

La rebelión de las damas

Las tenistas profesionales reclaman en Wimbledon el mismo trato económico que los hombres

El País, 22/06/99

MANEL SERRAS, Wimbledon

No hubo amenazas, ni se llevaron a cabo campañas de concienciación, como estaba previsto, pero el pasado sábado algunas jugadoras profesionales y los responsables del circuito de tenis femenino (WTA Tour) reclamaron por los canales oficiales a los organizadores del torneo de Wimbledon que se igualara el importe de los premios de los hombres y las mujeres. Es una vieja reivindicación que año tras año vienen realizando y que les ha supuesto ya algunos éxitos en otros torneos. Pero en Wimbledon todo es como es, guste o no, y nada va a cambiarse a no ser que sea indispensable. Sólo en el Open de Estados Unidos hombres y mujeres cobran lo mismo.

El pasado mes de mayo, Wimbledon anunció que el ganador masculino percibiría 113,7 millones de pesetas, y la ganadora femenina, 102,3 millones. Estableció también que el total de premios para el cuadro masculino ascendería a 622,5 millones de pesetas, y el femenino, a 515,5 millones. Esas cifras fueron las que abrieron la vieja herida de la desigualdad entre los dos sexos. Y algunas jugadoras se pronunciaron entonces de forma clara y contundente. "Es frustrante", comentó la entonces segunda jugadora mundial, Lindsay Davenport. "Si otras tenistas se unen a mi, boicotearé un torneo en pro de la igualdad". Y Hingis, la *número uno*, agregó: "Muchas personas están diciendo que el tenis femenino es más excitante que el masculino. Entonces, ¿por qué no tenemos los mismos premios?".

El engranaje del WTA Tour se puso también en marcha y pensó en realizar una campaña de concienciación utilizando unas chapas que simularan una pelota de tenis amarilla con un signo de igualdad y la inscripción *Get the point!* (¡Cógelo!). La campaña acabó desestimándose y quedó reducida a un colgante de plata simulando una pelota de tenis.

Más tarde, la batalla se planteó en los despachos. El pasado sábado, en la habitual reunión que mantienen antes del campeonato las jugadoras con la organización de Wimbledon, el tema estuvo sobre la mesa. "El tenis femenino tiene más audiencia televisiva que el masculino, y hay estadísticas que refrendan que este torneo gusta más", reivindicaron los responsables de las féminas. Pero en el All England Club -sede del torneo- se anclaron en dos conceptos: unas estadísticas de televisión realizadas hace ya un par de años, que poco tienen que ver con los actuales datos sobre audiencias, y el hecho de que en la pasada edición Jana Novotna (ganadora del individual y del doble) acabó percibiendo más que Pete Sampras. Novotna cobró 117 millones de pesetas brutas en 1998. Sampras, ganador masculino, recibió 108 millones.

Frente a esos argumentos, las reivindicaciones femeninas han conseguido ya la igualdad en el Open de EE UU, y un acercamiento muy importante en el Open de Australia (están al 94% de los premios masculinos) y en Roland Garros (90%). En

Wimbledon la distancia es del 17%, un porcentaje que se ha ido reduciendo desde 1968.

Pero todo esto no es suficiente para la WTA. Esta batalla, que comenzó la legendaria Billie Jean King a finales de los años sesenta y que alcanzó su máximo esplendor cuando en 1973 superó a Bobby Riggs en Houston en la *guerra de los sexos* ante una audiencia televisiva de más de 90 millones de personas, ha adquirido una nueva dimensión. Bart McGuire, director ejecutivo del WTA tour; y Susan Marenoff, directora de mercadotecnia, se han propuesto convertir el circuito femenino en algo que trascienda el ámbito puramente deportivo. Quieren hacer de sus jugadoras verdaderas estrellas sociales, potenciar sus encantos personales y transformar el tenis femenino en un espectáculo.

Los resultados de esta nueva estrategia están saliendo ya a la luz. Recientemente, la revista británica *OK* publicaba seis páginas de Anna Kournikova, Conchita Martínez, Nathalie Tauziat, Jana Novotna y Mary Pierce jugando al tenis y posando con trajes de noche. El resultado era espectacular. Al igual que son espectaculares los datos que la WTA esgrime sobre audiencias televisivas aseguran que, en el Reino Unido, la final del año pasado en Wimbledon entre Jana Novotna y Nathalie Tauziat fue vista en la BBC por cinco millones de personas. Agregan que la final de Roland Garros que disputaron Arantxa y Monica Seles fue seguida por 3,1 millones de telespectadores británicos. Y dan una cifra facilitada por la cadena Eurosport: la final del Open de Australia de este año, que disputaron Martina Hingis y Amelie Mauresmo, fue vista en Europa por 1.008.000 personas; mientras que la masculina, entre Yevgeny Kafelnikov y Thomas Enqvist, la presenciaron 996.000. Por esta vía apuestan para lograr la igualdad.