



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
GRADO EN PERIODISMO**

**LA FINETWORK LIGA F, UNA PROFESIONALIZACIÓN SOBRE  
EL PAPEL Y SU REPERCUSIÓN EN LOS MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN**

Trabajo presentado por Paloma Rodríguez Torres, siendo tutor del mismo  
el profesor José Luis Rojas Torrijos

Curso: 2022/2023

## ÍNDICE

1.	Resumen .....	3
2.	Introducción .....	5
3.	Objetivos .....	7
4.	Hipótesis .....	8
5.	Marco teórico	
	5.1 Historia del fútbol femenino en España .....	9
	5.1.1 El primer partido de fútbol femenino, contra la opinión pública .....	9
	5.1.2 Unos inicios difíciles .....	10
	5.1.3 Rafael Muga y la selección española .....	11
	5.1.4 El primer torneo oficial y la Liga Nacional Femenina .....	12
	5.1.5 Primera Iberdrola .....	13
	5.1.6 El primer convenio colectivo .....	13
	5.2 Impacto social y cultural del fútbol femenino en España .....	17
	5.3 Dificultades económicas .....	20
	5.4 La Finetwork Liga F y su primera temporada .....	22
	5.4.1 Una profesionalización llena de polémicas .....	22
	5.4.2 Origen de la competición .....	26
	5.4.3 Un debut caracterizado por sus complicaciones .....	27
	5.4.4 Nueva piedra en el camino: el parón de las colegiadas .....	28
	5.5 Los desacuerdos con la Real Federación Española de Fútbol .....	30
	5.6 La calidad de las instalaciones deportivas .....	34
	5.7 Éxitos deportivos .....	36
	5.7.1 Selecciones nacionales .....	36
	5.7.2 El <i>boom</i> del FC Barcelona Femení .....	37
	5.7.3 Iniciativas que fomentan la visibilidad .....	39
	5.8 Evolución en los medios de comunicación .....	39
6	Metodología .....	42
7	Resultados .....	44
	7.1 Análisis comparativo con la Women's Super League .....	44
	7.2 Análisis de los medios deportivos digitales .....	47
	7.2.1 <i>Marca</i> .....	47
	7.2.2 <i>Relevo</i> .....	48
	7.3 Entrevistas .....	50
8	Conclusiones .....	52
9	Anexos .....	53
10	Referencias.....	77

## **1. Resumen**

Los estatutos de la primera liga profesional de fútbol femenino en España se aprobaron en el pasado mes de marzo de 2022. Con la creación de la Finetwork Liga F, se buscaba mejorar las condiciones laborales de unas futbolistas que han tratado de demostrar el valor de esta disciplina durante toda su historia. No obstante, a pesar de que está catalogada como una competición profesional, hay muchos aspectos que aún están por resolver y que perjudican la calidad y la imagen del torneo.

Con esta investigación, hemos demostrado todos aquellos aspectos que no son compatibles con las características de una liga profesional, sin perder de vista el hecho de que es su primera temporada y que las bases del campeonato aún se están consolidando. Es por ello que es objetivo de este estudio dar luz a las carencias del torneo, así como el trato de los medios de comunicación hacia el fútbol femenino en España.

Para ello, hemos realizado una búsqueda exhaustiva de información acerca de las condiciones actuales en la que juegan las jugadoras y los diferentes sucesos que han acompañado a la competición desde su inicio en septiembre de 2022. Además, a través de un análisis cuantitativo, hemos analizado las noticias de los principales medios deportivos digitales (*Marca* y *Relevo*) sobre la Finetwork Liga F y la diversificación en la cobertura de los equipos desde el 22 de septiembre de 2022 hasta el 15 de abril de 2023.

Asimismo, hemos realizado entrevistas a jugadoras de Primera División, a los responsables de los medios de comunicación del Sevilla FC Femenino y del Real Betis Femeninas y a periodistas que cubren la actualidad del fútbol femenino para conocer sus posturas respecto a esta temática. Los resultados refuerzan nuestra hipótesis de que esta liga recientemente creada tiene ciertos pilares que se tambalean e impiden que pueda ser completamente profesional en la práctica.

### **Palabras clave**

Fútbol femenino, profesionalización, España, Liga F, medios de comunicación, visibilidad.

## **Abstract**

The statutes of the first professional women's league in Spain were approved in March 2022. The creation of the Finetwork Liga F was supposed to improve the football players' laboral conditions, who had tried to demonstrate the value of this discipline throughout its history. However, despite it being catalogued as a professional league, there are many issues still to be solved that are harmful to the quality and to the image of the tournament.

With this investigation, we have shown all those issues that are not compatible with the characteristics of a professional league, not to mention that it is its first season and that the rules and conditions are still in process of consolidation. Therefore, the objective of this research is to find out the shortcomings of the championship, as well as and the media coverage of women's football in our country.

For this purpose, we have made an exhaustive search for information about the current conditions in which the footballers play and the different events that have accompanied the competition since its start in September 2022. In addition, though a quantitative analysis, we have analysed the news of the main digital sport media (*Marca* and *Relevo*) about the Finetwork Liga F and the diversification in the coverage of the teams, from September 2022 to April 2023.

Additionally, we have interviewed some players from Primera División, some media managers of Sevilla FC Femenino and Real Betis Féminas and journalists specialized in women's football to find out their opinion on this issue. The results of this research reinforces our hypothesis that this new league has some unsteady pillars that prevent it from being fully professional in practice.

## **Key words**

Women's football, professionalisation, Spain, Liga F, mass media, media coverage

## 2. Introducción

El deporte de hoy día es mucho más que un partido, una prueba o una exhibición. En la actualidad, forma parte de una industria que busca generar dinero a través de su espectacularización. El alto grado de interés que ha causado entre los aficionados ha llamado la atención de instituciones y empresas que han decidido apostar por él. Pero, para cumplir con el objetivo del espectáculo, se tiene que ofrecer un producto de calidad, que debe ir de la mano de la profesionalización.

Una de las características más novedosas de la Ley 10/1990, del 15 de octubre, del Deporte fue la de abordar una reforma en profundidad del deporte que se caracterizó por la introducción del modelo de ligas profesionales en España (Palomar, 2017). En el ámbito futbolístico, para brindar un espectáculo de calidad a un público que pagaba para ver un partido, era necesario contar con jugadores de primer nivel, objetivo que sólo podían cumplir quienes se dedicaban exclusivamente al balompié, es decir, los profesionales que, como tales, debían ser remunerados por sus servicios (Arias Trujillo y Pujadas i Martí, 2016).

En esa misma situación se ha encontrado el fútbol femenino en los últimos años. La FIFA, siendo consciente de que iba a causar interés, elaboró un informe en 2018 donde se detallaban las estrategias para impulsar el fútbol femenino, acelerando su profesionalización. Para ello, en el documento se expuso el método de trabajo que iba a llevar a cabo la organización internacional con las federaciones, los clubes, las futbolistas, la prensa y la afición, entre otros (FIFA, 2018).

Sin embargo, en España, no existió esta profesionalización hasta el año 2021, cuando se aprobó la nueva liga profesional. Aunque todo apuntaba a que la recién creada competición iba a comenzar en ese mismo año, sus estatutos no se aprobaron hasta marzo de 2022 por los desacuerdos entre la patronal, la federación y los clubes, lo que causó que su inicio se retrasara hasta el mes de septiembre. Junto con esto, sus primeros pasos tampoco estuvieron libres de polémicas y las condiciones del campeonato no coinciden con las de una competición que prometía elevar la calidad del *futfem* español.

A partir de estas ideas, el presente estudio pretende profundizar en todos esos aspectos que impiden que la competición sea profesional en la práctica, aunque burocráticamente esté reconocida como tal. Esta investigación surge de la inquietud de ver cómo esta sección continúa estando en medio de una guerra entre las dos grandes entidades del

fútbol español (dirigidas por Javier Tebas y Luis Rubiales), de la que se habla, sobre todo, cuando hay polémicas y que está inmersa en una batalla constante que acaba perjudicando la imagen del fútbol femenino español.

Para ello, hemos realizado, en primer lugar, un breve repaso de la historia del balompié femenino en España, así como las acciones importantes que han impulsado esta disciplina. Seguidamente, hemos estudiado el impacto social y económico del fútbol femenino en el país ibérico para contemplar las posibilidades de triunfar de la Finetwork Liga F. Siguiendo con esta línea, hemos analizado todo el proceso de construcción de la liga, así como los problemas que han ido surgiendo a lo largo de la temporada para continuar con un análisis cuantitativo y de contenido de los principales medios deportivos digitales sobre la cobertura de la Finetwork Liga F. Para finalizar, hemos realizado una comparación entre los inicios de la Women's Super League (Inglaterra) y el campeonato nacional español.

### 3. Objetivos

Los objetivos de este estudio son:

- ✚ Analizar el origen y el desarrollo de la Finetwork Liga F.
- ✚ Analizar la cobertura de los principales medios deportivos *online* durante esta primera temporada.
- ✚ Investigar las trabas que impiden la profesionalización real de esta disciplina.
- ✚ Conocer el alcance social que tiene el fútbol femenino en España.

#### 4. Hipótesis

Nuestras hipótesis sobre la profesionalización del fútbol femenino en España son las siguientes:

- ✚ H1: El fútbol femenino español es profesional solamente a nivel burocrático, ya que en la práctica hay aspectos que no son compatibles con una liga profesional.
- ✚ H2: Los principales periódicos deportivos *online* dan poca visibilidad a la liga femenina.
- ✚ H3: Los principales periódicos deportivos *online* se centran en el FC Barcelona Femení y en el Real Madrid CF Femenino.
- ✚ H4: A pesar de las trabas, el fútbol femenino español está ganando popularidad a nivel social.



## 5. Marco teórico

### 5.1 Historia del fútbol femenino en España

#### 5.1.1 El primer partido de fútbol femenino, contra la opinión pública

En el año 1914, las mujeres se convirtieron por primera vez en las protagonistas sobre el césped de un campo de fútbol. En otros países europeos, esta disciplina ya era una realidad en el ámbito femenino. Paco Bru, exjugador del FC Barcelona, fue el primero en intentar que España se pusiera a la altura de las otras naciones fundando el Spanish Girl's Club (Arrechea y Scheinherr, 2015). Este se coronó como el primer club de fútbol español y estuvo compuesto por dos equipos: el Monserrat, que vestía de blanco, y el Giralda, que portaba una equipación roja. Ambos competían entre ellos, pero no de manera oficial, sino con fines benéficos (Menayo, 2015, pp. 18-19).

El gran día fue el 9 de junio de 1914, cuando ambos cuadros se citaron en el campo del RCD Espanyol para disputar el primer partido oficial de la historia española, aunque no perdió su carácter benéfico y las ganancias se destinaron a la Federación Femenina contra la tuberculosis (Arrechea y Scheinherr, 2015).

A pesar de las buenas intenciones, este hecho desató la polémica esperada en la sociedad de aquel entonces. La prensa se hizo eco, sin dejar atrás comentarios desafortunados. La primera reseña española sobre un partido femenino apareció en *El Mundo Deportivo*, que decía lo siguiente:

*"Anteayer, en el campo del español, jugóse el primer partido de fútbol entre representantes del sexo débil, que en dicho día se parangonaron con el fuerte [...]. Esta primera actuación de la mujer en el viril fútbol, no nos satisfizo, no sólo por su poco aspecto deportivo, sino que también porque a las descendientes de la madre Eva, les obligaba a adoptar tan poco adecuadas como inestéticas posiciones, que eliminan la gracia femenil".*

(*"Las niñas futbolísticas"*, 1914)

Otros periódicos, como *El Diluvio*, ignoraron el aspecto deportivo y centraron sus textos en criticar los peinados que lucían las futbolistas (Arrechea y Scheinherr, 2015). La indumentaria de entreno también fue objeto de crítica, ya que Paco Bru consideraba que la vestimenta refinada era incómoda a la hora de jugar y exigió que jugaran en pantalones cortos y con ropa interior fina (Ortiz, 2018). Todo esto fue criticado por los padres,

hermanos y maridos de las futbolistas, algo que se agravó cuando se enteraron de que Bru estableció como condición indispensable ducharse juntas tras los partidos para conseguir un grupo unido. A pesar de ello, los dos equipos continuaron con sus partidos amistosos e iniciaron una liga por toda España durante los meses de primavera y verano (Ortiz, 2018).

Pero poco duró la alegría. La huella que estas mujeres comenzaban a dejar se borró de inmediato por el estallido de la Primera Guerra Mundial. La gira que plantearon por el sur de Francia fue suspendida y no se volvieron a tener noticias del Spanish Girl's Club. En el país ibérico, el fútbol femenino no volvería a aparecer de manera pública hasta 1923, cuando se disputó un encuentro que enfrentó a Francia e Inglaterra en Barcelona, organizado por el Sindicato de Periodistas (Arrechea y Scheinherr, 2015).

### 5.1.2 Unos inicios difíciles

Corrían los años 20 y en España todavía se cuestionaba cuál era el rol de la mujer en la sociedad, los derechos que estas tenían y su posible papel a desarrollar en el deporte. Partiendo de la base de que el fútbol era considerado como un deporte viril, agresivo y poco estético, la respuesta estaba clara.

En esta época, destacó la figura de Irene González, una jugadora gallega que rompió con el convencionalismo de la época. Siendo adolescente, fundó su propio club de fútbol, el Irene CF, compuesto por jugadores masculinos a excepción de ella, que vigilaba la portería, y llegó a recibir compensaciones económicas por jugar (Solano, 2021). Aunque falleció a los 19 años debido a la tuberculosis, ha dejado un legado que se mantiene hoy en día. Actualmente, se considera la pionera del fútbol femenino (Solano, 2021). Fue la mujer que sembró la semilla que poco a poco germinaría hasta nuestros días.

Durante la II República, el deporte femenino tuvo un gran impulso que se frenó en seco por la Guerra Civil Española y, sobre todo, por el franquismo. Durante esta época, las mujeres fueron relegadas a las tareas del hogar y el hecho de que practicaran algún tipo de actividad físico-deportiva era incomprensible (Pujadas i Martí et al., 2012).

En los años 70, el fútbol femenino volvió a abrirse paso entre los países europeos. Tanto es así que la UEFA lo reconoció oficialmente como nueva disciplina en 1970, pero España le dio la espalda. El presidente de la Real Federación Española de aquel momento, José Luis Pérez-Payá aseguró en *Marca* que no estaba “*en contra del fútbol femenino*”, pero

que tampoco le agradaba, ya que *“la mujer en camiseta y pantalón no está muy favorecida, cualquier traje regional le sentaría mejor”* (Menayo, 2015, p.25) y desde la entidad no llegó ninguna ayuda económica (Martínez, 2011).

El fútbol femenino tampoco tuvo apoyo empresarial, sino todo lo contrario. Pedro Roiz Cossío fue un claro ejemplo de ello en la década de los 70. El expresidente del Rayo Vallecano contrató a artistas como Lola Flores, Paquita Rico o Rocío Jurado para que disputaran varios partidos bajo el nombre de *“Folclóricas y Finolis”*, lo que desprestigió este deporte aún más (Martínez, 2011).

Sin embargo, como si le hubieran hecho oídos sordos al presidente, fue en esta época cuando comenzaron a surgir los primeros clubes femeninos españoles: el Sizam Paloma de Madrid, el Racing de Valencia, el Peña Femenina Barcelona y el Polideportivo Fuengirola (Martínez, 2011). Estos cuatro equipos disputaron el primer torneo nacional, pero sin apoyo oficial.

A pesar de los obstáculos, las futbolistas tenían muy claro su objetivo. Aunque había personas que las apoyaban, necesitaban a una figura que de verdad decidiera apostar por ellas y que creyera en el fútbol femenino. Y ese fue el expresidente del Mercacredit, Rafael Muga (Ortiz, 2016).

### 5.1.3 Rafael Muga y la selección española

La negativa de la federación en torno a esta disciplina era tan rotunda que España pudo participar en el Mundial de México en 1971, pero la prohibición del organismo nacional lo impidió. Tampoco pudo organizar el Mundial de 1972 debido el silencio de la entidad federativa (Menayo, 2013). Sin embargo, la falta de apoyo de la organizadora nacional no intimidó a las deportistas y tampoco impidió que Rafael Ruiz Muga impulsara el fútbol femenino español.

El entrenador pacense formó un equipo que defendió el país frente a otros como Italia y Brasil. El combinado estaba formado por jugadoras de toda España y logró llenar estadios como La Romareda, La Rosaleda o El Arcángel (Menayo, 2013).

Sin embargo, como a lo largo de la historia, su primer partido internacional no estuvo libre de polémicas. Las futbolistas españolas se estrenaron con Portugal en el Estadio La Condomina (Murcia), a pesar de que el presidente de la Federación Murciana trató de suspender el encuentro (Menayo, 2021). El árbitro no pudo llevar la indumentaria habitual

porque no fue designado por el Colegio Arbitral como consecuencia de la petición de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) y tuvo que dirigir el choque vestido con un chándal. Las jugadoras tampoco pudieron lucir el escudo de su país en las camisetas durante el choque contra Italia debido a la desautorización federativa (Ortiz, 2016).

Finalmente, el reconocimiento del organismo rector del fútbol español llegó en 1980. Tres años más tarde, se celebró el primer encuentro oficial de la selección femenina, también contra Portugal (Fra, 2021a).

