

«El desarrollo sostenible en los museos del deporte»

Asunción, Paraguay, 15-17 de noviembre de 2023

Coloquio anual del ICOM-ICMAH «El liderazgo de los museos en la acción climática»

Como líderes en el sector de los museos y el patrimonio cultural, es nuestra responsabilidad estar informados y ser proactivos, modelando y promoviendo la transición hacia soluciones más sostenibles y respetuosas con el clima para nuestros museos, nuestras comunidades y nuestro mundo. ¿Qué tipo de competencias debemos adquirir? ¿Cuál es el nuevo programa de estudios para el sector museístico a nivel universitario y para la formación continua? ¿Qué nuevas perspectivas, políticas, prácticas y programas deberíamos adoptar? ¿Cómo inspirar y apoyar soluciones innovadoras? ¿Cómo educar e implicar a los donantes, socios, comunidades y generaciones jóvenes? ¿Cómo podemos comunicar eficazmente lo que hacemos? ¿Cómo sabemos cuándo y si estamos marcando la diferencia?

Participantes:

- **Burçak Madran**, presidenta de ICMAH (burcakmadran@gmail.com)
- **Marie Grasse**, conservadora jefe y directora del Museo Nacional del Deporte, Francia, moderadora del grupo Deporte. (marie.grasse@museedusport.fr)
- **Olivier Cogne**, director del Museo Dauphinois de Grenoble (olivier.cogne@isere.fr)
- **Renata Maria Beltrão Lacerda**, coordinadora general de comunicación y marketing del Museo del Fútbol de São Paulo, Brasil (renabeltrao@gmail.com)
- **Cristina Mitidieri**, investigadora en patrimonio deportivo y museología en la Universidad UNIRIO, Brasil (cristinamitidieri15@gmail.com)
- **Janice Smith**, presidenta y directora de operaciones del Panteón de los Deportes Canadienses (jsmith@cshof.ca)
- **John Palfrey**, coordinador del consejo científico de ECROS y director de relaciones con Olympic Channel, (jhpalfrey@yahoo.fr)
- **Mafalda Magalhaes**, directora del museo FC Porto, Portugal, (mafalda.magalhaes@fcporto.pt)



Workshop - 8

SPORTS IN THE MUSEUMS

“SPORTS MUSEUMS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”

17 November 2023, Paraguay

CET 4PM to 6PM

Hybrid format

information and registration
secretary.icmah@icom.museum



ANTES DE

Hoy presentamos la continuación del trabajo del Comité de Deportes de la ICMAH, que se adentra por primera vez en el campo del desarrollo sostenible. El comité «Museos del Deporte», cuya comunidad ha ido creciendo año tras año, se presenta oficialmente a todos los comités internacionales por primera vez.

Cuando hablamos de desarrollo sostenible, es natural pensar en cuestiones relacionadas con el territorio y el medio ambiente. Por ello, hemos seleccionado algunos ejemplos concretos, tanto prácticos como teóricos, para trazar la historia y las medidas actuales adoptadas para promover la acción climática a diferentes niveles, centrándonos siempre en el y el patrimonio deportivo.

Si bien este tema tiene un significado especial para Francia en este año 2024, veremos que ya era importante en Grenoble hace 50 años.

Las acciones aisladas complementan las operaciones a gran escala y contribuyen a la ambición internacional de preservación del medio ambiente.

Pienso en la creación de una red de museos deportivos en todo Canadá para debatir y actuar en favor del desarrollo sostenible. También pienso en el continente que nos acoge hoy, Sudamérica, y más concretamente, Brasil, donde se realizó una encuesta sobre las acciones relacionadas con el clima en los museos deportivos en 2022.

Por supuesto, es imposible abarcarlo todo en una sesión de medio día, por lo que nos hemos centrado en la comunicación y la implementación de acciones climáticas dentro de los museos deportivos.

Marie Grasse
Coordinadora del taller

PRÓLOGO

Hoy presentamos la continuación del trabajo del comité de deporte de la ICMAH, adentrándonos por primera vez en el terreno del desarrollo sostenible.

Cuando se habla de desarrollo sostenible, el pensamiento se centra en cuestiones relacionadas con el territorio y el medio ambiente. Por ello, hemos seleccionado algunos ejemplos específicos, tanto prácticos como teóricos, para repasar la historia y la actualidad de las medidas adoptadas en favor de la acción climática a diferentes escalas, centrándonos siempre centrándonos en el ámbito museístico y el patrimonio deportivo.

Si bien este tema es muy importante para Francia en este año 2024, veremos que ya lo era en Grenoble hace 50 años. Las acciones aisladas complementan las operaciones a gran escala y responden a la ambición internacional de preservar el medio ambiente. Pienso en la creación de una red de museos deportivos en el territorio canadiense con el fin de debatir y actuar en favor del desarrollo sostenible.

Pienso también en el continente que nos acoge hoy, Sudamérica, y más concretamente en Brasil, donde un

En 2022 se llevó a cabo un censo de las acciones climáticas en los museos deportivos.

No es posible tratar todo en medio día, por lo que nos centramos en cómo comunicar y poner en marcha las acciones en favor del clima en los museos deportivos.

Marie Grasse
Coordinadora del taller

Informe

EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LOS MUSEOS DEPORTIVOS

17 de noviembre de 2023, Asunción

- **Marie Grasse**, «El desarrollo sostenible en los museos deportivos con vistas a los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2024»

El Museo Nacional del Deporte, al que represento hoy, depende tanto del Ministerio de Cultura como del Ministerio de Deportes. Este último ha sabido posicionarse y trabajar en favor de una política global sostenible; desde 2017, el Ministerio de Deportes y Juegos Olímpicos y Paralímpicos ha puesto en marcha la Carta de los 15 compromisos ecológicos destinados a los organizadores de eventos deportivos. En la misma línea, el Comité Organizador de los Juegos ha participado en la iniciativa «Sports for Climate Action» de la CMNUCC (Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático).



Al asumir el reto del desarrollo sostenible para su 33.^a Olimpiada, el Comité Olímpico Internacional destaca la sobriedad y la responsabilidad ecológica de los Juegos: el 95 % de los eventos se celebrarán en instalaciones ya existentes o en infraestructuras temporales, desmontables y reutilizables. Al término de los Juegos, el Museo Nacional del Deporte se beneficiará de la

donación de algunas de estas infraestructuras temporales, que se exhibirán con fines educativos, como testimonio de la importancia de la celebración de los Juegos en París y de los valores que promueven.

El papel del museo no es solo restituir el pasado, sino también, al igual que el patrimonio científico y técnico, seleccionar y conservar los elementos expresivos de las producciones contemporáneas que puedan contribuir a la información y la educación de las generaciones futuras. Por lo tanto, es importante que los eventos deportivos y los museos sociales colaboren, documenten y analicen las medidas adoptadas por estos juegos, en este caso concreto, en favor del desarrollo sostenible a escala nacional, y que progresivamente pretendan entrar en la esfera privada de todos y cada uno de nosotros. Una de las principales misiones de un museo sigue siendo la pedagogía. Al documentar y presentar las acciones de cambio, los museos deportivos, históricos y sociales, en colaboración con los Estados, participan en la educación de una generación de actores comprometidos con el clima.

