

Fútbol femenino: un contragolpe a la discriminación

Juan Sebastián Reyes García

Fundación Universitaria Konrad Lorenz

Big Data Analytics

Alvaro Rivera Eraso

26 de septiembre de 2024

Abstract

A lo largo del tiempo, el fútbol femenino ha experimentado un notable crecimiento tanto en Colombia como en el resto del mundo, enfrentando y superando numerosos desafíos. Tanto a nivel global como en Colombia, el fútbol femenino ha recorrido un largo camino desde sus inicios. Aunque todavía enfrenta retos relacionados con la equidad y la visibilidad, su crecimiento continuo sugiere un futuro prometedor para las mujeres en este deporte.

Fútbol femenino: un contragolpe a la discriminación

Evolución histórica y sociológica: El primer tema abordado en el artículo se centra en la evolución histórica del fútbol femenino, analizando cómo diversos eventos socio-políticos han influido en su desarrollo. Desde sus inicios, el fútbol femenino ha enfrentado numerosos desafíos relacionados con la discriminación y la falta de reconocimiento, lo que ha llevado a una representación desigual en comparación con el fútbol masculino. Investigaciones realizadas entre 1998 y 2003 se enfocaron en cuestiones de género y en cómo estas han sido tratadas por los medios, revelando barreras culturales y sociales que han limitado la participación de mujeres en el deporte. A medida que avanzó el tiempo, las publicaciones comenzaron a explorar no solo la historia del juego, sino también las experiencias de las jugadoras y los cambios en la percepción pública. Este enfoque ha permitido una comprensión más profunda de las dinámicas de género dentro del fútbol, destacando la importancia de reconocer y documentar la trayectoria histórica del deporte femenino para promover su desarrollo y visibilidad en el ámbito deportivo global. Valenti et al., 2018

Las emociones como juez: es bien conocido, que los y las deportistas pasan por periodos de estrés por causa de su trabajo -como pasa con cualquier persona-, sin embargo, las mujeres cargan con otros pesos, que hacen que sus emocionalidad se vea más afectada. Las dinámicas sociales y culturales, hacen sentir mayor presión a las jugadoras de cara a la competición Gredin et al., 2023. Además, se han señalado desafíos, como la competencia interna y los conflictos interpersonales, que pueden generar estrés y afectar negativamente la experiencia deportiva. Estas situaciones repercuten en una constante autoevaluación por parte de las jugadoras.

El tema de autoevaluación en la investigación psicológica del fútbol femenino se refiere a cómo las jugadoras perciben y valoran sus propias habilidades, características y rendimiento. Este aspecto es fundamental, ya que la manera en que una jugadora se evalúa a sí misma puede influir en su confianza, motivación y, en última instancia, en su desempeño en el campo. La autoevaluación abarca diversos elementos, como la percepción de las habilidades técnicas y tácticas, la autoconfianza y la autocrítica. Estudios han demostrado que una autoevaluación

positiva puede llevar a un mayor compromiso y satisfacción en el deporte, mientras que una percepción negativa puede resultar en ansiedad y disminución del rendimiento. Además, las dinámicas de grupo y las interacciones con entrenadores y compañeras de equipo pueden afectar esta autoevaluación; un entorno de apoyo puede fomentar una visión más positiva de uno mismo.

Transmisión por medios: casi nula

Históricamente, al fútbol femenino se le ha otorgado menor importancia debido a los bajos recursos económicos que se le destinan, sin embargo, otro de los factores importantes para que el fútbol femenino pase por desapercibido, es la prensa, son los medios de comunicación. En Chile, no existía ningún medio de comunicación que transmitiera los partidos y mucho menos, había información ni previa ni posterior, sobre los encuentros De La Torre Tovar, 2024 en comparación con el fútbol femenino, en donde podía encontrarse información a gran escala.