#### 5.1.4 El primer torneo oficial y la Liga Nacional Femenina

En 1981 se organizó el primer campeonato femenino español: la Copa Reina Sofía. Fueron 16 equipos los que compitieron entre ellos bajo un sistema de liguilla de cuatro grupos previo a las semifinales. Finalmente, el Karbo Deportivo de La Coruña se proclamó campeón, pero careció de oficialidad, ya que el torneo no estuvo reconocido hasta unos años después (Puras, 2021).

En 1988 comenzaron a llegar los cambios y, con ellos, la primera liga nacional. Desarrollada por la Real Federación Española de Fútbol, presidida por Ángel María Villar, nació la Liga Nacional, que durante ocho temporadas estuvo formada por nueve equipos. Ocho años más tarde, el torneo fue renombrado como División de Honor Femenina y se modificó su formato, pasando a ser 42 clubes en 4 grupos, según criterios geográficos (Puras, 2021).

En 2001, volvió a cambiar de nombre a Superliga Femenina, en la que se hizo un recorte en los equipos, pasando a ser un grupo único de 14 clubes en lugar de los 42 de la edición anterior (Puras, 2021). En este momento, el equipo campeón ganaría una plaza en la Copa de la UEFA Femenina, creada en mayo del 2000 (UEFA, 2022).

En la campaña 2008/2009, se sumaron diez equipos más, de los cuales ocho ingresaron debido a una remodelación de la Real Federación Española de Fútbol. El objetivo de esta reestructuración era dar entrada a los principales clubes de la Liga Nacional de Fútbol Masculina y se recuperó el formato de varios grupos (Puras, 2021).

Esto únicamente se mantuvo durante dos años, ya que en la temporada 2011/2012 volvió a instaurarse el grupo único con 16 participantes, dando lugar a un nuevo torneo denominado Primera División Femenina. A partir de este momento, la competición estaba bajo el amparo de la Liga de Fútbol Profesional, lo que causó algunas tensiones con la

RFEF. Por ello, en 2019, la Real Federación Española de Fútbol decidió crear la Primera División RFEF a la que se adscribieron todos los clubes (Puras, 2021).

#### 5.1.5 Primera Iberdrola

En agosto de 2016, la compañía energética Iberdrola decidió apostar por el deporte femenino y se convirtió en el principal impulsor de la disciplina (Iberdrola, s.f.). Tras el acuerdo, la competición adoptó el nombre de su patrocinador y pasó a denominarse Iberdrola Primera División Femenina RFEF (Real Federación Española de Fútbol, 2016). Además, la empresa se encargó de dar más visibilidad televisiva a través de patrocinios y se celebraron varios partidos en estadios de Primera División Masculina (Iberdrola, s.f.).

Iberdrola fue el patrocinador oficial de la competición nacional hasta la finalización de la temporada 2021/2022, cuando dejó su puesto a Finetwork (Liga F, 2022e)

#### 5.1.6 El primer convenio colectivo

Trabajar en un sector sin contrato y sin opción a bajas médicas es, hoy día, algo difícil de digerir. Pues esto es lo que ocurría en el fútbol femenino español hasta el año 2020, en el que se dio un paso de gigante para avanzar en la profesionalización de esta disciplina. El proceso no fue nada fácil, de hecho, pasaron 17 meses desde la propuesta inicial hasta que, finalmente, se puso en marcha.

Esto ocurrió debido a la Ley de Deporte de 1990, que dejaba a las mujeres deportistas al margen. Debido a esta legislación, la mayoría de las deportistas carecían de contratos laborales y tampoco cotizaban (Caleya, 2018). Todo dependía del contrato que tuvieran con su club.

A esta situación se le trató de poner fin con la firma del primer convenio colectivo para favorecer la situación precaria de las jugadoras. A finales de 2018, los sindicatos tuvieron su primera toma de contacto, pero no llegó a buen puerto. Un problema de reconocimiento de legitimidades provocó el enfrentamiento entre los propios sindicatos (la Asociación de Futbolistas Españoles, Futbolistas ON y UGT), que debían defender a las jugadoras. Tanto Futbolistas ON como la UGT querían formar parte de la negociación, a lo que se opuso la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE), ya que consideraba que era “el único sindicato reconocido por FifPro para negociar” (Arés, 2018). Al no haber acuerdo, la reunión se pospuso.

Durante las siguientes reuniones en el 2019, tampoco lograron entenderse entre ellos. Temas como el salario mínimo y los derechos audiovisuales se coronaban como los principales asuntos de conflicto. Mientras la Asociación de Clubes de Fútbol Femenino (ACFF) firmaba con MediaPro un acuerdo histórico de nueve millones de euros para la retransmisión de tres partidos por jornada hasta 2022 (Caleya, 2019), la federación española pretendía crear una nueva competición “para impulsar al fútbol femenino” en la que los clubes debían tener una licencia RFEF para poder participar (RTVE y EFE, 2019a). Aunque en un principio los clubes se negaron, al final se apuntaron a este nuevo torneo que mantuvo el formato de la Liga Iberdrola (Jiménez, 2019).

Los desacuerdos entre la ACFF, los sindicatos y la federación provocó que la nueva temporada comenzara sin convenio y que las jugadoras de Primera División convocaran una huelga indefinida (AFE, 2019a), interrumpiendo así la novena jornada liguera de la temporada 2019/2020.

Ante el parón, las reuniones volvieron a ponerse en marcha y la patronal aceptó la parcialidad del 75% que exigían los sindicatos. Este preacuerdo también regulaba el salario mínimo (las jugadoras pasarían a percibir un salario de 16.000 euros brutos anuales), las jornadas, las vacaciones y las bajas por embarazo o lesión, con una cobertura del cien por cien de las retribuciones de la futbolista (AFE, 2019b). En definitiva, todo aquello que la antigua Ley de Deporte no protegía. La federación, por su parte, seguía sin aceptar, ya que desde esta entidad defendían que, si no había “un salario mínimo de 20.000 euros para las jugadoras”, que no contaran con ellos (Caleya, 2020a), sin tener en cuenta que muchos clubes no se lo podían permitir.

A partir de este momento vuelven los desacuerdos. La máxima organización del fútbol español puso sobre la mesa cuatro proposiciones que fueron rechazadas por la ACFF y los sindicatos (Caleya, 2020a). En un segundo intento, volvieron a hacer tres propuestas. La entidad federativa exigía un salario mínimo de 20.000 euros, que las jugadoras se dedicaran al 100% al deporte y que el convenio tuviera una duración mínima de tres años (Caleya, 2020a). Además, pedían que los derechos televisivos fueran compartidos, cedidos al organismo de Rubiales para una comercialización conjunta o que no se cedieran.

Tras un año y medio de negociaciones, el convenio se firmó en febrero del 2020. La ACFF comunicó a los sindicatos que estaba dispuesta a firmar, ya que tras rectificar su contrato

con MediaPro obtuvo la financiación necesaria para que el convenio saliera hacia delante sin tener que contar con la RFEF (Caleyá, 2020c), con la que ya habían tenido varios desencuentros causados por los derechos televisivos. A partir de ese momento, Mediapro abonaría 100.000 euros a cada club de Primera División, menos a aquellos que no estuvieran en la asociación.

El convenio, que tenía carácter retroactivo, entró en vigor el 1 de julio de 2019 y tenía fecha de caducidad el 30 de junio de 2020, pero podía ser prorrogado cada año siempre que ninguna de las partes denunciara el texto con tres meses de antelación a su finalización (Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2020).

En agosto de 2020, el BOE recogió este convenio donde se reconocía lo siguiente (Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2020):

- ✚ En ningún caso la jornada superará las siete horas diarias, ni las 35 horas semanales en cómputo semestral. La jornada de los contratos a tiempo parcial no podrá ser inferior al 75% de la jornada ordinaria de trabajo efectivo.
- ✚ Las futbolistas tendrán derecho a un descanso semanal mínimo de un día y medio que deberán ser disfrutados de forma continuada, así como el derecho a unas vacaciones anuales retribuidas de 30 días naturales, de los que 21 serán disfrutados de forma continuada y el resto cuando las partes lo acuerden.
- ✚ Los clubes estarán obligados a efectuar un reconocimiento médico anual a sus futbolistas a través de las respectivas mutuas de accidentes o entidades con quien tengan suscritas dichas contingencias.
- ✚ Los clubes estarán obligados a establecer mecanismos de Prevención de Riesgos Laborales y presentarán un plan relacionado con la prevención de las lesiones y todo lo relacionado con la maternidad.
- ✚ Cada futbolista profesional deberá percibir como mínimo la cantidad bruta anual de 16.000 euros a tiempo completo o la cantidad proporcional que le corresponda en función de la jornada pactada. Aquellas jugadoras que tuvieran un contrato a tiempo parcial inferior a un 75%, pasarán a tener una jornada de al menos el 75%.
- ✚ Contraprestación económica para la jugadora del 15% en caso de cesión.
- ✚ Los clubes deberán indemnizar a la jugadora, o a sus herederos, con 60.000€ en caso de muerte y 90.000€ por incapacidad absoluta.

- ✚ Los clubes, entidades o sociedades anónimas deportivas, siempre que sea compatible con la actividad deportiva, se obligan a fomentar y facilitar la formación integral de las futbolistas, facilitando que éstas puedan completar sus estudios o conseguir una capacitación profesional, asistiendo a las clases y otorgando los necesarios permisos para exámenes y/o prueba de capacitación que resulte precisa realizar en función del tipo de estudios que curse cada futbolista.
- ✚ Para el caso de que la futbolista explote en su propio nombre sus derechos de imagen, por no haber sido estos cedidos temporal o indefinidamente a terceros, la cantidad que el Club/SAD satisfaga a aquella por la utilización de su imagen, nombre o figura con fines económicos, tendrá la consideración de concepto salarial.
- ✚ La futbolista profesional que durante la vigencia del contrato incurriera en baja por incapacidad temporal, por cualquier causa, tendrá derecho a que el Club/SAD le complete la prestación de la Seguridad Social o Mutua colaboradora con la Seguridad Social hasta el cien por cien (100%) de sus retribuciones, desde el primer día de la baja, manteniendo esta situación hasta su alta o finalización del período contractual si este fuera anterior.
- ✚ Se establecerán medidas de protección para evitar el acoso sexual, el acoso por razón de sexo, acoso psicológico o cualquier otra forma de violencia. Asimismo, se proporcionará la ayuda que se considere para aquellas futbolistas que sean víctimas de violencia de género: adecuación de horarios, ayuda económica para atención a la víctima y a sus hijos/as. Además, cuenta con un anexo donde se explica el protocolo de prevención e intervención de estas situaciones.
- ✚ En caso de embarazo durante la última temporada de contrato, la futbolista tendrá derecho a optar por la renovación del contrato por una temporada adicional en las mismas condiciones que en la última temporada o no renovar el contrato. Sin embargo, no se regula el periodo de lactancia.

Dentro del ámbito mediático, el fútbol femenino tenía poca cobertura y, tras la publicación del nuevo convenio, la situación no iba a ser diferente. Respecto a la prensa digital, según indican Román-San-Miguel, Ugía-Giráldez y Sánchez-Gey Valenzuela (2020), los diarios digitales *Marca*, *El País*, *AS* y *El Mundo* informaron tanto de la



presentación del Convenio Colectivo en el Congreso de los Diputados como de la publicación en el Boletín Oficial del Estado. Sin embargo, no le otorgaron la importancia suficiente como para trasladarlas a sus medios en papel. Según indican los autores en su investigación, se constata la poca relevancia que adquieren las noticias sobre el deporte practicado por mujeres en los medios de comunicación, aunque prima en ellos las informaciones sobre el fútbol femenino.

## 5.2 Impacto social y cultural del fútbol femenino en España

El deporte femenino, en general, se ha convertido en un acontecimiento de la sociedad moderna, entendido como un proceso evolutivo propio de las mujeres occidentales que posee un trasfondo histórico que puede servir de referente, de aceptación y progreso (Sainz de Baranda, 2013). En el sector futbolístico, la eclosión de las secciones femeninas ya se venía gestando desde hace unos años y la profesionalización ha favorecido que hoy día tenga un mayor impacto social.

Gracias a ello, la competición femenina está despertando interés en los diferentes patrocinadores y los clubes están empezando a apostar por sus jugadoras. La disputa de algunos partidos en estadios de LaLiga Santander, la retransmisión de partidos por televisión y las redes sociales están fomentando que esta sección se abra paso entre los aficionados al balompié.

La primera semilla se sembró en 2003, cuando el Athletic Club Femenino jugó en San Mamés contra el Puebla Extremadura ante 23.000 espectadores. Dos jornadas después, el equipo vasco volvió a marcar un récord y reunió a 35.000 personas en la catedral (Pacheco, 2020).

Este acontecimiento se ha repetido a lo largo de los últimos años. Se ha demostrado que la apertura de los estadios de las secciones masculinas en fechas clave ha dejado una buena entrada. En el año 2019, San Mamés albergó un choque copero donde el Athletic Club Femenino y el Atlético de Madrid Femenino se vieron las caras en cuartos de final, al que asistieron 48.121 personas (EFE, 2019). El Wanda Metropolitano también abrió sus puertas para el encuentro del equipo rojiblanco contra el FC Barcelona Femení, que tuvo una asistencia de 60.739 personas (Menayo, 2019).

Tres años más tarde, concretamente el 30 de marzo de 2022, el FC Barcelona Femení y el Real Madrid Femenino se citaron en el Camp Nou para disputar los cuartos de final de la Women's Champions League. Y, en este caso, el resultado no fue lo más importante.

Ambos equipos lograron que 91.533 aficionados se dieran cita en el feudo blaugrana para presenciar el Clásico, logrando un récord mundial de asistencia (Jiménez, 2022). Es más, cuando se midieron al Wolfsburgo, la cifra aumentó hasta las 91.648 personas (Riquelme, 2023).

Pero estas ocasiones, en las que los equipos femeninos han jugado en los grandes estadios, no han sido casos aislados. Equipos como el Athletic Club, el Sevilla FC, la Real Sociedad, el Levante UD, el Real Betis Balompié y el Valencia CF también han abierto sus feudos para que sus conjuntos femeninos pudieran disputar algunos de sus encuentros en el mismo césped que el primer equipo masculino.

Todas estas iniciativas han dado sus frutos y se han reflejado en la audiencia. Según los datos recogidos, cada vez son más personas las que ven el fútbol femenino en España. De acuerdo con la *Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2022*, realizada por el Ministerio de Cultura y Deporte (2022a), un 14.4% de la población hispana ha consumido fútbol femenino a través de medios audiovisuales. Aunque la diferencia es muy grande con respecto a la categoría masculina (56.7%), la audiencia en la categoría femenina ha aumentado un 6.1% con respecto a 2020 (Ministerio de Cultura y Deporte y CSD, 2021a).

Si comparamos estos datos con la audiencia de otras disciplinas femeninas, el fútbol tiene un porcentaje mayor. Según los datos recogidos de esta misma encuesta, por debajo de este deporte se sitúa el tenis femenino (11%), la natación (6.2%) y el atletismo (6.1%).

Según indica Miserachs (2023) en *Mundo Deportivo*, el pasado 19 de enero de 2023 fue un día especial para los aficionados al balompié. En televisión, los espectadores pudieron disfrutar de un partido de la Copa del Rey, la semifinal de la Supercopa de España femenina y el amistoso entre el PSG y el Riyadh Season. Lo más visto fue el partido entre el Villarreal y el Real Madrid, con 3.161.000 espectadores, pero lo interesante es quién ocupa el segundo puesto. De acuerdo con este autor, la Supercopa femenina entre el Real Madrid y el Barça reunió a 409.000 espectadores durante los 90 minutos de partido, a los que luego se sumaron 215.000 más para ver la prórroga, alcanzando un total de 624.000 espectadores entre las cifras de TV3 y Teledeporte.

En el ámbito de las licencias, también se ha apreciado un aumento en el número de mujeres futbolistas en España. Según el Consejo Superior de Deportes (2021a), en 2018 había 65.091 licencias y en 2020 la cifra aumentó hasta las 77.461. No obstante, los datos recogidos en 2021 muestran un leve descenso debido a la pandemia por Covid-19 (67.149

licencias). Si planteamos una división por comunidades autónomas, y tomando los datos del Ministerio de Cultura y Deporte (2021b), Cataluña ocupa el primer puesto con 12.947 licencias, a la que le sigue Andalucía con 8.966.

A finales del año 2022, se dio un paso importante en este ámbito a través de la nueva Ley del Deporte (Jefatura del Estado, 2022). Según indica el texto, esta norma está inspirada en el principio de igualdad recogido en el artículo 14 de la Constitución Española, la cual debe ser entendida como igualdad real en el acceso a la práctica deportiva y a los puestos de carácter técnico y directivo, así como una práctica deportiva libre de cualquier tipo de discriminación, especialmente en el caso de niñas y mujeres.