Los Juegos Olímpicos de París 2024 tienen como objetivo organizar los «primeros juegos éticos, responsables y sostenibles». Por lo tanto, Francia se ha fijado el objetivo de reducir en un 55 % la huella de carbono en comparación con los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Londres en 2012 y Río en 2016.

The link between the Olympic Games and Sustainable Development

Les liens entre les Jeux et le Développement Durable

1994

International Olympic Committee (IOC) makes sustainability the 3rd pillar of the olympic spirit.

Le Comité International Olympique (CIO) ajoute l'environnement comme 3e pilier à l'esprit olympique.

2015

United Nations (UN) propose a line of work towards a better future through sports. In 2016 the IOC establishes a strategy based on the UN proposition.

L'Organisation des Nations Unies (ONU) propose un projet d'un monde durable à travers le sport. En 2016, le CIO établit une stratégie de durabilité basée sur la proposition de l'ONU.

La incorporación de la sostenibilidad en el deporte y los Juegos Olímpicos se ha ido produciendo de forma gradual:

En 1994, el Comité Olímpico Internacional (COI) añadió el medio ambiente como tercer pilar del espíritu olímpico.

En 1999, el COI publicó y adoptó su Agenda 21 «El deporte para el desarrollo sostenible».

En 2014, la sostenibilidad se incluyó en la Agenda Olímpica 2020: el Comité Olímpico Internacional (COI) considera que el medio ambiente forma parte integrante del olimpismo, al igual que el deporte y la cultura.

En 2015, las Naciones Unidas proponen un proyecto para un mundo mejor y más sostenible a través del deporte.

En 2016, el COI estableció una Estrategia de Sostenibilidad en la que se menciona ampliamente la contribución de los Juegos Olímpicos a la Agenda 2030 y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) adoptados en 2015 por la ONU.

En 2017, el Comité Organizador de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio 2020 (TOCOG) publicó un primer Plan de Sostenibilidad (segunda versión en junio de 2018).



Este plan detalla la contribución de estos Juegos Olímpicos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo metas y medidas específicas al respecto, y establece los ejes principales de sostenibilidad de los Juegos Olímpicos de Tokio: el cambio climático, la gestión de los recursos, la naturaleza y la biodiversidad, los derechos

humanos, trabajo y comercio justo, participación, cooperación y comunicación.

Dos ciudades sede de los Juegos Olímpicos han desempeñado un papel pionero en el ámbito de la protección del medio ambiente: Lillehammer (Noruega), que se propuso convertir los Juegos Olímpicos de Invierno de 1994 en un escaparate de las políticas medioambientales del país, y Sídney (Australia) en 2000, que estableció nuevas normas medioambientales en los ámbitos de la energía, la conservación del agua, la reducción de residuos, la prevención de la contaminación y la protección del medio natural. Desde entonces, el aspecto medioambiental ha cobrado rápidamente importancia, desde el proceso de candidatura hasta la organización de los Juegos y la entrega del proyecto olímpico. Los Juegos de 2010 en Vancouver y los de 2012 en Londres son, respectivamente, los primeros Juegos Olímpicos de invierno y de verano que se consideran Juegos Olímpicos que han tenido en cuenta el desarrollo sostenible. En 2020, los Juegos Olímpicos de Tokio se inscriben en este marco y muestran la voluntad de Japón de celebrar «los primeros Juegos Olímpicos de los ODS».

The Sustainable Development Goals to which the IOC aims to contribute
Les objectifs du développement durable auxquels le CIO vise à contribuer

1994
Lillehammer (Norway)

Used the Olympic Games as a political display of the sustainable actions taken in the country

A fait des Jeux la vitrine des politiques environnementales menées dans le pays



©IOC

2000
Sydney (Australia)

Established new environmental norms for energy, water, waste reduction, preventions and protection of natural environments

A établi de nouvelles normes environnementales dans les domaines de l'énergie, de l'eau, de la réduction des déchets et de la protection du milieu naturel.



Por su parte, los Juegos Olímpicos de París 2024 tienen como objetivo organizar los «primeros juegos éticos, responsables y sostenibles». Por lo tanto, Francia se ha fijado el objetivo de reducir en un 55 % la huella de carbono en comparación con los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Londres en 2012 y Río en 2016. La estrategia de sostenibilidad elaborada por París 2024 y respaldada por WWF Francia,

el Centro Yunus y UNICEF Francia, se alinearía íntegramente con el Acuerdo de París sobre el clima y los ODS de la Agenda 2030.

Para lograrlo, se han previsto varias medidas: limitar los espacios utilizados (lucha contra la expansión urbana): los Juegos Olímpicos de París utilizarán en un 95 % instalaciones ya existentes o temporales y agruparán las sedes de competición, que estarán situadas cerca de la villa olímpica (para limitar los desplazamientos y las emisiones de gases de efecto invernadero); en cuanto a las construcciones: pocas construcciones nuevas (pueblo y piscina olímpica) y uso de materiales de origen biológico y normas de construcción reforzadas (normas medioambientales y de rendimiento energética); suministro 100 % renovable y alimentación (circuitos cortos); uso de transportes limpios (transporte público línea 16, línea olímpica, bicicleta, marcha); limitar los residuos: 100 % de materiales productos para las instalaciones y mobiliario

Las instalaciones temporales se reutilizarán tras los Juegos Olímpicos. La villa olímpica se transformará en un barrio mixto sostenible, una «ciudad ecológica».

Además de ser testigos de estas iniciativas, exponiendo las antorchas o los carteles que ilustran, por ejemplo, estos juegos y comentándolos en visitas guiadas, los museos pueden reflexionar sobre el fenómeno deportivo desde los puntos de vista histórico, sociológico, antropológico y económico: más allá de las actuaciones de los atletas o la invención de héroes nacionales... aunque a veces resulte difícil medir el impacto social.

Major ambitions of the energy transition law and accelerating effects of the Olympic Games in Paris

Ambition majeure de la loi de transition énergétique et effets accélérateurs des Jeux Olympiques à Paris

Ambitions majeures de la Loi de Transition Énergétique	Effets accélérateurs des Jeux Olympiques à Paris
➤ Réduire la consommation totale d'énergie : ➢ Diviser par deux la consommation d'ici à 2050	➤ Les infrastructures utilisées pour les Jeux (stades, village olympique, hôtels, ...) devront être à basse consommation et donc favoriser la baisse de la consommation d'énergie
➤ Diversifier le mix énergétique : ➢ Réduire à 30% en 2030 la part des énergies fossiles ➢ Augmenter à 32% en 2030 la part des énergies renouvelables	➤ L'intégration des EnR pour alimenter les infrastructures olympiques augmentera la part des énergies renouvelables dans le mix énergétique de la capitale
➤ Renforcer la gestion des déchets : ➢ Réduire de 7% les quantités de déchets ménagers produits en 2020 par rapport à 2010	➤ Le recyclage et la valorisation des déchets pour la construction des sites olympiques et l'organisation des Jeux, l'objectif est d'atteindre d'ici 2024 : ➢ 0% d'enfouissement ➢ 65% de recyclage ➢ 35% de valorisation énergétique
➤ Améliorer l'efficacité énergétique des bâtiments : ➢ Rénover énergétiquement 500 000 logements par an à compter de 2017 ➢ Appliquer le standard « bâtiment basse consommation » (BBC) à toutes nouvelles constructions en 2050	➤ La rénovation des centres internationaux de séjour Ravel et Kellermann ➤ L'établissement d'un Contrat de Performance Énergétique sur 10 piscines
➤ Réduire les émissions de gaz à effet de serre liées au transport ➢ Augmenter à 15 % la part des carburants d'origine renouvelable en 2030 ➢ Disposer de 7 millions de points de charge pour les véhicules électriques en 2030	➤ Le développement de la mobilité prévoit des pistes cyclables reliant tous les sites olympiques, l'objectif est d'atteindre d'ici 2020 : ➢ 15% pour la part des déplacements à vélo ➢ 1 400 km de bandes cyclables