Jugadoras como actor político

Decidieron no estar más a la sombra y por esa razón, las mujeres en esta disciplina han tomado la bandera de la reivindicación y la equidad. Las jugadoras del seleccionado estadounidense, percibían que el trato que les daban, era distinto al de los hombres, desde el estado de los campos de juego, hasta la retribución económica Allison, 2018 Estas luchas, han llamado la atención del público sobre cuestiones de género y desigualdad en el deporte, abriendo nuevos diálogos y oportunidades de cambio. y M. Konjer y Marcel Leinwather, 2016

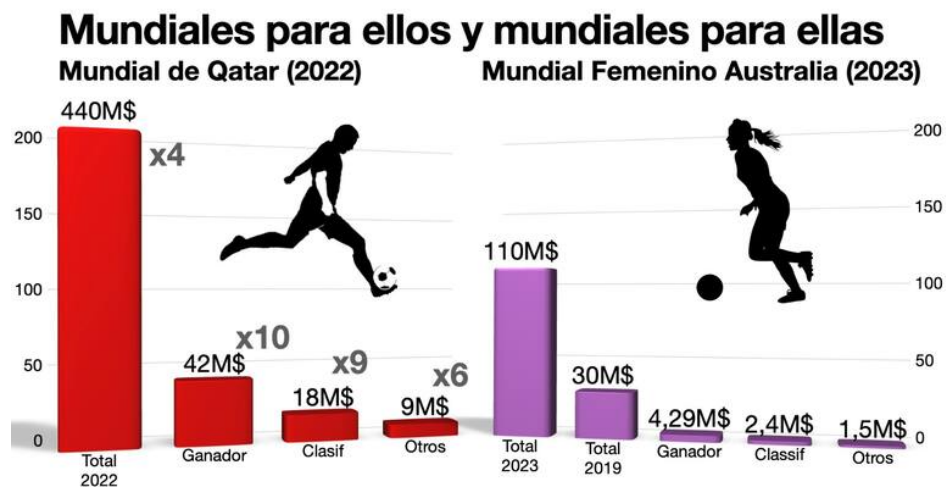
Table 1

Primas determinadas por la FIFA, por participar en el mundial. En millones de dólares

	Hombres	Mujeres
Equipos	32	24
Dinero	400	30

Marketing

Si bien el desempeño de la selección nacional Alemana no afecta la asistencia a la liga, la estrategia de marketing más agresiva para la Copa Mundial en casa en 2011 podría haber servido

**Figure 1**

Comparativa entre el Mundial masculino de Qatar y el femenino de Australia.

para crear un impulso a corto plazo en la asistencia. Implicaciones: Estrategias de marketing más agresivas podrían ser capaces de aumentar la asistencia. Sin embargo, dado el papel dominante de la persistencia del hábito para la asistencia a la FBL (liga), dichas estrategias de marketing tienen que estar acompañadas por esfuerzos de los equipos de la FBL para construir y expandir una base de fanáticos sostenible. y M. Konjer y Marcel Leinwather, 2016

References

- Allison, R. (2018). Women's soccer in the united states: Introduction. *Sport in Society*, 21, 993–995. <https://doi.org/10.1080/17430437.2018.1401361>
- De La Torre Tovar, L. V. (2024). El camino de karen araya. una revisión de la historia actual del fútbol femenino chileno.
- Gredin, N. V., Kryger, K. O., Call, A. M., Solstad, B., Torstveit, M. K., Massey, A., & Ivarsson, A. (2023). Psychology research in women's soccer: A scoping review. *Science medicine in football*. <https://doi.org/10.1080/24733938.2023.2285962>
- Valenti, M., Scelles, N., & Morrow, S. (2018). Women's football studies: An integrative review. *Sport, Business and Management: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/SBM-09-2017-0048>
- y M. Konjer y Marcel Leinwather, H. M. (2016). La demanda de fútbol femenino de liga en alemania. *European Sport Management Quarterly*, 16, 1–19. <https://doi.org/10.1080/16184742.2015.1109693>