Los aspectos más destacables de esta ley son los siguientes:

- ✚ Se recogen las definiciones de deportistas profesionales y no profesionales.
- ✚ Se consideran nulas de pleno derecho las cláusulas contractuales tendentes a permitir o favorecer la rescisión unilateral del contrato por razón de embarazo o maternidad de las mujeres deportistas.
- ✚ La Administración General del Estado desarrollará, dentro de su ámbito de actuación y en colaboración con el resto de las Administraciones Públicas, políticas públicas que garanticen y pongan en marcha medidas de protección de la igualdad en el acceso y el desarrollo posterior de la actividad física y el deporte, así como la promoción de la integración igualitaria en los órganos de dirección, gobierno y representación de las entidades deportivas.
- ✚ Se desarrollarán políticas que prevengan, identifiquen y sancionen la merma de derechos o que impliquen situaciones de discriminación que puedan provenir de las entidades deportivas y su vinculación con las mujeres deportistas en las relaciones laborales, deportivas, administrativas o de cualquier clase que mantengan con las mismas. Específicamente, estas políticas se orientarán a eliminar conductas discriminatorias de toda clase ejecutadas en los ámbitos deportivos, tanto en la esfera privada de las federaciones como en las relaciones de las personas deportistas con los clubes o entidades donde realicen su actividad deportiva o laboral, como en el ámbito deportivo y competitivo, así como todas aquellas que conlleven situaciones de desigualdad en las personas deportistas.
- ✚ Se desarrollarán políticas públicas específicas de lucha contra la violencia hacia las mujeres y las personas LGTBI+ en el deporte y los estereotipos sexistas o de cualquier otra naturaleza.

- ✚ Se considerará específicamente de interés general la inclusión de las personas con discapacidad a través de la práctica deportiva y los programas que la promuevan.

### 5.3 Dificultades económicas

La Finetwork Liga F ha dado su primer paso esta temporada, por lo que aún no se puede comprobar cuáles han sido sus ingresos totales y lo que ha generado. No obstante, sí que se pueden estudiar cuáles han sido las monetizaciones del punto de partida y las dificultades que han ido surgiendo a lo largo de la temporada.

En el centro del ámbito económico de la Liga, destaca el salario de las jugadoras. Con el Convenio Colectivo, las jugadoras obtuvieron un salario mínimo de 16.000 euros anuales brutos frente a los 77.500 euros que cobra un futbolista en Segunda División Masculina o los 155.000 euros de un jugador de Primera División (Dirección General de Empleo, 2015). Con la profesionalización del fútbol femenino, se esperaba que esta situación cambiara.

En el pasado mes de junio de 2022, la federación anunció un acuerdo donde se igualaban los porcentajes de primas y los derechos de imagen entre la selección masculina y la femenina, de cara a la EURO 2022 de Inglaterra. Este acuerdo permanecerá vigente hasta 2027 (Real Federación Española de Fútbol, 2022f) y se creó con la intención de que, además de alcanzar la pasada Euro 2022, también lo hiciera con el próximo campeonato europeo en 2025 y con los mundiales de 2023 y 2027. A pesar de la buena intención, las jugadoras no recibirán la misma compensación económica que los futbolistas, ya que la UEFA no distribuye la misma cantidad para ambos géneros. Para la Eurocopa femenina de 2022, se destinaron 16 millones de euros, mientras que, para la Eurocopa masculina de 2020, entregaron 371 millones de euros (Irigoyen, 2022). Aunque ambas disciplinas no son comparables, es necesario que las instituciones fomenten el apoyo económico.

Además, hay una gran desigualdad financiera entre los clubes de la competición doméstica femenina. Según explicó Danae Boronat en una entrevista a *20minutos* (Alonso, 2022), solamente el FC Barcelona, el Real Madrid y el Atlético de Madrid pueden permitirse pagar un sueldo por encima de lo que dicta el convenio, y eso se refleja en lo deportivo, lo que acaba generando una desigualdad en los terrenos de juego. Un claro ejemplo es el FC Barcelona, que gracias a su alto presupuesto cuenta con unas

grandes instalaciones que mejoran el rendimiento de sus futbolistas. Sin embargo, no todos los equipos cuentan con esas facilidades, sobre todo si son equipos que no pertenecen a clubes inscritos en LaLiga Santander.

No obstante, se han vuelto a iniciar las negociaciones para darle otra vuelta a la situación económica actual y mejorarla. En este 2023, la patronal de Beatriz Álvarez y los cinco sindicatos (AFE, Futbolistas ON, UGT, CCOO y Futpro) volvieron a reunirse para poner sobre la mesa las nuevas propuestas para aumentar el salario mínimo. La Liga F propuso lo siguiente: 16.000 a 18.000 euros esta temporada, a 18.500 en 2024, 19.000 en 2025, 19.500 en 2026 y 20.000 en 2027, muy lejos de los 50.000 de los que públicamente habló Amanda Gutiérrez, la presidenta de Futpro (Marín, 2023). Según este mismo autor, esto último no es compatible con el objetivo de mantener una liga sostenible, puesto que muchos clubes no pueden pagar esa cantidad de dinero.

Otro aspecto a destacar es el apoyo y las inversiones de las empresas externas. En la mayoría de los clubes profesionales masculinos, el patrocinio se ha convertido en una fuente de ingresos importante y en un factor diferencial decisivo, en términos de financiación, entre los clubes de la misma liga (FIFA, 2021). En el fútbol femenino, adquirir y generar ingresos en concepto de patrocinio está relativamente poco explorado. No obstante, esta polarización de los ingresos se podría evitar si el crecimiento del fútbol femenino se produjera a una escala más global y sistemática (FIFA, 2021).

De acuerdo con los datos de *Nielsen Sports*, los cuales se hicieron públicos en el World Football Summit en Sevilla, la inversión en patrocinio deportivo en el fútbol femenino se ha triplicado desde 2019 como consecuencia de los aficionados que ven y que participan en los partidos y con el auge de seguidores en las distintas redes sociales (EFE, 2022).

Según López-Egea (2022b), los acuerdos de patrocinio han aumentado un 11.3% con respecto a la pasada campaña gracias a la profesionalización. De acuerdo con el autor, que sigue los datos de Strock Consulting, se han producido hasta 168 acuerdos de 141 marcas. El FC Barcelona firmó en apenas un mes dos nuevos patrocinios: Heura Foods y GLS Spain. Además, Bimbo también ha apostado por el equipo blaugrana y se ha convertido en su patrocinador principal (FC Barcelona, 2022a). Otros equipos de la Finetwork Liga F también cuentan con buenos contratos de patrocinio, como el Atlético de Madrid Femenino con Herbalife Nutrition (Club Atlético de Madrid, s.f.), el Madrid

CFF con Coca Cola (Madrid CFF, s.f.), el Real Betis Féminas con Eternal Energy (Real Betis Balompié, 2021) o el Sevilla FC Femenino con Cruzcampo (Sevilla FC, 2022).

Si comparamos la Finetwork Liga F con LaLiga Santander, solamente entre los patrocinadores principales de la competición, ya encontramos datos inferiores: la competición femenina tiene 3 (Liga F, s.f.) y la masculina, 17 (LaLiga, s.f.). Es cierto que las estructuras de la Liga aún se están consolidando y que no es comparable con un campeonato tan avanzado como el masculino, pero la falta de patrocinadores sigue siendo una dificultad económica que la patronal debe afrontar y que podría mejorar en los próximos años si las instituciones y las empresas apuestan por el fútbol femenino.

#### 5.4 La Finetwork Liga F y su primera temporada

##### 5.4.1 Una profesionalización llena de polémicas

En el primer cumpleaños del Convenio Colectivo hubo de todo menos fuegos artificiales. En febrero de 2021, la AFE denunció el texto aprobado en febrero del año anterior para evitar su prórroga y poner sobre la mesa varias remodelaciones. Entre los puntos a tratar, se exigían reconocimientos médicos previos a la competición, donde se incluían las pruebas de antígenos, subvencionadas por la propia asociación, debido a la pandemia por COVID-19. También propusieron mejorar los desplazamientos y el alojamiento, de manera que las jugadoras tuvieran habitaciones individuales y que viajar en avión o AVE fuera una prioridad en lugar de viajar en autobús (AFE, 2021).

Todo esto pasó a un segundo plano, cuando en junio de este mismo año, el Consejo Superior de Deportes aprobó oficialmente la profesionalización del fútbol femenino (Consejo Superior de Deportes, 2021b). Los estatutos, sin embargo, aún no estaban claros. Por este motivo, aunque en junio se profesionalizó la competición, la incapacidad de los clubes, de la federación y de los sindicatos de llegar a un acuerdo alargaron la aprobación de los estatutos hasta marzo del 2022, es decir, 9 meses después. A esto se le sumó la rescisión de contrato de Mediapro unos meses antes de iniciar esta campaña. La compa a explicó su decisión argumentando que pagaron “para que se pudiera hacer el convenio y ahora los responsables no son capaces de tirar la liga adelante” (EFE e Iusport, 2021). Por lo tanto, la temporada 21/22 comenzó sin convenio reformado ni derechos televisivos repartidos.

Con la profesionalización, se creó un convenio de coordinación entre la nueva patronal (LPFF) y la RFEF, que estaría supervisado por el CSD. Así lo dicta el BOE en el artículo 8:

*“Son competencias del CSD las siguientes: autorizar y revocar de forma motivada la constitución y aprobar los estatutos y reglamentos de las federaciones deportivas españolas y calificar las competiciones oficiales de carácter profesional y ámbito estatal” (Jefatura del Estado, 1990)*

Además, respecto a las ligas profesionales, en el artículo 41.2 de este texto se indica que *“tendrán personalidad jurídica, y gozarán de autonomía para su organización interna y funcionamiento respecto de la federación deportiva española correspondiente de la que formen parte”* (Jefatura del Estado, 1990). Asimismo, en el artículo 46.2 se establece que *“son competiciones oficiales de ámbito estatal aquellas que así se califiquen por la correspondiente federación deportiva española, salvo las de carácter profesional, cuya calificación corresponderá al Consejo Superior de Deportes”*.

Todos estos aspectos son importantes porque durante el año 2022 van a surgir numerosos conflictos a raíz de esta legislación.

Una vez se aprobó esta nueva liga, denominada ‘Liga Ellas’, se pusieron en marcha las rotativas para establecer los nuevos estatutos, que se aprobarían en marzo del 2022. Desde AFE, se propuso eliminar la parcialidad del 75% para que las jugadoras pudieran dedicarse 100% al fútbol, que es lo que conlleva una liga profesional, y renegociar el salario mínimo (Chiva, 2021). Además, en el texto no se recogían los periodos de lactancia ni si las futbolistas podían viajar con sus bebés. Tampoco se mencionaban los tiempos de baja remunerados ni la protección contra el despido. Sin embargo, aquellos clubes que quisieran apoyar a su jugadora durante el embarazo podían hacerlo. Este fue el caso de María Alharilla, futbolista del Levante UD Femenino, que fue la primera futbolista en estar de baja por maternidad gracias al respaldo del club. La entidad la renovó por dos temporadas (según el convenio, sólo estaba obligado a renovarla un año más) y asumió su salario (Jiménez y Campos, 2022).

De nuevo, el fantasma del reparto de la retransmisión audiovisual volvería a acechar a la competición. Los 16 clubes no se pusieron de acuerdo y el CSD recibió dos escritos: el

de los clubes de la ACFF y, por otro lado, los del Athletic Club, el Real Madrid y el FC Barcelona (Lidón, 2021).

La Asociación de Clubes de Fútbol Femenino apostaba por la comercialización conjunta, pero los otros tres clubes rechazaron el hecho de dejar en manos de un solo organismo todos los derechos de la retransmisión. A esta trama se le sumó la ya mencionada rescisión de contrato de Mediapro, debido a que muchos clubes retransmitían sus encuentros a través de sus canales oficiales y dejaron de ingresar los 200.000 euros por equipos que les proporcionaba la empresa televisiva (Lidón, 2021).

Para resolver este conflicto, el CSD llegó a un acuerdo con la RFEF y tanto Footers como RTVE retransmitieron algunos encuentros de los clubes que no formaban parte de la ACFF, pero sin que los clubes recibieran ingreso alguno (EFE, 2021). Otros retransmitieron sus encuentros a través de su canal de *Youtube* o de televisión (Chiva, 2021), como el Sevilla FC Femenino. Sin embargo, durante todas estas negociaciones y con el torneo ya iniciado, la RFEF seguía tutelando la competición nacional. Hasta que no se aprobaran todos los estatutos, no habría una estructura independiente (Chiva, 2021). De nuevo, este organismo tuvo un enfrentamiento con algunos clubes a finales del 2021, como fueron el Levante UD, Villarreal y Real Sociedad, quienes se negaron a llevar en la manga derecha de la camiseta el parche identificativo de la RFEF en modo de protesta por la ralentización de los estatutos. En el mes de noviembre, la entidad los sancionó con una multa de 602€ y un descuento de tres puntos en la clasificación. En modo de protesta, los equipos detuvieron cada encuentro durante 30 segundos (Lidón, 2021).

Sin embargo, en la resolución había un fallo: el Juez de Competición cita un artículo que realmente no existe. Según indicó Fraguela en *Iusport* (2021), en la resolución del Juez Único se indicaba lo siguiente: *“Sancionar al club [...] en aplicación con lo dispuesto en el artículo 88 del Código Disciplinario de la RFEF por incumplimiento reiterado y consciente de órdenes, instrucciones, acuerdos u obligaciones reglamentarias, en concreto en lo que respecta a la Disposición Octava, Uniformidad, punto 5, en relación con el artículo 111.2 del Reglamento General -obligación de portar en la manga derecha de la camiseta el parche con el anagrama identificativo de la RFEF o de la competición de Primera División RFEF de Fútbol Femenino”*.

Pero, en el Reglamento General de la RFEF (2021) no dice realmente lo que alega el juez, sino lo siguiente: *“Con independencia de ello, y tratándose de competiciones de ámbito*



*estatal y carácter profesional, los futbolistas deberán exhibir obligatoriamente en su indumentaria el logotipo de la LNFP; y siendo la Final del Campeonato de España/Copa de S.M. el Rey, el emblema de dicho torneo. En las restantes competiciones de ámbito estatal y carácter no profesional, los futbolistas deberán exhibir obligatoriamente en su indumentaria el logotipo de la RFEF o el emblema oficial de la categoría o torneo, según estipule la RFEF para cada una de ellas”.*

Por lo tanto, los equipos que deben llevar el logo de la RFEF son aquellos que pertenezcan a torneos no profesionales y, como la Liga Profesional de Fútbol Femenino se aprobó en junio, esa sanción no tendría validez. Este enfrentamiento hizo que los clubes afectados volvieran a señalar al organismo de Luis Rubiales por no aceptar la profesionalización del torneo: “La RFEF no ha aceptado todavía la calificación de competición profesional de la Liga de fútbol femenina por acuerdo de la Comisión Directiva del CSD el pasado 15 de junio y continúa comportándose como si esta decisión no se hubiera producido y la competición fuera no profesional” (Levante UD, 2021).

Finalmente, el caso fue llevado hasta el Tribunal Administrativo del Deporte, quien dio la razón a los clubes y devolvió los puntos de sanción (Tribunal Administrativo del Deporte, 2022).

En este mismo año y en medio de todo el caos, surgió el primer sindicato especializado en fútbol femenino: FUTPRO. Este organismo está dirigido por Amanda Gutiérrez, abogada especializada en derecho laboral y derecho deportivo femenino, y fue fundado por 15 futbolistas de élite, como Andrea Pereira (secretaria general) o Patricia Guijarro y casi todos los clubes tienen una vocal (FUTPRO, s.f.). Con ellas, las futbolistas trataron de darle la vuelta a la situación y lograr una profesionalización como la de la sección masculina.

No sería hasta marzo de 2022 cuando oficialmente se aprobaron los estatutos. En este acto estuvieron el presidente del CSD, Luis Rubiales, AFE, Futbolistas ON y FUTPRO, además de representantes de todos los equipos de la competición (Ministerio de Cultura y Deporte, 2022b). A partir de ese momento, se designó a la presidenta de la LPFF, Beatriz Álvarez, junto con su vicepresidente Rubén Alcaine (ACFF) y los equipos se pusieron de acuerdo en comercializar de manera conjunta los derechos televisivos, aunque aún no había contrato. Además, el CSD propuso invertir 16 millones de euros

para mejorar las instalaciones de los clubes y adaptarlas a la competición. (López-Egea, 2022a)

Finalmente, la Liga Ellas sustituyó a la Primera Iberdrola y se acordó que estuviera formada por 16 equipos. El encargado de tutorizar su supervisión sería el CSD hasta 2024 y tendría las competencias necesarias para alcanzar soluciones y evitar bloqueos entre las partes, algo que ocurriría en este verano (Palco23, 2021).

A finales de agosto, a un mes de iniciar la competición, aún no había contrato de televisión ni patrocinador oficial, por lo tanto, tampoco había nombre comercial. Para terminar de pulir los últimos detalles del campeonato, la LPFF llegó a un acuerdo con LaLiga de Javier Tebas para que fuera el agente comercial exclusivo de todos los derechos y activos comerciales, es decir, sería la encargada de comercializar el *title sponsor*, el balón oficial, los patrocinios oficiales y las licencias del torneo femenino durante cinco temporadas. Además, el acuerdo estaba valorado en 42 millones de euros (Liga F, 2022a). Desde una perspectiva política, esto supuso un jarro de agua fría para la Real Federación Española de Fútbol, ya que las dos ligas profesionales se habían unido para tener un acuerdo del que Luis Rubiales no formaba parte.

En este punto, únicamente faltaba solucionar los derechos audiovisuales, aspecto que se resolvería una semana antes del comienzo de la liga. Finalmente, fueron Dazn y Mediapro los que se hicieron con estos derechos durante los siguientes cinco años. La primera empresa emitiría ocho partidos por jornada en exclusiva y aportaría 35 millones de euros durante el periodo mencionado, mientras que la segunda televisaría un encuentro por jornada en abierto (Liga F, 2022c). Además, se acordó que en los estadios hubiera un mínimo de entre 4 y 6 cámaras, para garantizar una alta calidad de retransmisión y cumplir con el objetivo de dar visibilidad a la competición (Liga F, 2022c). Con el contrato de los 42 millones de LaLiga Santander, sumados a los 35 de derechos audiovisuales, el campeonato femenino ingresaría 77 millones de euros.