©Légifrance



Objectifs pour les premiers Jeux Olympiques alignés sur l'accord de Paris



Objectifs pour les 1ers Jeux alignés sur l'Accord de Paris

#Paris2024



-55 %

d'émissions de gaz à effet de serre par rapport à Londres 2012



100 %

d'approvisionnement en énergies renouvelables



100 %

de l'alimentation certifiée



100 %

des sites accessibles en transports en commun et en vélo

©WWF



de un evento deportivo. Por esta razón, el Museo Nacional del Deporte se concibe como un taller de reflexión que propone amplias problemáticas a partir de las cuales se elaboran exposiciones temporales. De hecho, la función de los museos sigue siendo esencialmente la de revelar la evolución de las sociedades, en este caso, reflejar el mundo del deporte.

- **Olivier Cogne**, «Cómo los Juegos Olímpicos de Grenoble cambiaron el departamento de Isère a finales de los años sesenta: ¿cuál es el legado 55 años después?».

La celebración de los Juegos Olímpicos suele conllevar importantes proyectos de remodelación, que afectan tanto al ámbito deportivo como a las infraestructuras públicas. Ante la proximidad de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2024, la principal ambición de la candidatura de París se centraba en medidas y acciones en favor del desarrollo sostenible.

Pero, ¿cuál era la situación en Grenoble en 1968? El caso de la ciudad de Grenoble, sede de los Juegos Olímpicos de Invierno de 1968, sigue sirviendo de testimonio histórico de los retos económicos, medioambientales y patrimoniales que cristalizaron en torno a estos eventos internacionales. Las instalaciones deportivas y las infraestructuras construidas para los Juegos Olímpicos suelen tener un uso limitado más allá de su función olímpica y rara vez se demuelen. Llevan consigo la memoria olímpica, estrechamente ligada a una forma de gloria atemporal.

Los Juegos Olímpicos provocaron el cambio más significativo para el territorio de Isère durante el siglo XX, con la construcción de nuevas carreteras, autopistas, edificios públicos y residenciales, así como instalaciones deportivas específicas. Solo el 10 % del presupuesto se destinó a la construcción de instalaciones deportivas, mientras que el resto se utilizó para financiar el desarrollo del territorio; 55 años después, la mayoría de las instalaciones olímpicas están obsoletas o ya no se utilizan.

Por primera vez en la historia, los Juegos Olímpicos se retransmitieron en directo y en color por la televisión internacional, en Grenoble en 1968. Estos juegos se caracterizaron por las importantes actuaciones de los deportistas franceses, que obtuvieron ocho medallas, tres de ellas de oro para Jean-Claude Killy. El proyecto olímpico de Grenoble tuvo una fuerte dimensión cultural con la inauguración de la Maison de la Culture en Grenoble, la rehabilitación del Musée dauphinois y el primer simposio internacional de escultura; las esculturas siguen en pie, pero han caído en el olvido en el espacio público.

En febrero de 1968, Paris Match escribía: «Francia descubre que tiene una metrópolis del año 2000». Hoy en día, estas estructuras se perciben a menudo como «vestigios fantasmales de una gloria deportiva, económica y geopolítica más o menos teñida de nacionalismo». Esta plataforma de salto de esquí de los Juegos de Grenoble de 1968, construida en Saint-Nizier-du-Moucherotte, al igual que muchas otras instalaciones de salto de esquí en todo el mundo, tuvo poca utilidad más allá de su función olímpica. Mientras que algunos vestigios de este legado olímpico siguen cumpliendo su función hoy en día, otros, más o menos abandonados, plantean cuestiones políticas y medioambientales.

- **Renata Maria Beltrão Lacerda**, «Género y desarrollo sostenible en el Museu do Futebol (Brasil)».

Este artículo es una versión ampliada del trabajo presentado oralmente en el 8.º taller del ICMAH sobre museos deportivos y desarrollo sostenible, celebrado el 17 de noviembre de 2023 en Hernandarias, Paraguay. En aquella ocasión, realicé una presentación con fotografías y tablas que ayudan a comprender parte de la información y, sobre todo, ofrecen una idea visual de las exposiciones mencionadas. La presentación también se puso a disposición del ICMAH con este documento, pero en un orden ligeramente diferente. Para facilitar la lectura, he hecho referencia a las diapositivas correspondientes a lo largo del texto para que puedan consultarse simultáneamente.

El Museu do Futebol (Museo del Fútbol) es una institución reciente en el panorama museístico brasileño, inaugurada en 2008 en un encantador estadio art déco de la década de 1940, situado en la zona oeste de la ciudad de São Paulo, la mayor metrópoli del país y una de las ciudades más grandes del mundo. Se trata de un museo público perteneciente a la Secretaría de Cultura, Economía e Industria Creativa del Gobierno del Estado



de São Paulo y gestionado por una organización sociocultural sin ánimo de lucro.

A pesar de la importancia que se le da a este deporte en el país, y de su papel fundamental en la proyección de la imagen de Brasil en el mundo, era el primer museo dedicado al fútbol brasileño. Hasta entonces, solo había

memoriales de clubes o salas de trofeos, centrados en sus propios logros. El Museu do Futebol no tenía precedentes en cuanto a su alcance temático. Además, ofrecía un enfoque único del fútbol a través del prisma de la cultura: el deporte se presentaba no solo a través de la dinámica del juego, sino sobre todo como un elemento constitutivo de la identidad brasileña tal y como se fue forjando a lo largo del siglo XX.

En el momento de la inauguración, también se llamó la atención sobre la falta de objetos expuestos. Al igual que el Museu da Língua Portuguesa, inaugurado dos años antes, el Museu do Futebol se concibió como un «museo de experiencias», haciendo hincapié en los recursos audiovisuales e interactivos integrados en una expografía central a su propuesta. A lo largo de la exposición permanente, se pueden encontrar más de 1500 imágenes y vídeos, no solo sobre fútbol, sino también sobre el contexto histórico más amplio en el que se desarrolló. Había algunos objetos tridimensionales, principalmente balones y botas. Solo hay un objeto de importancia histórica, colocado en un lugar destacado de la exposición: una de las dos camisetas que Pelé llevó en la final de la Copa del Mundo de 1970 contra Italia, en México, cuando Brasil ganó su tercer título.

