en lugar de “capitán” y el uso de la primera persona del plural o de las formas de impersonalizaci3n son los recursos ḿs habituales para desarrollar la actividad de filiaci3n con el resto del grupo, y la imagen personal se diluye o queda determinada por el equipo al que pertenecen. A veces, ś se detectan intentos de individualizaci3n, como en el caso de Sergio Ramos en el f ́tbol o Rocío Ybarra en el *hockey* sobre hierba, pero no suelen perjudicar ni ensombrecer la imagen de grupo.

En contraste con el esṕritu colaborativo de estos recursos, tambín se observa una amplia tendencia en mujeres y hombres capitanes a re-

forzar la aserción de las informaciones aportadas. A través de elementos como *seguro (que)* o construcciones de potenciación de la opinión personal como *(yo) creo (que)*, los capitanes se muestran seguros en los datos que ofrecen sobre el deporte en el que son profesionales y su autoridad queda validada cuando realizan sus afirmaciones. A pesar de que hay una tendencia clara a reforzar el espíritu de equipo, los capitanes de ambos sexos se muestran como expertos dentro de su ámbito y no dudan de que su experiencia les sirva para expresar opiniones con cierto valor por encima de otras. Esto les sirve, además, para mostrarse fuertes y competentes dentro de su ámbito, sobre todo, ante otros equipos con los que tendrán que competir. Mostrar un alto grado de conocimiento en su materia da una imagen de fuerza y capacidad personal que se proyecta en todo el equipo.

Esta tendencia en el funcionamiento de los recursos empleados en su discurso no da lugar a pensar en que haya grandes diferencias en el discurso de hombres y mujeres deportistas, y que los elementos que componen y estructuran sus intervenciones vienen, más bien, determinados por el carácter colectivo de los deportes de equipos y del rol de capitán dentro de él. Sin embargo, sí se han podido detectar algunos puntos en los que la variable del rol sexual parece adquirir cierta relevancia. Por un lado, la imagen de género (hombre / mujer) sí aparece en algunas ocasiones en el discurso de las deportistas, pero está totalmente ausente en el discurso de los hombres. Esta suele ser utilizada por las mujeres para reivindicar el desarrollo del deporte femenino y relacionar la imagen de este género con actitudes como el esfuerzo, el trabajo o la competitividad, al mismo tiempo que se rechazan otras tradicionalmente atribuidas a este género como la delicadeza, debilidad o sumisión. Asimismo, también se ha observado una mayor tendencia en hombres en el uso de perífrasis modales de obligación. Las perífrasis de obligación son un recurso, por lo general, de un elevado grado de imposición y, por ello, pueden relacionarse con la gestión de un liderazgo en el que queda más marcada la jerarquía. Este tipo de liderazgo suele ser, según la bibliografía, más desarrollado en hombres y por ello no sorprende que su uso sea más extendido en ellos. En cualquier caso, esto no implica que las mujeres deportistas no creen una imagen también de fuerza mediante otros recursos, como los que potencian la aserción, pero parece que tienden a evitar aquellos que pueden perjudicar al espíritu colaborativo en su forma de liderazgo.

Como reflexi3n final de este estudio, creemos que a3n quedan muchos aspectos en los que hay que investigar y profundizar en este 3mbito. En la descripci3n del corpus ya avanzamos en que es necesario seguir creando y recopilando nuevo material en los que se d3 voz a las atletas para confirmar las tendencias en la construcci3n del discurso que hemos observado en nuestro an3lisis. Adem3s, creemos que se deben analizar otras estrategias y recursos discursivos que no est3n directamente relacionados con la gesti3n del rol de capit3n en hombres y mujeres deportistas, pues pensamos que as3 se pueden detectar mayores diferencias en las intervenciones de ambos sexos y sacar a la luz fen3menos complementarios que muestren c3mo ellos y ellas se presentan y se comunican en p3blico. Finalmente, creemos necesario ampliar la investigaci3n a deportes que no sean 3nicamente de equipos, sino tambi3n individuales. De esta forma, creemos que se puede dar una mejor visi3n de las tendencias discursivas generales de hombres y mujeres en el deporte una vez aislado el factor grupal de los deportes de equipo.