#### 5.4.2 Origen de la competición

Una vez resuelto el tema de los derechos televisivos, que fue el gran talón de Aquiles de las reuniones, sólo quedaba resolver el patrocinador oficial y el nuevo nombre del campeonato. A contrarreloj y a tres días de que comenzara la competición, la patronal presentó su nueva imagen e identidad de marca, así como el nuevo torneo, llamado ‘Liga F’ bajo el lema “Sin F, el fútbol no se escribe igual” (Liga F, 2022d).

Este nombre le vino al dedo, ya que la compañía Finetwork se convirtió en el *title sponsor* del certamen, que pasaría a llamarse Finetwork Liga F. La empresa de telecomunicaciones alicantina de fibra y móvil firmó por tres temporadas y también patrocina a otros deportistas de élite, como a Fernando Alonso, y es socio patrocinador de las selecciones nacionales, tanto masculinas como femeninas, de fútbol y baloncesto (Liga F, 2022e).

#### 5.4.3 Un debut caracterizado por sus complicaciones

El 2022 ha sido un año clave para el fútbol femenino, a pesar de que ha estallado lo que se venía gestando desde finales del 2020. Lo que iba a ser una profesionalización y un paso hacia adelante, se ha convertido en una guerra entre los principales órganos organizativos.

Nada más aprobar los estatutos en marzo del 2022, el organismo de Luis Rubiales provocó el primer enfrentamiento entre la LPFF y su entidad debido a los calendarios de la temporada 2022/23. Un conflicto de competencias fue el primer frenazo al avance de esta competición. La RFEF anunció que el sorteo se llevaría a cabo el 26 de julio en Las Rozas, a lo que la Liga Profesional de Fútbol Femenino respondió con otro comunicado en el que afirmaban que el sorteo se celebraría el 26 de julio, en la sede del Consejo Superior de Deportes. Ante esta situación, donde ambos afirmaban que el CSD había resuelto el conflicto a su favor, el Gobierno se vio obligado a suspender ambas propuestas y esperar a que llegaran a un acuerdo (Menayo, 2022c):

*"Las jugadoras, que son quienes están creando afición y congregando tres millones de personas ante las pantallas, son las rehenes innecesarias de conflictos ajenos a ellas. Tomamos esta decisión para evitar un bochorno mayor", señalaron (Menayo, 2022c).*

Tras más de dos semanas de retraso, el Consejo Superior de Deportes resolvió el conflicto. Ni la Liga Profesional de Fútbol Femenino puede organizar el sorteo sin la Real Federación Española de Fútbol ni viceversa, ya que ambos acordaron en los estatutos que cooperarían entre ellos para organizar la competición. Ambos propusieron dos nuevas fechas para designar el nuevo calendario, pero la solicitud de la patronal quedó rechazada porque faltaban menos de 24 horas para que se llevara a cabo en el día que ésta proponía (Álvarez, 2022).

Otro caballo de batalla fue el de las jugadoras extracomunitarias, los ascensos y los descensos de cara a la nueva temporada. Respecto al primer asunto, la LPFF proponía un máximo de 12 futbolistas extracomunitarias (Menayo, 2022b), mientras que la RFEF pedía un máximo de dos. Además, la máxima entidad del fútbol español suspendió unilateralmente la tramitación de licencias de jugadoras extracomunitarias y comunicó a los clubes que, aquellos que participaran en competiciones europeas, sólo podrían inscribir a dos (Real Federación Española de Fútbol, 2022c)

Es más, según el organismo dirigido por Luis Rubiales, las bases de la competición profesional eran “ilegales y contrarias a la ley”. Además, aseguraron que, aunque la LPFF aprobó las bases “por unanimidad”, este organismo “carece de competencias para aprobar tales bases y se atribuye así unas competencias públicas delegadas que no ostenta” (Europa Press, 2022b). De nuevo, otro frente abierto.

Finalmente, se acordó en una reunión entre el CSD, la RFEF y la patronal que serían nueve jugadoras extracomunitarias, con un máximo de siete en el terreno de juego. Para la siguiente campaña, el número bajaría a cinco (Europa Press, 2022a).

En cuanto a los descensos, la LPFF propuso dos y la federación, cinco, para que la categoría acabara con un total de 14 equipos. Al final, el Consejo Superior de Deportes tuvo que intervenir de nuevo y dictaminó que serían los dos últimos equipos los que descienden de categoría (15º y 16º puesto) y los dos primeros los que ascienden. La primera plaza la adquiere de forma directa el que finaliza en primer lugar de la Primera Federación FutFem. Para la segunda, se disputará un *playoff* que juegan el segundo, tercer, cuarto y quinto clasificados (Real Federación Española de Fútbol, 2022b).

#### 5.4.4 Nueva piedra en el camino: el parón de las colegiadas

Una vez solucionado el conflicto de los calendarios y con los estatutos ya aprobados, la competición nacional volvió a tropezar. Esta vez, una huelga arbitral a dos días del inicio del torneo impidió que se disputara la primera jornada de la Finetwork Liga F.

Este parón estuvo respaldado tanto por el CSD como por LaLiga de Javier Tebas y por la propia liga femenina. De nuevo, la falta de coordinación entre el organismo oficial del torneo y la federación volvía a abrir una brecha entre ambos (Delgado, 2022). En esta ocasión, eran las árbitras las que exigían un acuerdo para “mejorar sus condiciones actuales, aumentar su salario y ser reconocidas profesionalmente”.

Marta Huerta de Aza y Guadalupe Porras Ayuso, colegiadas que han participado en competiciones de máximo nivel como la Champions, la Eurocopa de 2021 y el Mundial sub-20 de Costa Rica, fueron las encargadas de alzar la voz por sus compañeras. En una rueda de prensa, explicaron la complejidad de compaginar el arbitraje con el ámbito laboral, como ya les pasaba a las futbolistas años atrás, y pedían la profesionalización del arbitraje femenino español. “No se está pidiendo nada fuera de lo común, se pide algo sensato. A mí me generaba dolor de cabeza encajar los vuelos para no faltar al trabajo o tener que justificar mis faltas, o utilizar vacaciones para ir a arbitrar. Al final es ganar calidad de vida y calidad para la profesión”, afirmó Marta Huerta (Delgado, 2022).

Es más, según recoge Delgado en el diario *Sport* (2022), tanto Marta como Guadalupe pudieron abandonar sus respectivos empleos porque han dirigido partidos de liga masculina, pero el resto de sus compañeras no: “No vas a pedir lo que ellos, pero sí tener las mismas facilidades. Sacamos todos pecho al hablar de igualdad”. En este momento, las asistentes de los partidos cobraban 160 euros, lo que dificultaba que pudieran dejar sus empleos.

En un principio, la LPFF propuso 25.000 euros anuales para las árbitras, mientras que las colegiadas pedían 50.000 euros, una sexta parte de lo que reciben los árbitros de Primera División Masculina (Rodríguez y EFE, 2022). De nuevo, el CSD intervino para desbloquear la situación y se acordó que, durante tres temporadas, el organismo de José Manuel Franco abonaría 350.000 euros extras para que las árbitras pudieran tener un fondo mutual individualizado una vez que finalicen su carrera profesional (Fuentes, 2022).

La Liga femenina no tardó en mostrar su postura, asegurando que “la propuesta de la RFEF y de las árbitras comenzaba por un recibo de 21.000 euros por partido, la misma cantidad de los colegiados de LaLiga Smartbank, una competición que genera 150 millones de euros anuales por derechos de televisión. Esto habría supuesto un gasto de 5 millones sólo para las árbitras, que es el 70% de los ingresos audiovisuales” (Liga F, 2022f).

Finalmente, el colectivo arbitral aceptó la propuesta tras el acuerdo del CSD y de la RFEF, en el que se aseguró que cada árbitra principal pasaría de cobrar 300 euros a 1.666 euros por partido (cantidad que ofrecía la LPFF), las asistentes dejarían de cobrar 166 euros para cobrar 1.066 euros y 250 euros para la cuarta árbitra, que antes cobraba 84 euros

(Liga F, 2022f). En una cuantía anual, las colegiadas cobrarían 25.000, 16.000 y 3.750 euros, respectivamente. Además, la RFEF aportaría durante tres temporadas otros 350.000 euros para ayudar a los clubes con el pago de las cantidades, ya que la entidad del equipo local es el encargado de abonar los honorarios arbitrales (Fuentes, 2022).

Sin embargo, un mes después, la patronal denunció públicamente a la federación por incumplir los acuerdos en torno al pago de las colegiadas. Según lo acordado, el equipo local abonaría los 4.048 euros que pactaron y el resto, como las dietas y los desplazamientos, correría a cargo de la Liga F y del CSD (Fuentes, 2022). No obstante, la Liga F publicó un comunicado donde señalaba que “la RFEF incluyó nuevos conceptos e importes” que no estuvieron en el acuerdo y que “pretende que los clubes abonen la totalidad de los costes arbitrales”, lo que corresponde a “las cantidades que la RFEF se comprometió a aportar al fondo fin de carrera, compromiso que por supuesto fue acompañado de su ya habitual escenificación mediática de apoyo a la mujer” (Liga F, 2022g). Según los recibos que remitió la entidad federativa a los clubes, estos tendrían que abonar una cantidad próxima a los 15.000 euros, lo que supondría que cada club debería pagar 255.000 euros por temporada, que se alejaba mucho de los 60.750 mil euros acordados (Fuentes, 2022).

El último conflicto que se desarrolló en este ámbito fue la queja por parte de las árbitras de que el balón que se estaba usando en los partidos no era el designado por la RFEF. En este caso, el desacuerdo se resolvió rápido, ya que “la explotación de los derechos comerciales, la publicidad y el balón” eran competencia de la patronal (Fraguela, 2022).

### 5.5 Los desacuerdos con la Real Federación Española de Fútbol

Como hemos podido comprobar en esta investigación, la Real Federación Española de Fútbol y la Liga han compartido numerosos momentos de tensión que han desembocado en una ralentización en la evolución de esta disciplina. Al final, los desacuerdos entre ambas partes se impusieron sobre el objetivo final, que era mejorar la situación del fútbol femenino en España.

Durante esta temporada, se han producido numerosas polémicas que han manchado la imagen de la Finetwork Liga F, como las que se han mencionado anteriormente. Al principio de la campaña, justo después de las polémicas con los calendarios y los árbitros, desde el organismo federativo decidieron igualar el coste de las tarjetas de la competición nacional a las de LaLiga Santander amparándose en la igualdad. Por ello, la entidad de

Luis Rubiales volvió a acaparar todos los medios tras el siguiente anuncio: “Remodelación en el coste de las tarjetas”. Antes de la profesionalización, las amonestaciones costaban a los clubes 4 euros la amarilla y 9 la roja (Menayo, 2022e). La entidad federativa, al entender que el torneo femenino es igual de profesional que el masculino, igualó los importes: 180 euros por cada amarilla y 350 euros por las rojas, además de otros 600 euros como máximo de sanción para la futbolista que haya sido expulsada (Real Federación Española de Fútbol, 2022d). Todo eso sin considerar que las futbolistas tienen un salario menor que los jugadores masculinos y que puede suponer una gran parte de su sueldo.

Para llevar todo esto a un caso real, pondremos al Real Betis Femenino como ejemplo, ya que fue el equipo más amonestado la pasada campaña. Con 82 tarjetas amarillas y 6 rojas, el club asumió 382 € de multa, que, si lo trasladamos a esta temporada, habrían sido 16.860 euros (Menayo, 2022e).

El siguiente conflicto se desvía de la Finetwork Liga F, pero también ha salpicado a la imagen de la competición y está relacionado con el malestar de sus jugadoras. En septiembre de 2022, 15 jugadoras renunciaron a la selección tras la negativa de Luis Rubiales acerca de destituir a Jorge Vilda, el seleccionador del conjunto femenino español. Según la RFEF, la entidad recibió 15 correos electrónicos de 15 futbolistas, asegurando que la situación les estaba “afectando de forma importante a su estado emocional y a su salud” y solicitaban “no ser convocadas hasta que no se reviertan dichas situaciones” (Real Federación Española de Fútbol, 2022e)

Todo comenzó cuando las capitanas del Barça compartieron su malestar acerca de los planteamientos tácticos, la metodología y la gestión del grupo por parte de Jorge Vilda y exigieron cambios en la dirección del Comité Nacional de Fútbol Femenino, presidido por Rafael del Amo (Marín, 2022a). Esta “rebelión” estuvo presente en la concentración previa a los partidos contra Hungría y Ucrania para la clasificación del Mundial de Australia y Nueva Zelanda en 2023. Las jugadoras sostenían que, durante la Eurocopa, se podría haber logrado algo más (Moñino y Irigoyen, 2022). Además, las futbolistas mostraron su disconformidad con las condiciones de los viajes, que ellas consideraban “amateurs”. (Torrente y Riquelme, 2022). Ante esta situación, la entidad española respaldó al entrenador y aseguró que no iba “a permitir que las jugadoras cuestionen la continuidad del seleccionador nacional y de su cuerpo técnico, pues tomar esas decisiones no entra dentro de sus competencias”, además de añadir que “no acudir a una llamada de

la selección es calificado como una infracción muy grave y puede acarrear sanciones de entre dos y cinco años de inhabilitación” (Real Federación Española de Fútbol, 2022e).

Esta no ha sido la primera vez que las jugadoras reclaman unas mejores condiciones. Antes de la llegada de Vilda en 2015, Ignacio Quereda estuvo al frente del conjunto español durante 27 años, hasta que las jugadoras se volvieron contra él en la Copa del Mundo de 2015 (García, 2015). Cuando Quereda se vio obligado a dejar su cargo por la presión de las jugadoras tras la Carta de Toronto, Vilda tomó las riendas del combinado nacional femenino. El entrenador había llegado a la entidad federativa de mano de su padre, Ángel Vilda, y a pesar de no haber entrenado a ningún equipo profesional, cosechó éxitos con la sub-17 y logró dos subcampeonatos con la sub-19 (Quesada, 2015). Además, el entrenador tiene buena relación con Luis Rubiales. Según indica Fernández (2022) en *Onda Cero*, y Marín (2020) en *El Confidencial*, tanto él como Rafael del Amo (presidente del Comité Técnico del Fútbol Femenino de la RFEF) apoyaron al actual presidente federativo en su candidatura para la presidencia de 2018.

Durante los siete años en los que el entrenador ha estado al frente, la selección española no ha logrado levantar ningún título, a pesar de contar con jugadoras de gran nivel como Alexia Putellas (considerada como la mejor jugadora del mundo), Mapi León (incluida en el ‘mejor 11’ de FifPro), Esther González, Aitana Bonmatí o Leila Ouahabi. Con la selección absoluta, clasificó al conjunto español para los octavos de final del Mundial 2019 y para cuartos de final de la pasada Eurocopa en 2022 (Riquelme, 2022).

La Eurocopa de 2022 fue el hito que marcó un antes y un después. El mensaje del entrenador no terminaba de calar en el vestuario y eso se reflejó en el césped. Las españolas cayeron ante Inglaterra en cuartos de final y admitieron que el nivel de preparación era bastante bajo (Torrente y Riquelme, 2022).

Cabe destacar que la mayoría de las ‘15’ pertenecen al FC Barcelona Femení, a pesar de que muchas de las seleccionadas juegan en el Real Madrid. Según informa Kike Marín (2022b) en *El Confidencial*, Jorge Vilda y Ana Rossell (directora de la sección femenina del Real Madrid CF) tienen muy buena relación. Tanto es así que, según Kike Marín, Rossell se dirigió a varias futbolistas españolas en las que el equipo madrileño estaba interesado en estos términos: “Si quieres ir a la selección, antes tienes que ir al Real Madrid”. Y, entre la lista de las ‘15’, no aparece ninguna jugadora del club madrileño.



Las jugadoras fueron: Ainhoa Vicente Moraza (Atlético de Madrid), Patri Guijarro (FC Barcelona), Leila Ouahabi (Manchester City), Lucía García (Manchester United), Mapi León (FC Barcelona), Ona Batlle (Manchester United), Laia Aleixandri (Manchester City), Claudia Pina (FC Barcelona), Aitana Bonmatí (FC Barcelona), Andrea Pereira (América), Mariona Caldentey (FC Barcelona), Sandra Paños (FC Barcelona), Lola Gallardo (Atlético de Madrid), Nerea Eizaguirre (Real Sociedad) y Amaïur Sarriegi (Real Sociedad).

En este conflicto, las jugadoras no tuvieron el apoyo del organismo federativo, pero sí el de jugadoras mediáticas como Megan Rapinoe o Alex Morgan. Ambas futbolistas mostraron su respaldo a las españolas en sus redes sociales (Ibarra, 2022).

Este tira y afloja se hizo eco en la entrega de medallas de la Supercopa de España, cuando las jugadoras del Barcelona y de la Real Sociedad, campeonas y subcampeonas, respectivamente, recogieron sus propias medallas de una mesa sobre el césped porque ninguno de los integrantes de la directiva bajó al verde para colgarles el galardón. Desde la federación española, apuntaron que “todo fue debido al protocolo, por la estructura del estadio Romano de Mérida” y que “no se ha hecho ninguna distinción por ser una competición femenina”. Este último argumento vio la luz debido a que Luis Rubiales sí que entregó las medallas al campeón y subcampeón de la Supercopa masculina en Riad una semana antes de la final femenina (Jiménez, 2023b).