Aunque la ausencia de reliquias como trofeos y medallas sorprendió a algunos sectores de la prensa, pronto dejó de ser un tema de debate. El Museu do Futebol se ha consolidado rápidamente como una importante atracción turística en la ciudad de São Paulo y un aliado del sistema educativo formal, siendo muy popular entre los grupos escolares públicos y privados. Recibe más de 300 000 visitantes al año, llegando a los 420 000 en 2014, durante la Copa Mundial de la FIFA masculina que se celebró en Brasil, cifras bastante elevadas en el contexto de los museos brasileños.

También es un museo de iniciación: los estudios públicos realizados por la institución muestran que, para muchos visitantes, entrar en el Museu do Futebol significa entrar en un museo por primera vez en su vida.

La invisibilización del fútbol femenino

Si bien la ausencia de objetos se notó de inmediato y, en gran medida, contribuyó a forjar la imagen del Museu do Futebol como un «museo diferente», otra ausencia pasó completamente desapercibida. Entre las más de 1500 imágenes expuestas, solo aparecía una jugadora de fútbol: Marta Vieira da Silva, que aparecía en dos vídeos. En uno de ellos, recibía el Balón de Oro al mejor jugador del mundo en 2008. El otro era una recopilación de algunas de sus brillantes jugadas mostradas en una pequeña pantalla de tableta montada en un gran

panel amarillo titulado «Fútbol femenino», en una sala de exposición llamada «Cifras y curiosidades».

Para el Museu do Futebol, el fútbol femenino era, por tanto, algo casi exótico. Las mujeres aparecían por miles a lo largo de la exposición, pero siempre en fotografías o vídeos cuyo



función era representar los contextos de de la época, ya fueran sociales, políticos o culturales. En el ámbito del fútbol profesional, aparte de Marta, solo aparecía la árbitra Sílvia Regina, casi escondida entre cientos de actrices, cantantes, modelos, amas de casa, esposas, aficionados y, por supuesto, jugadores masculinos.

No es casualidad que un estudio de perfil público realizado en 2009, seis meses después de la inauguración, revelara que el 70,1 % de los visitantes del Museu do Futebol eran hombres. Se trataba de una situación sin precedentes entre los museos brasileños, donde la presencia de hombres y mujeres suele estar equilibrada, con una ligera mayoría de mujeres (Lacerda y Bruno, 2022). Como señala Adriana Mortara Almeida (1995), «los museos definen su imagen para el público y también han creado su imagen del público», atrayendo principalmente a aquellos que se identifican previamente con su propuesta.

¿Cómo podía el museo representar la identidad nacional a través del fútbol si la

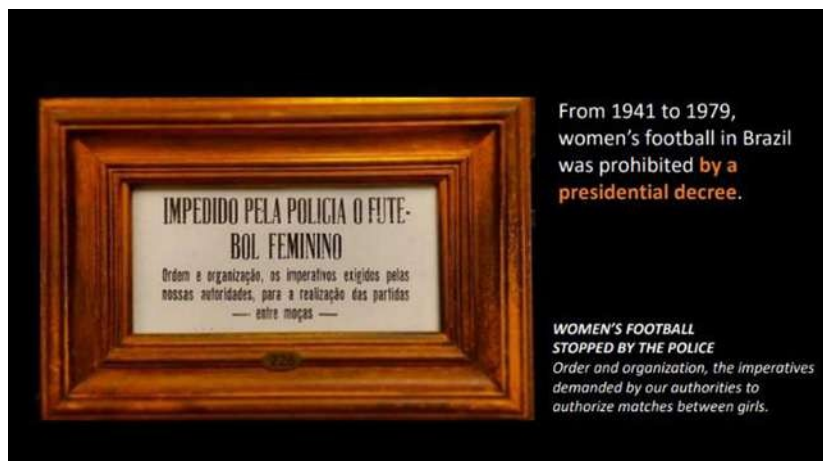


“Like other cultural institutions, museums attract the visitors who identify with their concepts. Over the years, museums have defined their image for the public and also have created their image of the public”.

Adriana Mortara ALMEIDA (1995)

mitad de la nación no estaba representada en ese contexto?

Para comprender cómo era posible esto, debemos remontarnos a la historia. Entre 1941 y 1979, las mujeres brasileñas tenían prohibido practicar «deportes incompatibles con las condiciones de su naturaleza», tal y como establecía el decreto ley firmado por el presidente dictador Getúlio Vargas (1882-1954). En la legislación no se mencionaba ningún deporte en concreto, pero estaba claro que se refería al fútbol.



El deporte inglés se introdujo en Brasil a finales del siglo XIX como una práctica de la élite, pero rápidamente se popularizó, en un proceso de ampliación de los lugares y las formas de práctica similar al que se produjo en otros países. En 1933, el paso del amateurismo al profesionalismo permitió la aceptación de jugadores negros en los clubes. En la misma época, se pusieron en marcha proyectos para construir grandes estadios de fútbol con el fin de acoger a multitudes de aficionados y servir de monumentos a una nación que buscaba proyectar una imagen moderna y grandiosa.

Las mujeres, por supuesto, también querían desempeñar un papel activo en el deporte, que invadía los periódicos, los programas de radio, las conversaciones y los espacios públicos. Y, de hecho, lo hicieron tímidamente a lo largo de los años veinte y treinta en diversas regiones de Brasil, aunque no sin algunos inconvenientes (Bonfim, 2019). La idea de modernidad, que incluía la construcción de cuerpos aptos para servir a la nación, era ambigua en lo que respecta a las mujeres. Debían ser lo suficientemente fuertes para hacer las tareas domésticas, pero no demasiado fuertes. Bonitas, pero no musculosas. Debían hacer ejercicio, pero preferiblemente en casa. No debían ser competitivas ni participar en prácticas consideradas violentas. En resumen, nada que pudiera obstaculizar su función principal de ser buenas esposas y madres (Goellner, 1995).

La práctica del fútbol por parte de las mujeres fue objeto de controversia en la prensa, con medios de comunicación favorables y otros radicalmente opuestos, estos últimos con un discurso moralista basado en argumentos médicos en boga en la época, como el riesgo para la fertilidad de las mujeres que jugaban. En cualquier caso, el deporte ganó popularidad entre las mujeres en la década de 1930, especialmente en Río de Janeiro, entonces capital federal. Tanto es así que, en 1940, las celebraciones de la inauguración del estadio Pacaembu de São Paulo —el más grande de Brasil en aquella época, el mismo que albergaría el Museu do Futebol en el futuro— incluyeron en su programa oficial un partido entre dos equipos femeninos de Río de Janeiro. El estadio se llenó para verlas jugar. Las repercusiones fueron enormes y la ira de quienes se oponían a esta práctica se intensificó, con una virulenta campaña en la prensa que desencadenó el lobby para prohibir el deporte a las mujeres, lo que efectivamente ocurrió 11 meses después del partido.

La prohibición no impidió por completo que las mujeres jugaran al fútbol, pero tuvo el efecto de excluirlo de la esfera pública hasta tal punto que el deporte, ya ampliamente dominado por los hombres, se naturalizó como una actividad exclusivamente masculina. La inscripción «Fútbol femenino» en la sala «Cifras y curiosidades» incluía un pequeño texto sobre la prohibición que ni siquiera el personal del museo parecía haber notado. «La información estaba ahí, pero no llamaba la atención», declaró la antropóloga Daniela Alfonsi, que trabajó en la institución de 2008 a 2019 y como directora técnica a partir de 2014 (Lacerda, 2023).

Género, poder y fútbol

El fútbol femenino fue boicoteado en muchos otros países, como Inglaterra, Francia y Alemania. En general, las maniobras de las federaciones y asociaciones responsables de la organización del deporte dificultaron tanto el acceso de los equipos femeninos a los campos de entrenamiento y juego que la práctica acabó por desaparecer. Pero la prohibición del juego como política de Estado era inusual incluso en aquella época, una jaboticaba¹³ típicamente brasileña, plantada durante la dictadura de Getúlio Vargas y cosechada de nuevo en 1965 durante otra dictadura, la de los militares, cuando la resolución del Consejo Nacional del Deporte especificó las normas de la prohibición. Desde entonces, no solo el fútbol en

¹³ La dulce fruta negra que crece directamente en el tronco del árbol es endémica de Brasil y se ha convertido en una metáfora de todo —producto o situación, bueno o malo— que solo ocurre aquí.

El terreno estaba prohibido para las mujeres brasileñas, pero también el fútbol sala y playa, la lucha libre, el waterpolo, el polo, el rugby, el levantamiento de pesas y el béisbol.

La prohibición no se levantó hasta 1979 (para todos los deportes) y el fútbol no se reguló de manera efectiva hasta 1983, cuando comenzaron a organizarse campeonatos oficiales. Esto no supuso un avance inmediato. Los pocos equipos que se formaron se mantuvieron en condiciones precarias, sin estructura de apoyo y con jugadoras que tenían que buscar otros empleos para compensar la falta de salario como futbolistas. El inicio de la fase regulada del fútbol femenino también estuvo marcado por episodios absurdos de sexismo, como la organización de un campeonato estatal en São Paulo en 2001, cuyo reglamento establecía la selección de las jugadoras en función de su apariencia, con la intención declarada de atraer al público masculino (Arruda, 2001). «Guapa», en este caso, era sinónimo de blanca, rubia y de ojos claros, como las modelos que aparecían en el material promocional del torneo, en un acto flagrante de racismo. Placar, la revista deportiva más importante de Brasil, publicó varias portadas entre los años 80 y 90 en las que se minimizaba el fútbol femenino y se cosificaba a las jugadoras (Leal y Mesquita, 2022).

Así, si el fútbol explica Brasil, como dice el cliché, también se puede decir que la historia del fútbol femenino contribuye a explicar la desigualdad de género en Brasil. Si «el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias percibidas entre los sexos, y el género es una forma fundamental de significar las relaciones de poder», como lo define la historiadora estadounidense Joan Scott (1995),

GENDER

“Gender is a constitutive element of social relationships based on **perceived differences** between the sexes, and gender is a **primary way of signifying relationships of power**”.

(Joan SCOTT, 1995)

el fútbol se ha utilizado a lo largo del siglo XX en Brasil como un medio para afirmar las diferencias y permitir a los hombres ejercer su poder sobre las mujeres.

En este sentido, la invisibilidad ha sido un arma extremadamente eficaz. Las niñas de mi generación crecieron sin ver a mujeres jugar al fútbol, ya fuera en estadios, campos, televisión o incluso en calles y plazas, como siempre ha sido habitual para los niños y hombres brasileños.

Tampoco ha sido nunca fácil para las mujeres ser aficionadas, y mucho menos ir a los estadios de fútbol. Más allá de la posibilidad de acoso, es un entorno en el que se nos trata como si fuéramos incapaces de comprender las reglas básicas del juego. Lo que considero más grave es que la historia de la prohibición en sí misma ha sido borrada y, hasta la fecha, es poco conocida en Brasil, incluso entre los círculos académicos o las personas bien informadas. El resultado es la reafirmación del deporte como un entorno masculino, como si las diferencias entre el nivel alcanzado por los hombres y las mujeres brasileños fueran el resultado natural de la inevitable incapacidad de las mujeres para jugar al fútbol.

Objetivo número 5: Igualdad de género

Este conjunto de invisibilidades nos indica que el hecho de ser mujer nos excluye de ciertos espacios y experiencias, incluyendo, entre otros, el fútbol. La desigualdad de género conlleva diferencias en los salarios y las condiciones laborales, la calidad de vida, las perspectivas de estudio y los riesgos de violencia y muerte, tanto dentro como fuera del hogar. Brasil ocupa actualmente el quinto lugar en el mundo en cuanto al número de feminicidios. Solo en 2022, 1 350 mujeres brasileñas fueron asesinadas por su género (Moura, 2023).

No es casualidad que las Naciones Unidas hayan incluido la igualdad de género entre los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible, concretamente en el número 5. Según la ONU, los ODS «son integrales e indivisibles, y equilibran las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y medioambiental» (ONU, s. f.). Aunque la dimensión medioambiental ha cobrado importancia ante la urgencia climática, hasta convertirse prácticamente en sinónimo de sostenibilidad, la ONU nos recuerda de forma inequívoca que no hay verdadero desarrollo si persisten las desigualdades.

THE DIMENSIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

"They [the SDGs] are integrated and indivisible and balance the three dimensions of sustainable development: the economic, social and environmental" (UN)



¿Y qué tienen que ver los museos con esto? Los museos se han desarrollado históricamente como instrumentos de legitimación de determinados proyectos — aristocráticos, ilustrados, colonialistas, nacionalistas, capitalistas— y han sido escenarios de la artificialización de las relaciones de género (Lacerda, 2023), informando y educando al público sobre lo que es verdadero y correcto en lo que respecta al desempeño femenino y masculino, al tiempo que se apoyaba esta división binaria en los modos de existencia.

Los museos se basan en una lógica androcentrista, entendida como «la forma en que las experiencias masculinas se consideran las experiencias de todos los seres humanos y se perciben como una norma universal tanto para los hombres como para las mujeres» (Audebert, Wichers y Queiroz, 2019)— y han desempeñado un papel activo a lo largo de la historia en la normalización de las relaciones sociales, incluso desde el punto de vista del género (Brulon, 2019).

GENDER

"[The androcentric logic in which museums operate] is the way in which **male experiences are considered as the experiences of all human beings** and regarded as a universal norm, applicable to both men and women."

(Ana AUDEBERT, Camila WICHERS; Marijara QUEIROZ, 2017)

Así, los museos forman parte del problema al legitimar el establecimiento de relaciones de poder basadas en las diferencias percibidas entre los sexos, dando lugar a representaciones estereotipadas de género. Y esto ocurre de diversas maneras: no solo en lo que presentan en sus exposiciones, sino también en la forma en que constituyen sus colecciones, en la elección de la información que deciden transmitir sobre los objetos, en la selección de sus características temáticas.

Sin embargo, los museos también pueden adoptar lo que Aida Rechená (2011) denomina una «dinámica de intervención» en la sociedad, contribuyendo de manera concreta a la igualdad de los sexos, si aceptan la responsabilidad de

GENDER

Museums can be places for the construction of new, dissenting social representations. Therefore, they can adopt an interventionist dynamic within society.

(Aida RECHENA, 2011)

formar nuevas representaciones sociales, mostrando al público puntos de vista divergentes, hasta que finalmente asuman la posición del sentido común.

2015: Visibilidad para el fútbol femenino

Una combinación de factores ha contribuido a que el Museu do Futebol comience a cuestionarse la ausencia del fútbol femenino en sus exposiciones.