Sin embargo, según la RFEF, este protocolo también se llevó a cabo en la final de la Copa del Rey entre el Real Betis Balompié y el Valencia CF (Jiménez, 2023b), ya que es igual tanto en la Supercopa femenina como en la Copa del Rey masculina. Son los propios clubes los que gestionan el momento (Marca, 2023) y, según la federación, hay dos formas de hacerlo: la entrega de medallas en el palco y, este otro, en el que se dan los distintivos al delegado del equipo o se colocan en una mesa (Jiménez, 2023b).

Esta polémica coincidió con el revuelo en la selección española, lo que alimentó la teoría de que los representantes de la institución deportiva, entre los que se encontraban Luis Rubiales y Jorge Vilda, que habían presenciado el partido desde el palco, querían evitar las fotos con las jugadoras del FC Barcelona que estuvieron presentes en la ‘rebelión’ (Menayo, 2023a). Eso sí, las copas de campeón y subcampeón fueron entregadas por Rubiales a las capitanas del Barça y Real Sociedad (Jiménez, 2023b).

Tres meses después, Rubiales admitió en el programa de Cuatro *Viajando con Chester*, presentado por Risto Mejide, que “a nivel de imagen fue desastroso” y que “el departamento de protocolo cometió un error”.

El último punto de discusión entre las dos entidades deportivas ha sido el uso de un brazalete morado en el 8M para conmemorar el Día de la Mujer. Jiménez (2023c) apunta desde *Relevo* que, según la Liga F, fueron las árbitras las que prohibieron su uso en el inicio de los dos primeros partidos de la jornada 21. La federación, por su parte, argumentó que no habían prohibido su uso, sino que sólo habían recomendado cumplir con el reglamento en lo referente a actos publicitarios (Jiménez, 2023c). Según el punto 4 del apartado ‘Uniformidad’, “la publicidad necesariamente deberá tener contenido comercial, sin que puedan ser objeto de incorporación en la indumentaria de juego cualesquiera marcas, signos distintivos, anagramas, emblemas y/o imágenes que supongan de hecho, o puedan suponer manifestaciones de tipo político o religioso, o su utilización sea considerada contraria a los intereses de la RFEF o de la LPFF, como tampoco está permitido el uso de otros espacios de las equipaciones y complementos como el brazalete de capitán, para introducir cualquiera de ellos, sin que esté previa y expresamente autorizado por la LPFF y por la RFEF” (Real Federación Española de Fútbol, 2022a). No obstante, tanto los árbitros como las árbitras que dependen de la entidad federativa llevaron silbatos morados como motivo de este día una jornada antes (Jiménez, 2023c).

Desde la competición nacional, apuntan que informaron a Finetwork sobre que los brazaletes no podían portar su marca y aseguran que a los estadios no llegó ningún brazalete con publicidad. Los únicos que llevaban el patrocinador oficial del torneo fueron los que enviaron a los distintos aficionados y a la prensa (Menayo, 2023b).

Finalmente, el brazalete sólo lo pudieron llevar en el calentamiento y en los actos previstos, a diferencia de los entrenadores y entrenadoras que sí que lo portaron durante todo el encuentro (Jiménez, 2023c).

#### 5.6 La calidad de las instalaciones deportivas

Para culminar la profesionalización de una disciplina, es esencial prestar atención a las instalaciones que poseen los diferentes clubes. Unas buenas instalaciones suponen un auge en el rendimiento de los deportistas. Y, en España, aún hay aspectos que no se han terminado de solucionar, a pesar de que el Consejo Superior de Deportes destinó 15

millones de euros para mejorar las diferentes infraestructuras y adaptarlas. Según el CSD (2022), con esas ayudas, los clubes podrían construir, adaptar y mantener proyectos como la sustitución de hierba artificial por hierba natural y su mantenimiento, obras de ampliación y mejora de gradas, aparcamientos y vestuarios, instalaciones anexas de entrenamiento y formación para el deportista, áreas para medios de comunicación y retransmisiones televisivas y mejoras en el ámbito de la eficiencia energética, entre otros.

El pasado 22 de diciembre, el Camp Municipal de Les Planes volvió a ser noticia por las malas condiciones del estadio. Anteriormente, el feudo del FC Levante Las Planas ya había sido objeto de críticas debido a su césped artificial, su mala iluminación y su acumulación de líneas de varios colores, al tratarse también de un terreno de juego de fútbol 7 (BeSoccer, 2022). En el partido contra el Real Madrid CF Femenino, según informa David Menayo en *Marca* (2022a), la delegada del club madrileño, Noelia Morales, advirtió que, en una de las porterías, había un poste más elevado que otro. Tras la intervención del delegado de campo, confirmaron que el palo de dicha portería medía 2.42 metros, mientras que el otro sí que cumplía con los 2.44 metros de altura reglamentarios. Al no poder solucionar la incidencia, ambos equipos decidieron disputar el encuentro con una portería irregular.

Todo esto se recogió en el acta arbitral de la jornada 11 (Comité Técnico de Árbitros, 2022), que dictaba lo siguiente: “En la inspección previa del terreno de juego, la delegada del club visitante me comenta que la portería situada a la izquierda tras salir de los vestuarios tiene un poste más elevado que el otro. Tras comentarlo con el delegado de campo, estos intentan subsanar dicha incidencia, la cual quedó con un poste a 2.42 m y el otro a 2.44 m. Tras hablar con los delegados de ambos clubes, estos aceptan disputar el partido con esta incidencia”.

Cierto es que el FC Levante Las Planas ha vuelto a Primera División esta temporada, pero, en su ascenso, el club anunció que seguirían jugando en su feudo, a pesar de que el Ayuntamiento de Gavà les cedió las instalaciones del Estadio de la Bóbila que sí que contaba con césped natural (Pecci, 2022). En comunicado oficial, el club anunciaba lo siguiente: “La Junta Directiva del FC Levante ha decidido que el primer equipo femenino realizará toda la actividad profesional, incluidos los entrenamientos y los partidos oficiales de Primera División, en el campo municipal de Las Planas de Sant Joan Despí. Iniciamos una temporada histórica para la entidad y necesitamos estar muy unidos para continuar haciendo más grande nuestro querido Club. Por otro lado, queremos agradecer

a la ciudadanía y al Ayuntamiento de Sant Joan Despi su apoyo. Así como la disposición desinteresada mostrada en todo momento por el Ayuntamiento de Gavà a la hora de ofrecer sus instalaciones del Estadio de La Bóbila y especialmente el campo de césped natural” (FC Levante Las Planas, 2022).

Sin embargo, el caso del club catalán no es un hecho aislado. Según *Relevo* (2022), hay otros cuatro equipos que aún trabajan en césped artificial: el Real Betis Femeninas (que ya está disputando sus partidos en el campo 1, en césped natural), el Sporting de Huelva, el Alhama CF El Pozo, la UDG Tenerife y el Deportivo Alavés. Sin embargo, esto podría cambiar en dos o tres años gracias a las ayudas concedidas por el Consejo Superior de Deportes para acelerar la profesionalización de las instalaciones de la Liga F.

Por un lado, el Alhama instaló un césped artificial de última generación en Guadalentín tras su ascenso a Primera División en 2022. En el caso del Sporting de Huelva y del Alavés, ya se han puesto en marcha las obras para poder mejorar sus instalaciones, pero aún deben esperar para poder estrenar el césped natural. Con respecto al UDG Tenerife, las obras dependen de la autorización del ayuntamiento para poder comenzar con las modificaciones (Jiménez y Riquelme, 2022)

Estas condiciones también influyen directamente en las retransmisiones televisivas. Alejandro Pecci, uno de nuestros entrevistados, asegura que, en esta temporada, “se ha podido comprobar en DAZN que los tiros de cámara no eran buenos, debido a las instalaciones”, ya que, en ocasiones, “o se refleja el sol, o hay mucha contraluz y no se ve bien”. Es más, el periodista insiste en que “ya no podemos vivir en campos de césped artificial si queremos tener una liga profesional. Algunos tienen hasta las líneas amarillas de fútbol 7”.

Todas estas limitaciones hacen que disminuya la calidad del espectáculo y que haya desigualdades entre los propios equipos de la competición en términos de recursos, infraestructuras y presupuestos, algo que afecta directamente a la competitividad de la Liga.

## 5.7 Éxitos deportivos

### 5.7.1 Selecciones nacionales

Las jugadoras españolas han demostrado el futuro que tienen por delante conquistando el panorama del fútbol internacional desde las categorías inferiores. La selección sub-17 tiene ya en su palmarés dos mundiales. El primero llegó en 2018, cuando España

solamente tenía dos Copas del Mundo, ambas en categoría masculina: la lograda por la sub-20 en 1999 y la de Sudáfrica en 2010 (Vázquez, 2018). Las jugadoras de Toña Is levantaron la primera copa femenina de la mano de jugadoras como Eva Navarro, Claudia Pina o Salma Paralluelo. Cuatro años más tarde, con una plantilla diferente formada por jugadoras como Vicky López, Lucía Corrales o Cristina Librán, las españolas volvieron a hacerlo en la India. Para culminar el torneo internacional, Vicky López fue galardonada con el trofeo de la mejor jugadora del Mundial sub-17 (Sport.es, 2022a).

Además, en ambos partidos destacaron los números de espectadores que asistieron al estadio. En la final del 2017, el encuentro fue presenciado por 11.000 espectadores (Vázquez, 2018) y, en la del 2022, por 24.824 personas (Villaescusa, 2022).

El 2022 también fue el año de la sub-19 y de la sub-20. Por un lado, la ‘Rojita’ sub-19 se coronó campeona de Europa por cuarta vez tras vencer a Noruega en la final de Ostrava (República Checa). Durante el campeonato, las españolas no perdieron ningún encuentro y lograron nueve victorias y dos empates (Europa Press, 2022c). La sub-20, por su parte, derrotó a Japón con los goles de Inma Gabarro (Sevilla FC Femenino) y Salma Paralluelo (FC Barcelona Femení), logrando así el primer título mundial para la selección sub-20 (Martín, 2022).

Además, Inma Gabarro volvió del torneo internacional por todo lo alto. No le bastó sólo con llevar al país español a la final con sus dos goles ante Países Bajos, sino que se convirtió en la máxima goleadora de la competición con ocho tantos, recibiendo al final del Mundial la Bota de Oro y el Balón de Plata al ser una de las futbolistas más destacadas del certamen (Sevilla FC, 2022).

Con respecto a la absoluta, las cosas no pintan tan bien a pesar del gran nivel que tienen las jugadoras. Como se ha mencionado anteriormente, las españolas aún no han logrado levantar ningún título en los últimos años y todos los focos están sobre el Mundial del 2023. Aun así, en el *ranking* de la FIFA (2023), con última actualización del 24 de marzo de 2023, España ocupa la séptima posición.

### 5.7.2 El *boom* del FC Barcelona Femení

El FC Barcelona Femení se ha convertido en un referente a nivel mundial en estos últimos años. Además de crecer en lo deportivo, ha mejorado en las técnicas de márketing y ha logrado una mayor cercanía a los aficionados del fútbol.

El club inyectó dinero cuando el fútbol femenino comenzaba a despegar en el país español. La sección femenina quedó integrada en la entidad catalana en 2002 y comenzó a levantar títulos diez años más tarde, ganando cuatro trofeos entre el 2012 y el 2015 (Pacheco, 2020).

En el mes de mayo de 2021, el Barça se convirtió en el primer club español en levantar la Copa de la UEFA femenina (Jiménez, 2023a). Una de sus claves es que las jugadoras se dedican en su plenitud al deporte y cuentan con los medios necesarios para poder sacar el máximo partido a su rendimiento deportivo (Moya, 2022). De hecho, las jugadoras que se encuentren en etapas formativas tienen residencia en La Masía desde el año 2021 (FC Barcelona, 2021). Todo esto se refleja en el palmarés del primer equipo, que tiene en sus vitrinas una Women's Champions League, siete ligas españolas, nueve trofeos de la Copa de la Reina y tres Supercopas de España. En sólo dos temporadas (2020-2022), se proclamaron al mismo tiempo campeonas de Europa, campeonas de la Primera Iberdrola y han alzado dos veces la Copa de la Reina y la Supercopa de España (FC Barcelona, s.f.).

A nivel económico, el club lidera la lista de ingresos del fútbol femenino a nivel mundial, según el informe de *Deloitte Football Money League* (Iglesias, 2023). El equipo generó 7.7 millones de euros en la temporada 2021/2022 gracias a su participación en la final de la Champions League en 2022 y a levantar el título europeo en 2021. Además, el acuerdo con Spotify, los éxitos de Alexia Putellas, el auge de la venta de camisetas de las jugadoras y la gran adquisición de entradas para ver al equipo en el Johan Cruyff han logrado que la sección femenina del club también crezca a nivel económico, siendo un gran atractivo para las diferentes marcas publicitarias. En el marco del patrocinio, se encuentran empresas como Nike, Estrella Damm, CaixaBank, Cupra, Allianz, Gatorade, Stanley, Coca Cola, Scotiabank o Bimbo (Jiménez, 2023a). A estas marcas se le han sumado esta temporada Heura y GLS, lo que supondrá un ingreso de 8 millones de euros anuales (Escudero, 2022).

Según la clasificación de la UEFA, el FCB Femení ocupa la primera posición de su lista con 121.966 puntos, por encima del Lyon (118.166 puntos) y el Wolfsburgo (101.133).

Todos estos aspectos suponen que el club azulgrana tenga uno de los presupuestos más grandes de Europa (12 millones de euros previstos para la 2022/2023) y, si se cumplen

los pronósticos, esta campaña será el único departamento no deficitario del club (Jiménez, 2023a).

En lo que respecta a lo social, el club azulgrana ha sabido cómo acercarse a los aficionados del balompié. Una de las vías por las que más se ha influido ha sido a través de las redes sociales. El FC Barcelona cuenta con 4.6 millones de seguidores en Instagram, 1.4 millones en Facebook, 970.000 seguidores en su cuenta de Twitter y 152.000 en TikTok.

### 5.7.3 Iniciativas que fomentan la visibilidad

Poco a poco, las grandes empresas están comenzando a ver la rentabilidad del fútbol femenino a nivel mundial. Una de las vías fue la aparición de cuatro ligas femeninas (la NWSL, la Division 1 Féminine, la Bundesliga Femenina y la FA Women's Super League) en el FIFA 23, el videojuego más popular relacionado con el fútbol (Sport.es, 2022b). Sin embargo, en esa edición, la liga femenina española no aparecía porque aún no estaba catalogada como una liga profesional (Menayo, 2022d)

Sin embargo, en la presentación del FIFA 23 en Londres, EA Sports anunció que, para el catálogo del próximo año, una quinta liga femenina se incorporaría al videojuego: la Finetwork Liga F.

El crecimiento de la competición española también fomentó el acuerdo de colaboración entre la empresa de Carmen Panini y la Liga F. Según indica *Marca* (2022), en diciembre de 2022 ambas partes llegaron a un acuerdo para desarrollar la primera colección monográfica de fútbol femenino en España que se extenderá desde la campaña 2022/2023 hasta la 2026/2027, algo que ha tenido muy buena acogida entre el público y que, sin duda, ayudará a visibilizar esta disciplina. Además, Panini es uno de los patrocinadores oficiales de la competición doméstica.

### 5.8 Evolución en los medios de comunicación

La conformación de las mentalidades en las sociedades contemporáneas depende, en gran medida, del contenido de los mensajes que emiten los medios de comunicación y la forma en la que son transmitidos (Rojas Torrijos, 2010). Si buscamos una sociedad igualitaria, es esencial que se promueva la igualdad desde los grandes medios, y más desde el periodismo deportivo, que cuenta con una altísima audiencia en España. Si solamente se proyectan imágenes de hombres jugando al fútbol, es complicado que una niña piense

que ella también puede. Por ello, es fundamental que los medios den cobertura a esta disciplina, algo que con los años ha ido mejorando.

El fútbol femenino aún no ha logrado mantener un puesto fijo en los medios de comunicación españoles (Menayo, 2015, p. 247). Por ello, las críticas hacia algunos medios de corte conservador no se han hecho de rogar y han sido muchos los organismos e instituciones oficiales los que han tomado consciencia del auge de la mujer deportista (Rojas Torrijos, 2010).

No obstante, estas medidas aún no son suficientes. Es extraño ver en los telediarios imágenes sobre fútbol femenino, a no ser que haya ocurrido algo de gran relevancia. Esa exclusión de la mujer provoca que se dé una realidad desde un solo punto de vista: el masculino (Rojas Torrijos, 2017).

Los primeros medios especializados fueron *Futfem.com* y *Protagonistas del Juego*. En el primero, creado en 2004, había muchas líneas de texto y pocas fotografías, pero las visitas subieron y las empresas publicitarias comenzaron a interesarse por esta iniciativa. La web *ProtagonistasDelJuego*, dirigida por Pablo Cervantes, se atrevió, incluso, a sacar una revista de fútbol femenino llamada *Protagonistas*, que apenas llegó al cuarto número (Menayo, 2015, pp. 248-253)

Pero el punto de inflexión llegó en 2015, con la participación de la selección absoluta en la Copa del Mundo. El interés que provocó este hecho supuso que muchas personas que no habían visto un partido de fútbol femenino lo hicieran por primera vez. El periodismo deportivo en España se centra fundamentalmente en el fútbol, ocupando más de tres cuartas partes en radio, televisión, prensa e Internet, pero prácticamente la totalidad de las informaciones se centran en el fútbol masculino (Pacheco, 2020).