En 2007, la FIFA anunció que Brasil sería la sede de la Copa Mundial de 2014. Por lo tanto, el Museu do Futebol ya tenía el megaevento en el horizonte cuando aún se encontraba en fase de creación, especialmente durante las negociaciones con los patrocinadores. La Copa del Mundo iba a ser la primera gran cita de la nueva institución y, de hecho, hasta la fecha, ese año ostenta el récord de mayor número de visitantes del museo, exactamente 419 201 personas. Durante la Copa del Mundo, Brasil organizó una gran fiesta para recibir a aficionados de todo el mundo, pero hubo protestas en muchas partes del país contra el gasto exorbitante en los nuevos estadios y el desplazamiento de comunidades enteras. Por supuesto, también hubo la derrota por 7-1 ante Alemania. Tras la fiesta y la resaca posterior, 2015 sería la definición misma de un anticlímax.

Además del fútbol, también fue un año de recesión económica, lo que provocó una reducción del presupuesto cultural del estado de São Paulo. El Museu do Futebol no dispondría de los recursos necesarios para organizar una gran exposición temporal como estaba previsto, y parte del equipo del departamento educativo tuvo que ser despedido. Por otra parte, el equipo técnico llevaba varios años trabajando en estrecha colaboración con universidades para intentar legitimar el Museu do Futebol como institución relevante. Fue durante este proceso cuando el equipo entró en contacto de forma más significativa con la historia del fútbol femenino en Brasil, gracias a

relaciones con investigadoras (e investigadores) sobre el tema. La ausencia del fútbol femenino comenzaba a preocupar al personal, compuesto principalmente por mujeres.

Por estas razones, la Copa Mundial Femenina de la FIFA entró por primera vez en el radar del museo como posible tema de trabajo. En 2015, el torneo debía celebrarse en Canadá, y en Brasil casi ni se planteó. A pesar de que se construyeron o renovaron por completo doce estadios nuevos para el torneo del año anterior, no se cuestionó públicamente por qué la Copa Femenina no se celebraría en el país. Internamente, persistían las dudas sobre la viabilidad de una exposición centrada en este tema, considerado interesante para un público específico. Pero sin recursos para una gran exposición, la idea de realizar pequeñas intervenciones en las



La propuesta de exposiciones a largo plazo para incluir el fútbol femenino fue aprobada porque resolvía un problema (la necesidad de realizar una exposición) con un presupuesto muy limitado. Así nació el proyecto Visibilidad para el fútbol femenino, la primera acción del Museu do Futebol destinada a corregir la distorsión en la representación de las mujeres en sus acciones museísticas.



En poco más de dos meses y medio, el equipo de investigación cartografió los archivos y colecciones personales de las jugadoras que estuvieron en activo en las décadas de 1980 y 1990. La red de investigadores, previamente establecida,

fue fundamental para respaldar la investigación del museo y proporcionar al equipo información relevante sobre la prohibición y sus consecuencias. Al final, Visibilidad promovió la inclusión de 52 imágenes relacionadas con la práctica del fútbol

por parte de las mujeres en la exposición permanente. Otras decenas de imágenes se mostraron en dispositivos temporales, como banderas ornamentales en la fachada del estadio Pacaembu o en una pantalla navegable con imágenes de la selección brasileña en las Copas Mundiales Femeninas.

El museo había adoptado el fútbol femenino como causa social, tal y como se especifica en el comunicado de prensa:

En 2015, año en que se celebra la Copa Mundial Femenina de la FIFA en Canadá, el Museu do Futebol —una institución de la Secretaría de Cultura del Estado de São Paulo, situada en el estadio Pacaembu— se ha propuesto dar visibilidad al fútbol femenino. La exposición se inaugurará el 19 de mayo a las 10:00 horas, y la colección principal abarcará la trayectoria de las mujeres en el deporte, tanto dentro como fuera del campo.

«Hemos escuchado las peticiones de nuestro público y hemos llenado un vacío en el Museu do Futebol. Dar a conocer mejor la historia de la participación de las mujeres en el deporte más importante del país también tiene como objetivo ayudar a reconocer a las atletas que llevan mucho tiempo luchando por el derecho a jugar al fútbol», afirma Daniela Alfonsi, directora de contenidos del Museu do Futebol.

Visibility también ha propiciado cambios en las prácticas de investigación, las actividades educativas, la programación cultural, las exposiciones y la comunicación. La promoción de un ciclo de debates públicos y el esfuerzo por invitar a atletas pioneras a asistir a la inauguración han consolidado al Museo como un lugar de encuentro para las personas interesadas en el tema, y la institución ha comenzado a convertirse en una referencia en la materia.

2019: ¡CONTRAATAQUE! Las mujeres del fútbol

Sin embargo, cuatro años después, e incluso con un trabajo considerable en marcha y las perspectivas de una mayor audiencia para la Copa Mundial Femenina de la FIFA a escala mundial, parte de la dirección del museo



consideraba que el tema era demasiado especializado como para sustentar una exposición temporal a gran escala. Al final, la decisión de hacerlo se vio influida por un patrocinador: un gran banco brasileño que ya financiaba a la selección nacional femenina y que estaba interesado en dirigirse a las mujeres como público consumidor. La primera gran exposición temporal sobre el tema tiene lugar en 2019: CONTRAATAQUE

! Las mujeres del fútbol.

La narración de la exposición comenzó con el contexto que condujo a la prohibición del fútbol femenino (años 1930 y 1940), seguido de cómo se desarrolló la práctica durante el decreto ley (1940-1980), el período de regulación (posterior a 1983), hasta la participación de Brasil en competiciones internacionales más recientes y las perspectivas de futuro. Así, CONTRAATAQUE! no solo abordó la prohibición en sí misma con gran énfasis, sino sobre todo las historias de las mujeres y los equipos que encontraron la manera de jugar al fútbol durante ese período, incluso a riesgo de sufrir sanciones y penas de prisión. La exposición se centró principalmente en la resistencia y el protagonismo.

La investigación ha recopilado un total de 1560 elementos, entre los que se incluyen 348 fotografías, 20 vídeos, 4 ilustraciones, 25 documentos (principalmente periódicos y revistas) y 66 objetos. La exposición representó a un total de 449 mujeres brasileñas en el contexto del fútbol, entre ellas jugadoras, árbitras, periodistas, entrenadoras y aficionadas. Se diseñó especialmente una mesa de fútbol —un juego muy popular en Brasil, llamado pebolim o totó— con jugadoras femeninas, ya que esta versión no existe en el mercado.

¡CONTRAATAQUE! logró movilizar a los visitantes a través de un sentimiento de rebelión contra la injusticia y los equipó para argumentar contra el sentido común que naturaliza la supuesta incapacidad de las mujeres brasileñas para jugar al fútbol.

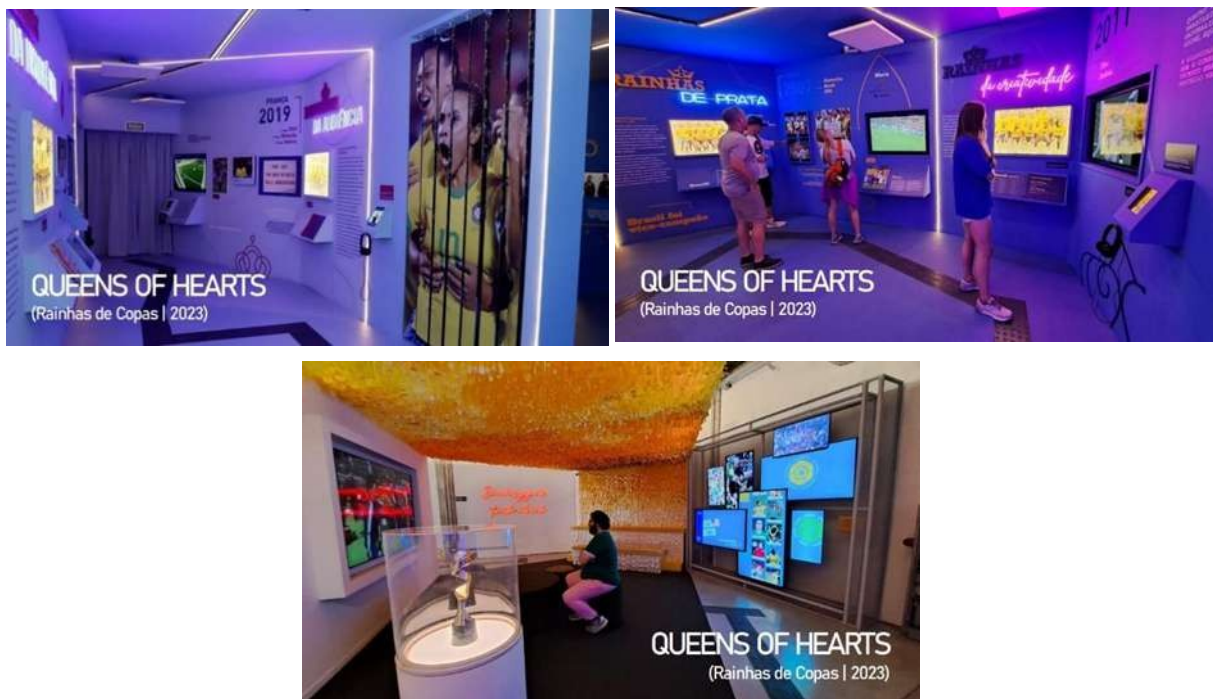
2023: Reinas de corazón ¹⁴

Después de CONTRAATAQUE, organizar otra exposición temporal para conmemorar el año de la Copa Mundial Femenina de la FIFA se había convertido casi en una obligación para el Museu do Futebol en 2023, aunque de nuevo hubo desacuerdos internos y dudas sobre la

¹⁴ El título es un juego de palabras en portugués sobre la suite de corazones en el juego de cartas, llamada Copas. Una traducción aproximada al inglés, que estropea el chiste, sería «Queens of Cups».

posibilidad de disponer de material para otra gran exposición sobre el fútbol femenino. Si Visibility había puesto el tema en el punto de mira y CONTRE-ATTAQUE ! había suscitado el compromiso a partir del sentimiento de rebelión, la conclusión fue que la próxima exposición debía celebrar los logros de las mujeres, tanto brasileñas como extranjeras, que habían llegado a la mayor competición deportiva mundial. Con este lema se creó Reinas de Corazón.

La exposición era una narración cronológica de la historia de la Copa Mundial Femenina de la FIFA, comenzando con el Torneo Experimental de 1988 en China y la participación de Brasil en él. Desde la resistencia de la FIFA a organizar una competición femenina hasta el amateurismo que caracterizó la gestión de la selección brasileña hasta hace poco, la exposición abordaba una vez más las desigualdades en el trato entre hombres y mujeres en el fútbol.



Esto quedaba patente incluso en la calidad de las imágenes tomadas de la selección brasileña. Mientras que la selección masculina ha sido ampliamente grabada y fotografiada por la prensa y los organismos deportivos oficiales desde la década de 1910, los archivos existentes de las primeras selecciones femeninas son amateur, casi todos procedentes de colecciones personales que se han conservado de forma precaria y son de mala calidad técnica. Muchas fotografías estaban manchadas, quemadas, sobreexpuestas o demasiado oscuras, desenfocadas, inestables y mal encuadradas. Incluirlas en la exposición temporal significaba

revisar los criterios estéticos que se habían establecido en otras exposiciones, en particular en la exposición permanente.

Especialmente para Reinas de Corazón, se recopiló información y fotografías de las 100 jugadoras que han representado a Brasil en las Copas Mundiales Femeninas desde 1988, datos que ni siquiera existían en la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF). Esta información se presentó al público mediante dos mecanismos interactivos con múltiples pantallas que permitían buscar a las jugadoras por año de la Copa Mundial o por su estado de origen. Además, Reines de Cœur exploró los numerosos episodios de protesta contra la desigualdad que tuvieron lugar durante los torneos y que fueron liderados por jugadoras de diferentes países.

¿Realmente importa la representatividad?

DISCONFORT

How can a museum claim to represent the national identity if half of the nation isn't represented?

QUESTIONS

Can the impact of museological action on women's football have a true impact on the audience profile of the Football Museum? Does representation truly matter?

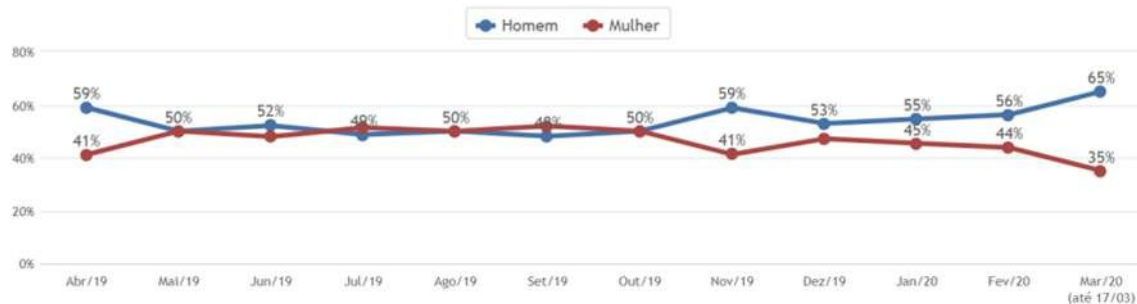
METODOLOGY

Analysis and comparison of gender-related data in audience surveys from 2009 to the present.

Al menos en el caso del Museu do Futebol, la respuesta es sí. La celebración de exposiciones temporales sobre fútbol femenino y la adopción del tema como causa han provocado cambios significativos en el perfil de los visitantes, una tendencia que aún se observa hoy en día. Durante la exposición CONTRAATAQUE! Las Mujeres del Fútbol, por primera vez en la historia del museo, se alcanzó un equilibrio entre hombres y mujeres en el número de encuestados en la encuesta espontánea de satisfacción del público, realizada mediante un tótem electrónico a la salida del museo. Al finalizar la exposición, la proporción de hombres volvió a aumentar y se mantuvo en torno al 60 %.