Otra de las fechas clave que marcaron al fútbol femenino en el país hispano fue el año 2016, cuando Iberdrola se convirtió en el patrocinador oficial de la competición. Además de suponer un impacto económico, ayudó a que las productoras apostaran por el fútbol femenino desde las plataformas audiovisuales. Según los datos que ofrece este autor, en la temporada 2016/2017, se retransmitieron 65 encuentros en GOL TV y la audiencia media superaba los 100.000 espectadores. Siguiendo con las indicaciones de este autor, durante la campaña de 2017, la audiencia aumentó hasta los 112.000 espectadores. Sin embargo, el mayor número que se registró fue el de las 285.000 personas que siguieron mediante la pequeña pantalla el Barça – Atlético de Madrid en 2018.



Según indica Pacheco (2020), en la edición 19/20 de la Women's Champions League, la semifinal entre el FC Barcelona Femení y el Wolfsburg fue seguida por 265.000 personas con un share del 2,7%. Como indica este autor, estos datos se acercan mucho a la media de espectadores de los partidos de Segunda División que emite GOL TV, cuya audiencia se sitúa entre los 200.000 y los 250.000 espectadores.

En esta misma temporada, se ha vuelto a batir un récord de audiencia. El partido de Copa de la Reina entre el Atlético de Madrid y la Real Sociedad fue televisado por Telecinco y registró de media 1.650.000 espectadores (Pacheco, 2020) y 2.797.000 personas durante el último minuto de partido, convirtiéndose en el minuto de oro (Fra, 2019).

Con todos estos datos, surge el gran debate que ha ido acompañando al fútbol femenino durante los años: ¿los medios de comunicación emiten lo que interesa a la audiencia, o los medios seleccionan lo que debe 'existir' para su audiencia? Como indica José Barrero en *Periodismo de Manual* (Rojas Torrijos, 2017), es un derecho del ser humano informar y estar informado de toda la realidad deportiva, no sólo la protagonizada por el hombre.

Esta afirmación nos lleva a otro debate social en el que, por un lado, se afirma que el fútbol femenino no vende porque no tiene visibilidad, y por otro, que no tiene visibilidad porque no vende. Ante esto, Alejandro Pecci insiste en que “conforme más accesible sea, más fácil se lo van a poner al aficionado para que lo vea”, a lo que se le suma la opinión de Marta Griñán, que indica que “en cuanto se le ha dado visibilidad, se ha visto que ha vendido” y que “eso se ha podido apreciar en el número de entradas vendidas en el Camp Nou (72.000 espectadores) el pasado 27 de abril ante el Chelsea, con un precio que te podía costar un Rayo Vallecano vs Real Valladolid”.

A los medios de comunicación tradicionales se les ha sumado un nuevo factor que ha ayudado, en cierto modo, a impulsar del fútbol femenino: las redes sociales. Los equipos publican contenido de actualidad a través de ellas, sobre todo en Instagram, Twitter y TikTok. En ellas, se publican entrevistas, fragmentos de vídeo de los entrenamientos y retos, lo que permite una mayor cercanía entre las jugadoras y la afición.

Todos estos aspectos fomentan la visibilidad y que los medios de comunicación se interesen por el fútbol femenino español, así como la llegada de nuevos patrocinios que apuesten por él. Por lo tanto, los medios de comunicación son una de las claves más importantes para que se consolide esta disciplina.

## 6. Metodología

Para recopilar información sobre la actualidad de la competición, hemos acudido a fuentes periodísticas, consultando periódicos como *Marca*, *Relevo*, *AS*, *El Confidencial* y *El País*, debido a que no se han encontrado ni artículos ni libros académicos sobre la actual situación del fútbol femenino en España al ser una liga totalmente nueva y encontrarnos en el desarrollo de la misma. Sí que se han encontrado fuentes académicas a la hora de hablar de la historia o de la evolución en los medios de comunicación.

Para esta investigación, hemos analizado los inicios de la Women's Super League para compararla con los comienzos del campeonato nacional español. Hemos elegido la Liga inglesa porque se considera un modelo a seguir en Europa. Para ello, hemos consultado informes de la Football Association (The FA) y de la FIFA, así como numerosos artículos en inglés para conocerla en profundidad.

Para cumplir con el objetivo de conocer la cobertura de la Finetwork Liga F en los principales medios deportivos *online*, hemos analizado las publicaciones de los dos principales medios deportivos digitales en España: *Marca* y *Relevo*. La fecha de muestreo escogida abarca desde el 22 de septiembre de 2022, fecha en la que se publicó la primera noticia de la Liga F en *Relevo*, hasta el 15 de abril de 2023, día escogido para tener la mayor cantidad de noticias posibles sobre el campeonato español.

Los resultados obtenidos en el análisis son aproximados, ya que ninguno de los dos periódicos permite retroceder para consultar las noticias antiguas. Para realizar la investigación, hemos acudido al perfil de Twitter de los periodistas que cubren esta sección, ya que en esta red social difunden los enlaces a sus publicaciones.

Dentro de nuestro análisis cuantitativo, se distinguen dos partes. En la primera, se han enumerado las noticias publicadas acerca de esta competición y las hemos comparado con las de la sección de un equipo de Primera División Masculina para analizar su visibilidad.

En la segunda, comprobaremos qué equipos gozan de una mayor cobertura a través de un análisis de contenido, para confirmar así a nuestra hipótesis sobre la popularidad del FC Barcelona Femení y del Real Madrid CF por encima del resto de los equipos. Para ello, hemos puntuado a los equipos de la siguiente manera:

- En las noticias individuales, se ha dado un punto al equipo del que se habla.

- En las crónicas, si la descripción del evento es equitativa, se otorga un punto a cada equipo. En caso contrario, el punto se le da al equipo del que más se hable.
- No se han tenido en cuenta los resúmenes de las jornadas, ya que el objetivo es analizar la cobertura de los equipos a nivel individual.

Además, también se han realizado nueve entrevistas a profesionales del fútbol femenino, como son:

- Manuel de los Santos: Jefe de prensa del Sevilla FC Femenino
- Amparo Delgado: Jugadora del Sevilla FC Femenino
- Eva Llamas: Jugadora del Sevilla FC Femenino
- Marta Griñán: Responsable de la sección de fútbol femenino en *AS*
- Sandra Riquelme: Periodista especializada en fútbol femenino. Redacta en *Relevo*
- Eduardo Carrillo: Periodista de Betis TV, encargado de la actualidad del Real Betis Femenino
- Alejandro Pecci: Periodista de Canal Sur, encargado de radiar los partidos de la Finetwork Liga F
- Irati Vidal: Periodista de Gol TV y comentarista de la Finetwork Liga F
- Tomás Yáñez Quero: Director y fundador del diario digital *La Escuadra*

A estos profesionales, les hemos realizado las siguientes preguntas:

#### Periodistas

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge? ¿Cómo lo ve dentro de unos años?
- ¿Cree que ha habido una evolución en los medios de comunicación a la hora de tratar el fútbol femenino?
- Dentro de su medio, ¿cómo se ha fomentado la visibilidad?
- ¿Tiene alguna anécdota en la que haya propuesto algún tema sobre fútbol femenino y lo hayan rechazado? ¿Ha tenido algún tipo de presión?
- ¿Cómo ha vivido las polémicas de la profesionalización?
- ¿Qué podrían hacer los medios para dar más visibilidad? ¿Cree que los directores de los medios están interesados en esta disciplina?
- El fútbol femenino... ¿no vende porque no tiene visibilidad, o no tiene visibilidad porque no vende?

## Futbolistas

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge? ¿Cómo lo ve dentro de unos años?
- Hoy en día, hay muchos niños y niñas que empiezan a tener referentes femeninos en el ámbito futbolístico, ¿cree que el fútbol femenino está rompiendo barreras desde un punto de vista social?
- A pesar de que la competición es recientemente nueva, ¿cree que hay aspectos esenciales que deberían haberse resuelto desde un primer momento?
- ¿Cree que las instituciones respaldan en su totalidad al fútbol femenino en nuestro país?
- ¿Cómo calificaría el trato de los medios hacia el fútbol femenino?
- ¿Siente que la cobertura del Sevilla FC a la sección femenina ha mejorado en estos años?
- ¿Cómo se le podría dar una mayor visibilidad a través de los medios de comunicación? ¿Y a través de las instituciones?

## **7. Resultados**

### 7.1 Análisis comparativo con la Women's Super League

En los últimos años, la Barclays Women's Superleague (Inglaterra) se ha convertido en un referente para los países europeos. Como en el resto de las ligas femeninas, tuvo unos inicios difíciles, pero, en 1993, la Women's Football Association localizó los problemas que impedían el crecimiento del fútbol femenino inglés, centrándose en unas infraestructuras débiles y dificultades económicas (López, citado en Dunn y Welford, 2015, p.12) que exigían la reforma del deporte para convertirlo en uno de élite. Según Dunn y Welford (2015, pp.15-16), la Football Association (FA) creó en 2011 la Women's Super League (WSL) para aumentar la calidad de la competición y atraer a más patrocinadores, mejorando así la visibilidad del juego femenino. Con ella, se creó la primera liga semiprofesional en Inglaterra, formada por 8 equipos (Dunn y Welford, 2015, p.23). Con la intención de convertirla en profesional, la FA dictó en 2009 que las jugadoras recibieran una remuneración de, al menos, 16.000 libras esterlinas (18.396 euros) al año, ya que consideraban que lo que ganaban no era suficiente para vivir. Además, los clubes tenían un tope salarial de 20.000 libras esterlinas (22.995 euros) por jugadora, que se podían asignar a cuatro futbolistas para recibir un salario superior,

difundir el talento entre los clubes y lograr la sostenibilidad de la competición. Para hacer frente a este reto económico, la FA dio ayudas a los clubes, pero las entidades debían buscarse patrocinadores por su cuenta, además de estar afiliadas a sus respectivos clubes masculinos para tener más facilidades (Dunn y Welford, 2015, pp. 22-23).

A partir de ese momento, la FA WSL se fue expandiendo. El plan a largo plazo de la FA para mejorar la situación del fútbol femenino en Inglaterra introdujo la segunda división del campeonato que cuenta, actualmente, con 11 equipos, uno menos que en la WSL (Dunn y Welford, 2015, p.41). Además de la búsqueda de nuevos patrocinios y la gestión de los derechos audiovisuales, los responsables de la Liga apostaron por las redes sociales para lograr un acercamiento con los aficionados del balompié. Se crearon unos ‘embajadores digitales’ donde los clubes designaban a una jugadora para que se comunicara con los seguidores a través de las redes (Dunn y Welford, 2015, p.67).

Para la campaña 2018/2019, la FA estableció varios requisitos para obtener las licencias que necesitaban los clubes que querían formar parte de la Women’s Super League. Este paso ha sido decisivo a la hora de establecer los criterios de calidad mínimos que se requieren para el desarrollo de la Liga y ha proporcionado una base sólida para el crecimiento (FIFA, 2021). Entre ellos, destacan los siguientes (The FA, 2017):

- Los clubes tenían que crear puestos de trabajo y destinar 120.000 libras esterlinas (137.973 euros) al salario de los trabajadores y a las mejoras de las infraestructuras. Para ello, contaban con la financiación disponible de la FA para cada club, que sería un máximo de 120.000 libras.
- Los clubes debían tener y presentar las siguientes políticas: antidopaje, igualdad y diversidad, igualdad de oportunidades, gestión de riesgos, redes sociales, maternidad y paternidad (incluyendo disposiciones sobre permisos parentales compartidos), salud y seguridad y política de privacidad.
- Para los partidos, tenía que haber un mínimo de asistencia. Para la campaña 2018/2019, debían asistir mínimo mil personas a los partidos. Para la 2019/2020, el número aumentaría hasta los 1.500 espectadores y, para la temporada 2020/21, 2.020 personas debían asistir a los estadios. Con ello, la FA se garantizaba que los clubes apostarían por promocionar el fútbol femenino. Al final de cada temporada, los clubes debían proporcionar las cifras de espectadores de la campaña anterior con las razones del aumento o de la disminución de la asistencia con respecto al año anterior.

- Los clubes debían establecer un plan comercial, en el que se describirían los detalles de los patrocinios existentes y las oportunidades de negocio que permiten su desarrollo. A su vez, debían elaborar un plan de *marketing* para explicar cómo iba a crecer el club y cómo iba a retener a sus espectadores. A esto se le sumó el compromiso de la entidad de proporcionar 21 horas de *marketing* a la semana y programar actividades que aumentarían la afición del club (oportunidades de autógrafos, ofertas en las tiendas oficiales, que exista una comunicación entre los aficionados y las jugadoras...)
- Los clubes tenían que proporcionar un plan de mantenimiento de las instalaciones completo y presupuestado, con los detalles de las obras de reparación y los planes de mejora para garantizar que las instalaciones estuvieran en las mejores condiciones posibles. Esto también incluía que la calidad del campo fuera 3G, que hubiera iluminación con focos, un gimnasio y un área de salud.
- Respecto al personal del club, la entidad debía contar con un director general, un director de *marketing*, un director de protección, un entrenador jefe, un entrenador asistente, un entrenador de porteros, un fisioterapeuta, un equipo médico y un entrenador de fuerza.

Con respecto a la visibilidad social, la FA creó en 2017 un plan para el crecimiento del fútbol femenino en Inglaterra llamado *Gameplan for Growth*, cuyos resultados se analizarían en el año 2020. Finalmente, los resultados de este informe demuestran que la apuesta llegó a buen puerto. El máximo de audiencia de los partidos televisados de la Liga femenina inglesa aumentó un 231% desde el 2016, alcanzando su pico máximo en los 270.000 espectadores en el partido Chelsea vs Tottenham Hotspur (2019) (TheFootball Association, 2020). Además, durante la temporada 2019/20 hubo un aumento en las retransmisiones del 257% con respecto a 2016. En la asistencia media en los estadios, según este informe, hubo un crecimiento del 174% desde 2016 hasta 2020.

Todo esto suscitó el interés de patrocinadores como Barclays, en 2019, actual patrocinador oficial de la competición, y BT Sport, en 2018. El acuerdo con la compañía financiera supuso el mayor acuerdo de patrocinio en la historia del deporte femenino en el Reino Unido (The Football Association, 2019), con una suma de 11 millones de euros según indica *The Guardian* (2019).

A esto se le sumó el acuerdo con Sky Sport, que sustituyó a BT Sport, y con la BBC en 2021 para gobernar los derechos televisivos durante las tres siguientes campañas, lo que

le garantizó a la Women's Super League unas ganancias de 9 millones de euros por temporada (Fra, 2021b). Según indican Fra (2021b) en *AS* y Medicott (2021) en *Mirror*, Sky Sport tenía derecho a retransmitir hasta 44 partidos por temporada, con un mínimo de 35 en antena, y la BBC se comprometió a televisar 22 encuentros con un mínimo de 18 en BBC One y BBC Two.

En definitiva, las claves del auge del fútbol femenino inglés fueron:

- La inversión, el compromiso y la apuesta de la FA a través de un plan estructurado que asegura la supervivencia del campeonato y la competitividad entre los clubes.
- Las retransmisiones televisivas de los partidos a través de cadenas públicas, como la BBC.
- La Liga cuenta con un Consejo Directivo que supervisa la estrategia y la política del fútbol profesional y está formado por representantes de clubes y personas con experiencias que son capaces de conseguir los objetivos establecidos (FIFA, 2021).

Con todos estos aspectos sobre la mesa, queda claro que la Barclays FA Women's Super League es un modelo a seguir en lo que respecta al apoyo de las instituciones y de las cadenas televisivas al fútbol femenino. En España, las bases aún se están consolidando, pero queda reflejado que las disputas entre la federación y la Liga F y la baja calidad de las infraestructuras no favorecen la evolución del fútbol femenino español. Tampoco lo hace que, en una disciplina que está creciendo, únicamente se retransmita un partido en abierto y que el resto sea a través de una plataforma de pago que no todo el mundo se puede permitir.

## 7.2 Análisis de los medios deportivos digitales

### 7.2.1 Marca

*Marca* cuenta con una sección propia para la Finetwork Liga F y David Menayo es el encargado de cubrir casi toda su actualidad, por lo que hemos acudido a su perfil de Twitter y a la propia sección del campeonato para recopilar las publicaciones. Desde el 22 de septiembre, se han contabilizado 175 publicaciones acerca de la competición nacional y de sus equipos. Para conocer su cobertura, hemos recopilado las publicaciones de la sección masculina de la Real Sociedad y del Athletic Club de Bilbao desde esa misma fecha. El motivo de la elección de estos dos equipos es que no son unos equipos tan mediáticos como el Real Madrid o el FC Barcelona, pero gozan de cierta popularidad.

Tanto en un equipo como en otro, se han tenido en cuenta las publicaciones relacionadas con LaLiga Santander y las que tienen que ver con el propio club, descartando así las publicaciones acerca de la Copa del Rey o de competiciones europeas, para que sea lo más similar posible al análisis de las noticias de la Liga F. Sólo con las redacciones de Óscar Badallo (Real Sociedad), se han contabilizado 316 noticias, a las que se suman las 256 de Juanma Velasco sobre el Athletic Club. Con esto, se demuestra que los números de publicaciones del campeonato femenino quedan muy alejados del número de publicaciones sobre un equipo de Primera División Masculina.

Con respecto a la cobertura de los equipos, se confirma la hipótesis de que el Real Madrid CF y el FC Barcelona tienen una mayor visibilidad dentro de este medio, pero no hay tanta desigualdad entre el resto de los equipos, ya que, en varias ocasiones, el autor ha incluido dos crónicas de dos partidos diferentes en una misma publicación.



Gráfico 1. Fuente: Elaboración propia

### 7.2.2 Relevó

*Relevo* es un periódico digital que comenzó sus andaduras en mayo de 2022 a través de las redes sociales, pero no fue hasta septiembre de ese mismo año cuando se creó oficialmente su página web.

Para recopilar las noticias publicadas sobre la Finetwork Liga F y sus equipos, hemos revisado los perfiles de las periodistas Sandra Riquelme, Mayca Jiménez y Nagore Domínguez, así como las noticias que aparecen en la sección “Liga F”. En total, se han recogido 160 publicaciones sobre el torneo nacional.



Al igual que en *Marca*, se ha comparado el resultado obtenido con las publicaciones de las secciones de la Real Sociedad y del Athletic Club de Bilbao. Con respecto al equipo blanquiazul, hemos analizado los textos de los periodistas que se encargan de cubrir su actualidad, que son Patxo de la Rica, Joaquín Bacigalupo, Raúl Rodríguez y Diego Campoy. En este caso, sólo se han encontrado 66 publicaciones sobre el equipo vasco. La cobertura sobre la actualidad de los leones tampoco ha sido muy elevada. Acudiendo a los perfiles de Patxo de la Rica, Jonathan Ramos y Joaquín Bacigalupo se han recopilado 87 publicaciones, por lo que la Liga femenina goza de una visibilidad mayor si la comparamos con la de estos dos equipos.

Sin embargo, si comparamos ambos periódicos digitales, *Marca* le da una mayor visibilidad que *Relevo* y, aun así, los números siguen siendo bajos, como se ha comprobado al compararlo con las secciones masculinas de la Real Sociedad y del Athletic Club de Bilbao.

Entre las publicaciones, destacan las del FC Barcelona Femení (38) y las del Real Madrid (54), lo que vuelve a confirmar nuestra hipótesis sobre la importancia mediática de estos dos equipos.

A estos dos conjuntos le sigue el Atlético de Madrid con 16 artículos y el Levante UD Femenino con 12. No obstante, es importante destacar que hay equipos que tienen cobertura porque se enfrentan al club de Florentino Pérez o al equipo blaugrana. Por ejemplo, el FC Levante Las Planas cuenta únicamente con 3 publicaciones, de las cuales dos son crónicas contra el FC Barcelona Femení y la publicación restante es de otra crónica del partido ante el Real Madrid CF. Lo mismo le ocurre al Athletic Club Femenino, que solamente aparece en 4 publicaciones, de las cuales 2 son crónicas contra el equipo blanco y una contra el equipo catalán.

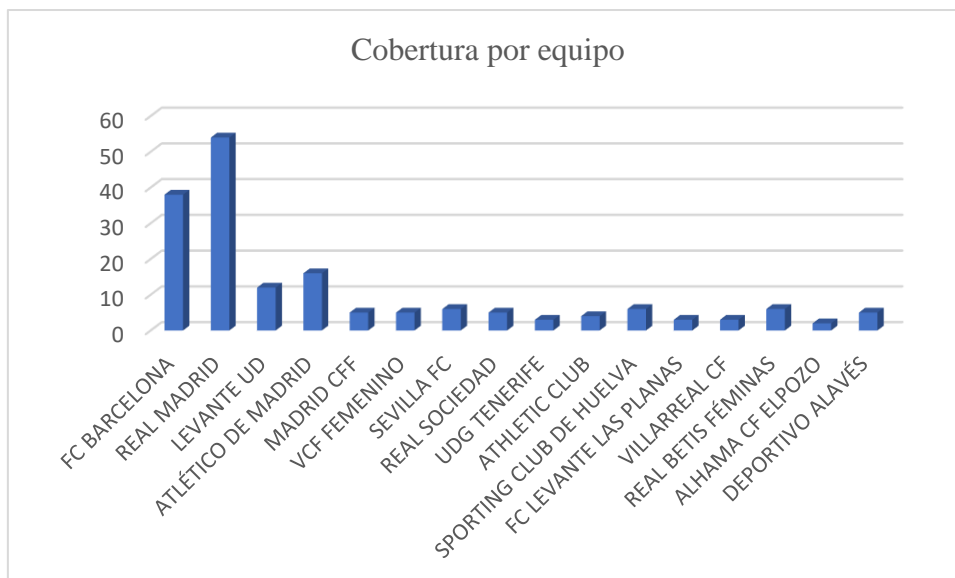


Gráfico 2. Fuente: Elaboración propia

### 7.3 Análisis de las entrevistas

Las entrevistas realizadas nos han ayudado a demostrar nuestras hipótesis y a acercarnos más a la realidad de la Primera División Femenina. Las nueve personas entrevistadas coinciden en que el fútbol femenino en España está en auge y que sus condiciones han mejorado con respecto a años anteriores, aunque eso no quiere decir que aún no quede un largo camino por delante. Eva Llamas recuerda sus inicios viajando en autocar durante “miles de horas”, cuando cada jugadora se hacía su comida y entrenaban a las nueve de la noche. La jugadora también resalta la dificultad de compaginar el fútbol con el trabajo y los estudios, aunque cree que estamos “en un momento de crecimiento”. Además, insiste en que “aún queda mucho por hacer” y confía en que la juventud “siga luchando”.

Como indica Alejandro Pecci, una de las claves para fomentar esta sección la tienen los propios clubes. Estas entidades pueden acercar el fútbol femenino al aficionado a través de promociones o llevando escuelas. También indica que es importante que se cree una rutina de seguir al equipo de fútbol en general, no sólo al masculino. Sin embargo, Manuel de los Santos nos enseña la otra cara de la moneda. Según el jefe de prensa del Sevilla FC Femenino, hay ocasiones en las que llegan equipos “sin jefe de prensa” y que “sólo atienden a los medios si el equipo saca algo positivo”. A pesar de ello, resalta que “cada vez hay más interés y más medios acreditados”.

A esta afirmación se suma Eduardo Carrillo, que asegura que el auge se debe “al apoyo de los medios de comunicación” y que ya hay medios nacionales que “abren con portadas dedicadas al fútbol femenino”. En esta misma línea se mantiene Marta Griñán, quien cree que “los medios de comunicación han visto que hay gente interesada en ello”, lo que se refuerza con los datos de audiencia que nos aporta Irati Vidal, quien afirma que en GOL TV retransmiten “un partido cada jornada y muchas veces, el partido del femenino es el programa más visto del fin de semana”. Tanto la periodista de GOL TV como Sandra Riquelme están de acuerdo en que ya no es sólo que el fútbol femenino tenga menos audiencia que el masculino, sino que el propio fútbol masculino se impone sobre el resto de deportes.

Tanto Sandra Riquelme como Marta Griñán destacan la normalización que se está realizando a través de los medios. Según la periodista de *Relevo*, antes se hablaba más de “chicas que juegan al fútbol que de futbolistas y ahora hay más análisis futbolísticos”. Marta, por su parte, asegura que “en los titulares, ya no salen mujeres por ser acompañantes de alguien”, que es algo que “se está dejando atrás” pero que aún “estamos muy lejos del trato informativo que se le da al fútbol masculino”.

Sin embargo, en este ámbito, Alejandro Pecci advierte de que se “están copiando muchos patrones del fútbol masculino” y que “es necesaria la diversificación de la información, ya que no todo es Alexia Putellas ni el Barça”. Además, indica que “hacen falta más profesionales y más información con respecto al resto del fútbol femenino en España” y que, para que interese, “tiene que ser accesible”. En modo de autocrítica, hace un llamamiento al resto de profesionales, ya que “no es sólo problemas de medios, sino de periodistas que se supone que se dedican a esto”, porque cuando acude a ruedas de prensa, él está “solo”. En esta misma línea se mantiene Tomás Yáñez, quien afirma que “es un reto para quienes gestionan los medios”, porque hay redactores que “no están disponibles para hacer una crónica del fútbol femenino, pero para una previa del masculino siempre tienen tiempo”. Para él, la verdadera evolución en el ámbito mediático llegará cuando “no nos encontremos siete redactores del primer equipo masculino y uno del femenino”.

Con respecto al proceso de profesionalización, los entrevistados están de acuerdo en que hay que cuidar la Liga para tener una buena imagen de cara al resto del mundo. Irati Vidal argumenta que “las instituciones tienen que ayudar a que exista un buen producto para poder vender” y que “problemas como el de la federación” perjudican la calidad de la competición. Además, insiste en que “el hecho de poner trabas en el camino es para seguir

controlando algo que igual ya se les escapa de las manos porque está creciendo”. Al final, como indica Eduardo Carillo, la guerra entre la federación y la liga despista a los aficionados.

Para solucionar esto, varias de nuestras personas entrevistadas están de acuerdo en que hace falta que las instituciones se aclaren, se actualicen y que pongan a disposición las mismas herramientas que tienen los jugadores del fútbol masculino, en lo que a apoyo se refiere.

A modo de cierre, Eva Llamas hace una reflexión y pide a los clubes que animen a sus aficionados a asistir a los estadios, diciendo que es tan importante el masculino como el femenino. “Podemos vender más si nos dejan, gustar más y llenar más campos si nos dan las mismas oportunidades”, asegura.

## **8 Conclusiones**

Con esta investigación, se ha puesto de manifiesto la necesidad de que las jugadoras tengan unas condiciones dignas para poder desempeñar su labor y que el fútbol femenino tenga una mayor calidad. En el desarrollo del trabajo, hemos cumplido con los objetivos establecidos y nos hemos acercado a la realidad que viven los profesionales que se dedican al fútbol femenino en España. Además, todas nuestras hipótesis se han confirmado y han tenido el respaldo de las respuestas de los entrevistados.

Aunque la Finetwork Liga F aún está en fase de crecimiento y de expansión, la profesionalización es una etiqueta que no se demuestra en la práctica, ya que todavía falta más apoyo por parte de las instituciones, de los clubes y de los medios de comunicación. Hemos demostrado que, cuando una entidad apuesta por una disciplina y cree en el producto, suele cumplir con las expectativas, como, por ejemplo, la Barclays FA WSL o el propio FC Barcelona Femení.

Tras revisar los éxitos de las selecciones nacionales, queda claro que el fútbol femenino viene apostando fuerte desde las categorías inferiores, lo que garantiza un futuro prometedor.

A nivel social, es indudable que, con el paso de los años, ha ido ganando más seguimiento. Hoy en día, muchos niños y niñas ya tienen referentes femeninas. Esto lo hemos podido apreciar en los resultados obtenidos de las audiencias televisivas, en el aumento de

licencias deportivas femeninas y en la asistencia a los estadios. Es cierto que los números no son muy altos, pero, al compararlos con años anteriores, hemos podido apreciar un aumento significativo. También se ha hecho notar en las diferentes iniciativas que han surgido este año para fomentar la visibilidad, como son la apuesta por los cromos Panini y la inclusión de la liga en un videojuego tan popular como es el FIFA.

Con respecto a los medios de comunicación, hemos comprobado que *Marca* publica más contenido sobre la Liga en su página web con respecto a *Relevo*, pero que el número de publicaciones sigue siendo insuficiente a la hora de compararlo con la cobertura de otras secciones masculinas. Además, existe una diferencia importante entre la visibilidad que le dan al FC Barcelona Femení y al Real Madrid con respecto al resto de equipos, siguiendo un patrón similar al del fútbol masculino, donde la información carece de diversidad y se le da prioridad a determinados clubes o futbolistas.

Con una cobertura más diversificada y con unas entidades que crean en este producto, se podría garantizar que la dinámica positiva que está siguiendo el fútbol femenino español en estos últimos años continúe y que pueda sustentarse sobre unas bases sólidas y actualizadas que permitan la estabilidad de esta disciplina.

## **9 Anexos**

### **Anexo 1. Entrevistas**

#### **ENTREVISTA - MANU DE LOS SANTOS**

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge?

Yo creo que sí. Con la profesionalización de esta última temporada se ha dado un paso adelante y creo que se puede llegar a más. Pero estamos viendo todavía cómo se trabaja, qué cosas hay que mejorar o qué cosas hacen falta. Yo creo que estamos en un punto alto de importancia para el fútbol femenino nacional.

- ¿Cómo lo ve dentro de unos años?

El asunto televisivo es importante. Ya hay un buen contrato de la liga con los clubes, pero obviamente hacen falta muchas cosas. Esto es el inicio, pero la importancia de los medios y de los clubes es importante. Por ejemplo, el Sevilla FC apuesta mucho por el femenino, por lo menos desde la parte de la comunicación. Sin embargo, cuando vas a otros campos

y sigues las redes sociales y los trabajos de otros clubes, ves que queda mucho por crecer, se tienen que implicar más o que la propia liga les exija cumplir ciertos parámetros. Por ejemplo, un par de equipos llegaron sin jefe de prensa y tuvimos que hacer nosotros la cobertura. Uno de esos equipos nos dijo que sólo atendían a los medios si el equipo sacaba algo positivo, que si perdía no atendía ni el entrenador. Entonces, la propia directora de partido lo apuntó porque son cosas que quedan por mejorar.

- ¿Cree que ha habido una evolución en los medios de comunicación a la hora de tratar el fútbol femenino?

Sí. Hay mucho interés, se ven más crónicas y entrevistas. Hay más medios acreditados, y eso se nota. Y ya no sólo a nivel local. Yo me encargo de mandar las crónicas y noticias que vamos sacando por si otros medios se quieren hacer eco. Pero, igualmente, ellos ya te preguntan e incluso con el parón de las árbitras, nos preguntaban por la posición del Sevilla. El interés se manifiesta con preguntas como esa. Ya no vienen solo *webs* como *futfem.com*, sino medios más generalistas. Esto llena de orgullo.

- Desde el Sevilla FC, ¿cómo se ha fomentado la visibilidad de esta sección?

El Media Day es algo importante para nosotros. Es una manera de acercar el derbi a los medios y a los aficionados. Lo llevamos haciendo desde el 2017. Hacemos entrevistas. También hacíamos cosas con la selección, pero con el conflicto ya no. Antes había más libertad de poder hacer cosas con ellos gracias al gran producto nacional que tenemos. Las jugadoras están muy integradas en la filosofía del club, visitan colegios, hospitales, se involucran en las actividades de la fundación...

También tenemos un gran equipo de comunicación, pero no hay cámara destinado al femenino. Dependemos de los recursos del primer equipo, pero cuando se tiene, se cumple. Yo no tengo problemas con los directores, sólo hace falta que contemos con el material.

- ¿Cómo ha vivido las polémicas de la profesionalización?

Yo me intento informar, pero no quiero incomodarlas. Cuando surgió el tema, teníamos entrevistas y yo lo que les decía era que el Sevilla cumple con ese convenio. Más allá de eso, ellas podían tener una idea aparte. Aquí hay contrato profesional, están en la seguridad social, las horas las cumplen, entrenamientos, vestuarios propios, nutricionistas, gimnasio... Todo lo tienen a la mano, pero tú no les vas a cortar las

opiniones sobre otras compañeras. Siempre hemos intentado apoyarlas y transmitirles la postura del club.

- ¿Cree que falta más apoyo institucional?

Yo creo que siempre se puede mejorar. No es que falte apoyo, sino que se aclaren. Siempre asistimos a la guerra del CSD, la federación, las árbitras...la cosa es que se aclaren y que se actualice. Que se actualice el Gobierno, que se actualice la federación y que se actualice el organismo que realmente quiera creer en esto.

- ¿Qué podrían hacer los medios para dar más visibilidad?

Siempre no van a ser entrevistas, pero ahora se ven reportajes. La propia Liga los da. Ahora está de moda la plataforma de Twitch, que es una buena herramienta para acercar el fútbol femenino. Yo creo que la gente tiene que tomar ese ejemplo de las nuevas generaciones de periodistas. Siempre pongo el ejemplo de *El Patio*. Sacaron un formato diferente en YouTube y han tenido sus suscriptores, sus visitas...Y ahora van a seguir en Twitch, a través de *Relevo*. Eso va a dar valor, no sólo a las futbolistas, sino a los medios en sí.

- ¿Cree que a los grandes directores les interesa el fútbol femenino?

Si no les interesa, les va a acabar interesando. Un club puede decir que el femenino es un gasto, pero al final está claro que acaba vendiendo. Aquí no se ven las gradas llenas, pero los seguidores en las redes están ahí y se ve que el producto interesa. Así que al final les entrará por el ojo. En los medios digitales, se ve que cada vez son más las apuestas por el fútbol femenino.

- ¿Tiene alguna anécdota en la que no le hayan aceptado alguna propuesta para hablar sobre el fútbol femenino?

Yo estaba colaborando en el club mientras hacía las prácticas en *Europa Press* y les comenté que cuando necesitaran algo que me avisaran. Me dijeron que el deporte lo lleva Madrid y que el fútbol femenino no se estaba tocando. Ahora, cuando me encuentro compañeros de allí y yo le digo “oye, ¿tú te acuerdas cuando me decías que el fútbol femenino no vendía y tal?” y me dicen “sí, me acuerdo de ti porque veo tus publicaciones. Me alegro no solo por ti, sino por el fútbol femenino en general”

- El fútbol femenino... ¿no vende porque no tiene visibilidad, o no tiene visibilidad porque no vende?