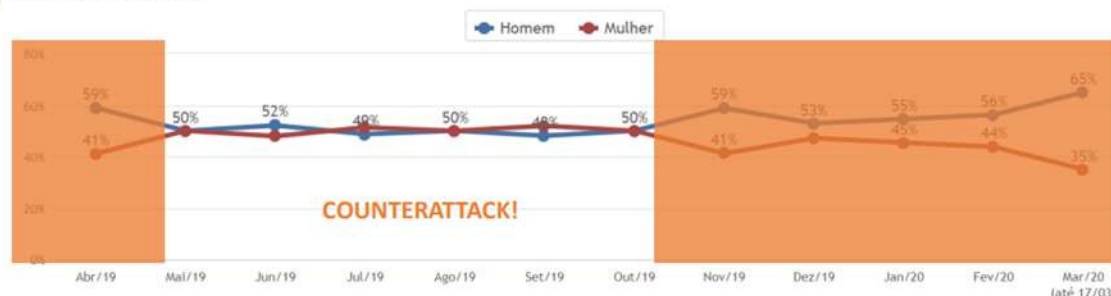
CONTINUOUS SURVEY (2019/2020 – COUNTERATTACK!)

11. Como você se reconhece?



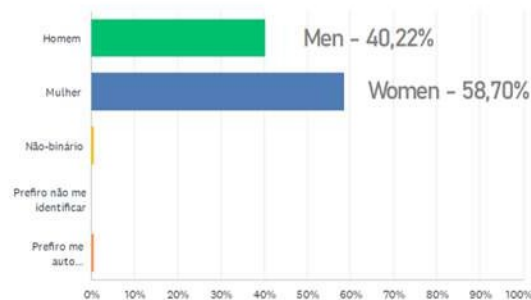
CONTINUOUS SURVEY (2019/2020 – COUNTERATTACK!)

11. Como você se reconhece?



Durante la exposición Reinas de Corazón, este cambio fue aún más evidente, ya que casi el 59 % de los encuestados eran mujeres. Era la primera vez que había una mayoría femenina entre el público, y más aún: en julio de 2023, mes de vacaciones escolares en Brasil y con la exposición Reinas de Corazón, el Museu do Futebol registró una afluencia récord de 79 857 visitantes, el volumen más alto registrado en un solo mes en la historia de la institución, superando incluso la cifra de julio de 2014, cuando se celebró la Copa Mundial de la FIFA masculina en Brasil y el museo amplió su horario de apertura.

CONTINUOUS
SURVEY
(2023 - Queens
of Hearts)



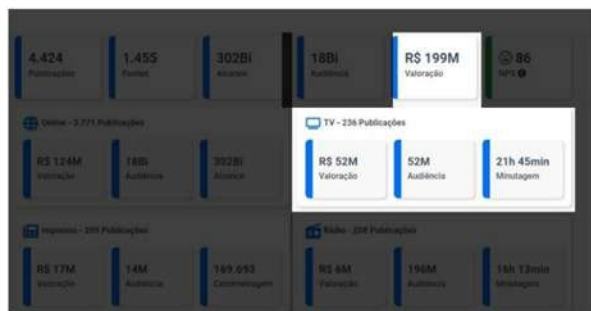
Otro dato relevante es la visibilidad que ha adquirido la propia institución al abordar esta cuestión. En 2022, año de la Copa Mundial de la FIFA masculina en Catar, el Museu do Futebol fue mencionado en 4424 artículos de prensa en todo el país, 236 de ellos en televisión en abierto. Las apariciones representaron el equivalente a 199 millones de reales brasileños (unos 40 millones de euros) en equivalencia publicitaria¹⁵. Al año siguiente, con la exposición Reinas de Corazón, el número total de menciones en la prensa fue menor, con un total de 4142 artículos, 170 de ellos en televisión. Sin embargo, el museo apareció en espacios más valiosos, principalmente en programas nacionales, alcanzando los 301 millones de

¹⁵ La equivalencia publicitaria es la valoración del espacio o tiempo ocupado por un artículo de prensa como si se tratara de un espacio publicitario. Es una forma de medir los resultados del trabajo de relaciones públicas con los medios espontáneos, un método controvertido, ya que no se puede valorar lo que no está a la venta. En cualquier caso, es un dato que a los profesionales del marketing y a los patrocinadores les gusta utilizar para justificar ante sus partes interesadas la inversión en una iniciativa cultural.

BRL (unos 60 millones de euros) en equivalencia publicitaria, un 50 % más que el año anterior.

Más importante aún, la institución contribuyó a garantizar una cobertura más profunda de la Copa Mundial Femenina de la FIFA, basada en el contenido histórico recopilado para la exposición. De este modo, el museo permitió que

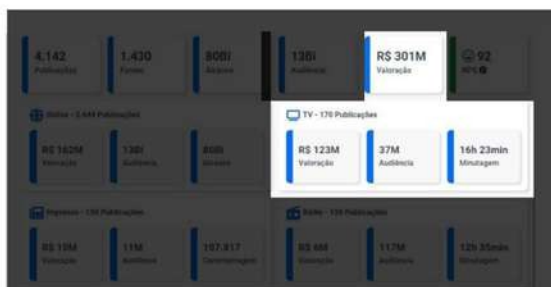
MEDIA VISIBILITY (2022 – Men's World Cup)



MEDIA VISIBILITY (2022 – Men's World Cup)



MEDIA VISIBILITY (2023 – Women's World Cup + Queens of Hearts)C



MEDIA VISIBILITY (2023 – Women's World Cup + Queens of Hearts)



millones de brasileños, incluidos aquellos que nunca lo han visitado, a acceder a información cualificada y a una narrativa más compleja y matizada sobre las Copas Mundiales Femeninas y la participación de la selección femenina brasileña en los torneos. Al difundir el contexto de la prohibición y las décadas de falta de apoyo a la selección nacional, el museo contribuyó a desnaturalizar la idea común de que «el fútbol no es para las mujeres», revelando relaciones de causa y efecto que suelen pasarse por alto en la cobertura deportiva.

Reflexiones finales

Al adoptar explícitamente el fútbol femenino como causa, el Museu do Futebol cumple su función de contribuir al desarrollo sostenible en la dimensión social, un aspecto de vital importancia: la igualdad de género, que es uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Dada la importancia real y simbólica que tiene el fútbol en Brasil, como catalizador de identidades, afectos, pasiones, así como del poder político y económico, la difusión de la turbulenta historia del fútbol femenino y sus efectos es una forma de fomentar debates más amplios sobre el sexismo estructural y sus consecuencias en la vida de las mujeres y las dinámicas sociales.

SOME THOUGHTS

Social Commitment

Museum's contribution to changing the way women are represented in sports and society – SDG #5.

Institutional sustainability

- More diverse audience
- Increase in the number of visitors
- Increase on media visibility
- Attractiveness to sponsors



El estudio de caso también indica que la inclusión del fútbol femenino en las prácticas del museo ha resultado ser un valioso instrumento de sostenibilidad institucional, que influye directamente en la diversificación del perfil del público y el aumento del número de visitantes, al tiempo que aumenta la visibilidad y atrae patrocinadores. Por supuesto, no solo los museos examinan los ODS y responden a las demandas sociales amplificadas por Internet y las redes sociales, sino que también lo hacen las empresas. El reto para el museo en los próximos años es mantenerse a la vanguardia de este movimiento, utilizando su legitimidad para dirigir y acoger debates en el ámbito de la igualdad de género en el deporte.