Al final es que siempre tiene que vender. Si le das visibilidad, vendes seguro. Tienes un producto estabilizado que vende seguro. Todos los medios se tendrían que fijar más en lo que es la liga y la profesionalización. Estoy convencido de que el crecimiento está ahí.

#### ENTREVISTA - EVA LLAMAS

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge?

Creo que estamos en un momento en el que está creciendo, pero yo soy de las que piensa que queda mucho por hacer. Respecto a años anteriores, sí que están mejorando las condiciones gracias a todas las jugadoras que llevamos luchando desde hace muchos años. Poco a poco se van consiguiendo más cosas.

Yo llevo en Primera División desde los 16 años y he visto mucho el cambio. He vivido el luchar y el viajar todo el rato en autocar durante miles de horas, no tener bocata y que cada jugadora se hiciera su comida, entrenar a las 9 de la noche... Algunos equipos, incluso, han empezado hace dos o tres años atrás a entrenar por la mañana, no todos lo hacían. Y, por supuesto, siempre compaginando todo esto con los estudios y el trabajo. Nunca ha sido fácil. Sí que es verdad que se están consiguiendo muchas cosas, pero espero que la juventud siga luchando. Hay que seguir luchando y no ser conformistas. Y no hablo de dinero, hablo de tener lo mismo que ellos en todos los clubes y poder generar, porque si generas, entonces cobras más.

- ¿Cómo lo ve dentro de unos años?

Espero verlo mejor que ahora. Todas decimos el fútbol femenino está creciendo, pero ¿en base a qué? Si lo comparamos con el pasado, sí que está creciendo porque tenemos mejores campos y mejores condiciones para estar mejor nosotras. Yo espero que se siga apostando para que dentro de unos años realmente estemos en el lugar en el que tenemos que estar.

- Hoy en día, hay muchos niños y niñas que empiezan a tener referentes femeninos en el ámbito futbolístico, ¿cree que el fútbol femenino está rompiendo barreras desde un punto de vista social?



Yo creo que es muy importante que nos vean y se familiaricen con nosotras. ¿Por qué les gusta el fútbol masculino? Porque lo han visto desde pequeños. Con las chicas no ha pasado. Si eso se va haciendo, se va a normalizar y va a ser igual de importante. Creo que hay que apostar por eso.

Muchas veces no nos han dado la oportunidad. Ahora, nos han dado los cromos y la gente los compra. Abren un estadio y la gente va. En televisión, mira los datos a ver si el fútbol femenino se ve o no se ve. Entonces, ¿por qué no salimos en televisión o en prensa? Y con los aficionados también pasa que, si quieres tanto al masculino, también tienes que querer al femenino, y eso es algo en lo que los clubes pueden ayudar, diciendo que es tan importante el masculino como el femenino.

- A pesar de que la competición es recientemente nueva, ¿cree que hay aspectos esenciales que deberían haberse resuelto desde un primer momento?

Por un lado, los medios de comunicación tienen que darnos lo que merecemos. Fútbol femenino se ve mucho, pero se expone poco. Creo que podemos vender más de lo que nos dejan. Creo que podemos gustar más y llenar más campos si nos dan las mismas oportunidades.

- ¿Cree que las instituciones respaldan en su totalidad al fútbol femenino en nuestro país?

Cada vez, con el tema de la igualdad, parece que nos están haciendo un poco más de caso, pero tienen que apostar más por nosotras. Que nos den oportunidades y que si luego no conseguimos las cosas, que nos frenen, pero debemos tener las mismas herramientas. Todo al igual que los chicos, y no hablo de dinero en ningún momento.

- ¿Siente que la cobertura del Sevilla FC a la sección femenina ha mejorado en estos años?

El Sevilla apuesta mucho por el fútbol femenino porque tenemos buenas condiciones. Tenemos campos nuestros, disponibilidades de entreno, tenemos gimnasio, un área que es nuestra (vestuario, sala de fisio...). Tenemos transporte para viajar a los hoteles. Creo que estamos muy cuidadas y eso es de valorar. Eso hace que tú también te impliqués más.

Hay clubes que quieren hacer muchas cosas, pero a nivel económico es difícil. No es fácil mantener un equipo en primera división. Por eso, las instituciones tienen que ayudar a

nivel económico o nosotras generar a nivel de televisión. Creo que los equipos están implicados, pero tenemos que seguir creciendo.

- ¿Cómo se le podría dar una mayor visibilidad a través de los medios de comunicación?

Algo tan sencillo como que tú pongas las noticias y veas solo hombres. ¿Y nosotras? Igual que sólo se habla de fútbol y no de otros deportes, que ahí opino lo mismo. Pero ¿por qué nosotras no tenemos ese espacio? Nosotras jugamos al fútbol 11, como ellos, igual. Si hablas de ellos, habla también de nosotras. Enganchando a la gente se consiguen las cosas.

- ¿Y a través de las instituciones?

Necesitamos que nos apoyen desde todos los lados, al igual que a ellos. Si tú das lo que la gente quiere ver, recibes.

#### ENTREVISTA - AMPARO DELGADO

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge?

Sí, llevamos años evolucionando. Creo que en pocos años hemos evolucionado mucho, aunque todavía nos queda. Estamos en el camino.

- ¿Cómo lo ve dentro de unos años?

Lo veo más profesionalizado. Creo que todavía quedan varios aspectos importantes, como que los campos a los que vayas sean de césped natural, por ejemplo. Pero sí que lo veo mucho mejor y con más nivel.

- Hoy en día, hay muchos niños y niñas que empiezan a tener referentes femeninos en el ámbito futbolístico, ¿cree que el fútbol femenino está rompiendo barreras desde un punto de vista social?

Yo creo que sí. Yo eso de chica no lo tuve, siempre me fijé en un jugador masculino, en este caso Jesús Navas, y creo que eso ha cambiado. Tanto niños como niñas se pueden fijar ahora en nosotras y eso es muy positivo.

- A pesar de que la competición es recientemente nueva, ¿cree que hay aspectos esenciales que deberían haberse resuelto desde un primer momento?

Creo que sí. Se nos está dando más visibilidad que otros años, pero todavía queda. Hay aspectos, por ejemplo, que faltan en otros clubes (no es el caso del Sevilla). Por ejemplo, faltan recursos.

- ¿Cree que las instituciones respaldan en su totalidad al fútbol femenino en nuestro país?

Sí, pero deben tener herramientas para que avancemos más y, sobre todo, que se pongan de acuerdo en algunos aspectos.

- ¿Siente que la cobertura del Sevilla FC a la sección femenina ha mejorado en estos años?

Siempre hemos tenido un buen trato aquí, pero sí que es verdad que con la evolución del fútbol se ha notado. Sobre todo, en las redes sociales, el ir a eventos con jugadores del primer equipo, el que salgamos en la tele...Cada vez vamos a más y eso es importante también para que se vea nuestro trabajo.

- ¿Cómo se le podría dar una mayor visibilidad a través de los medios de comunicación?

Ha evolucionado, pero siempre se puede más. Creo que cada vez salimos más, pero en telediarios por ejemplo podríamos salir más.

- ¿Y desde las instituciones?

Que se pongan de acuerdo para poder seguir tirando más hacia arriba.

#### ENTREVISTA - ALEJANDRO PECCI

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge?

Sí, si lo comparas con otros años el cambio es brutal, a nivel de seguimiento, de instalaciones, de profesionalización...Aunque todavía faltan muchas cosas por hacer, como más profesionales que se dediquen a este sector. Quizás, lo que me preocupa es que la tendencia que está siguiendo se parece mucho a la del masculino. Estamos cogiendo muchas cosas tóxicas del masculino. Hay que copiar cosas y dejarse influenciar con cosas del masculino, pero no todas, y estamos adquiriendo ciertos aspectos negativos que al fútbol femenino le está afectando y que hay que cambiar.

- ¿Por ejemplo?

Las redes sociales. Hay mucha toxicidad en el fútbol femenino por las redes sociales entre las aficiones y gente que lleva en el fútbol femenino muy poco. Que aumente la visibilidad también implica que llegue gente nueva que también es tóxica. Igual que en el masculino hay algunos que lo son y otros que no, los que son tóxicos dan más la lata. Hay gente tóxica del Real Madrid, del FC Barcelona... y la gente que llevamos más tiempo en esto, cuando vemos este tipo de comportamientos, nos recuerda mucho a lo que sucede en el fútbol masculino y es algo que no queríamos que llegara. Te metes en Twitter y es brutal la carnicería que hay en todos los aspectos. Estas son cosas negativas que, bajo mi punto de vista, están ensuciando el fútbol femenino y las cosas buenas que tiene con respecto al masculino, que son la cercanía, el juego limpio...Y últimamente se está manchando todo eso.

Antes, por ejemplo, había jugadoras que eran más cercanas (por ciertos equipos) y ahora no. Aunque yo me quiero centrar en el tema de las aficiones.

- ¿Cómo lo ve dentro de unos años?

Espero verlo con buenas instalaciones, que tengamos una liga profesional de verdad y no una etiqueta. Sé que es el primer año de competición profesional, que hay muchas cosas que cambiar, muchos equipos que tienen que mejorar en muchos aspectos... Pero, sobre todo, lo quiero ver a nivel de estructura, es decir, que todas las jugadoras tengan unas condiciones dignas para poder dedicarse al fútbol, que yo estoy convencido que de aquí a unos años se va a conseguir. No se debe hacer muy rápido porque puede ocasionar la ruina de muchos clubes. Recuerdo que la sección femenina en los clubes, salvo en la del FC Barcelona, es deficitaria en todos. A todos los clubes les cuesta dinero y si hay que recortar dinero de alguna entidad, el primer equipo al que recortan es al femenino. Eso es así. Así que, hay que hacer eso según unas bases sólidas y sostenibles en el tiempo y que el objetivo de la Liga sea dejar de vivir de subvenciones económicas, de inyecciones, y que pueda vivir por sí misma. A esto le ayudaría que el producto fuera de calidad, es decir, que haya un buen juego, que grandes jugadoras quieran venir a jugar a nuestra competición, fruto de esa espectacularidad, que se mejoren los terrenos de juegos (ya no podemos vivir en campos de césped artificial si queremos tener una liga profesional, porque hay algunos que tienen hasta las líneas amarillas del fútbol 7) y que cada vez haya más competitividad entre los equipos. Que no sepamos antes de comenzar que el FC Barcelona la va a ganar. Que haya más igualdad. Que es verdad que en el masculino

también pasa cuando, por ejemplo, el Madrid tiene una época buena y tal, pero ahora que el femenino está sacando la cabeza en España, ayudaría mucho al espectáculo que haya más competitividad entre Barça y Madrid, que no se descuelguen equipos por abajo...

También ayudarían las retransmisiones. Hemos visto que en DAZN los tiros de cámaras no eran buenos, que también entiendo que es debido a las instalaciones. Por eso te digo que es importante mejorarlas, porque luego tienes un tiro de cámara que refleja por el sol, o que el sol se está escondiendo, o que hay contraluz y no se ve bien... También escuchas ciertas retransmisiones, que, a ver, no voy a entrar a hablar de mis compañeros, pero hay gente que entra y que narra y que no controla tanto lo que es la Liga ni los equipos. Que lo entiendo, porque quizás están empezando, pero claro estamos en un ámbito profesional y aquí se necesita a gente que sepa hacer las cosas. Eso es fundamental para que el fútbol femenino en España crezca. Si eso tarda mucho en mejorar, tardaremos mucho más en llegar a un nivel de producto como la Premier, que yo creo que es la Liga a seguir en Europa. Sus instalaciones casi todas son buenas, tienen vendidos los derechos de televisión por una buena cantidad de dinero, la calidad de las retransmisiones... Creo que España está en el camino, pero aún hay que mejorar esos aspectos para llegar al objetivo y, por el camino, tenemos que ir enganchando a la gente.

También ayudaría que España ganara algún título importante (Mundial, Eurocopa...). Ya pasó en Países Bajos, en Inglaterra... sería fundamental para que el aficionado termine de dar el paso de seguir de forma habitual el fútbol femenino. Aunque insisto en que cada vez son más los que siguen este deporte.

- ¿Cómo ha vivido todas las polémicas del inicio de temporada?

Yo creo que una de las polémicas que más retumbó fue el tema de las árbitras, que se pusieron en huelga porque no recibían un salario que ellas consideraban digno. Lo consiguieron, después de ponerse en huelga y de no empezar la competición cuando tenía que haber empezado. Me parece muy bien que se profesionalice el arbitraje dentro de la Liga, pero si exiges profesionalidad, tienes que exigir resultados. El nivel arbitral de la Liga F es bajo. No sólo lo digo yo, lo hablas con clubes, jugadoras, periodistas y aficionados y todo el mundo te comenta lo mismo. Esto empezó en 2017, cuando se propuso que sólo arbitraran mujeres en la Primera División Femenina. Se aceptó y me parece perfecto. Pero si una árbitra va a pitar en Primera División, tiene que llegar preparada y han llegado árbitras sin la experiencia necesaria. Estamos hablando de fútbol

profesional y el que pite tiene que estar preparado, sea hombre o mujer. Así lo pienso yo. No hay distinción de género.

En la Primera División Masculina tienes que pasar por todas las categorías primero y estar muchos años en campos pitando hasta que llegues a Primera. Yo he visto árbitras pasar de pitar juveniles a pitar en Primera y eso no se puede consentir porque se carga el producto, ya el espectáculo no es el mismo si hay errores garrafales dentro del terreno de juego a nivel arbitral. Las jugadoras fallan, pero claro cuando tú ves ciertos fallos que son reglamento...es que son fallos graves. Te puedes equivocar en un penalti o un fuera de juego, pero cosas muy claras que las ven todo el mundo menos ellas...

Es verdad que dentro de España tenemos árbitras muy buenas como Marta Huerta de Aza o Guadalupe Porras, que también están en Primera División Masculina. Pero si me las quitas para ponerlas en el masculino, ¿qué valor le estamos dando al producto? Al final, lo que dejamos ver es “mira la Liga española, que juegan en campos malos”, “mira la Liga española, que se juega el Real Betis – FC Barcelona en un campo malo teniendo más campos buenos”, “mira la Liga española que se ponen las árbitras de huelga y no empieza la competición” y “mira la Liga española que hasta en el tema de Alhama, hay 17 jugadoras que están con el entrenador y 5 que no”. Y todo esto salpica. Tenemos que evitar ese tipo de cosas.

Una buena jugadora, como, por ejemplo, Ada Hegerberg, que termina su contrato en Lyon, está buscando equipo y le llega una oferta de España. Ella dirá “vale, me quiero ir al Madrid. Pero la Liga española tiene huelgas, en la selección española pasa tal y cual, las retransmisiones son las que son...”. Esto llega fuera de España. Las jugadoras son conscientes de ello y esto es lo que hay que cuidar para tener una liga *top*.

En Europa, para mí, después de la Premier está la española, pero claro, tienes que centrarte en tener la mejor liga de Europa. Tienes al mejor equipo del mundo, que es el Barça.

- ¿Cree que ha habido una evolución en los medios de comunicación a la hora de tratar el fútbol femenino?

Creo que dentro de los medios de comunicación se están copiando muchos patrones del fútbol masculino. El fútbol femenino, dentro de la prensa deportiva, es Alexia Putellas. Todo lo que sea Alexia está en los medios. Lleva 8 meses lesionada y cada vez que ves la portada de un periódico nacional, sólo se habla de ella. Creo que hay que diversificar

más la información, que no sólo ella es importante. Hay muchas personas que han hecho mucho por el *futfem* en España y además tienes el día a día, con los resultados y tal. Creo que hay que diversificar más la información. No todo es Alexia ni el Barça. Eso hay que evitarlo.

Pero también entiendes que lo que vende es eso y que los medios de comunicación tienen que trabajar en función de lo que el público demanda. Pero a ese público también hay que darle de vez en cuando otra cosa. En Canal Sur, hablamos poco de Alexia. A nosotros lo que nos importa es el Sevilla, el Betis, el Sporting de Huelva y nuestras jugadoras andaluzas. Todavía faltan más profesionales y más información con respecto al resto del fútbol femenino en España y, sobre todo, hace falta cubrir más historias. Hay muchas historias que no se conocen, que hay que darlas a conocer y que merecen ser reconocidas porque el fútbol femenino en España no lo hace Alexia cuando gana el balón de oro, sino que tiene una historia muy larga detrás.

- ¿Cree que a los directores de los medios de comunicación les interesa el fútbol femenino?

Les interesa si hay alguna polémica, por ejemplo, tema Alhama o el de la selección. Les interesa si Alexia ha hecho algo, si hay algún equipo que pelee por algún título a nivel internacional, como el FC Barcelona en la Champions. En Barcelona, por ejemplo, le dan mucha importancia al Barça femenino. Siempre hay gente en ruedas de prensa. También va por zonas de España. En el País Vasco también dan mucha importancia a los equipos vascos. Tanto la Real como el Athletic organizan ruedas de prensa en las que hablan justo después del entrenador del masculino y se quedan los mismos periodistas para el masculino que para el femenino. Eso es algo muy inteligente y me parece muy bien.

En Andalucía, no se echa cuenta prácticamente al femenino. En Canal Sur soy yo el que se dedica al fútbol femenino. En los programas locales, cuando hablan de deportes, al femenino le dedican muy poco tiempo y, cuando lo hacen, es cuando pasa algo relevante y no el día a día. Por ejemplo, un derbi sevillano interesa, una polémica interesa.

Siempre tengo mis peleas, porque digo “vamos a hablar de esto, vamos a hablar de lo otro”, pero claro, al final la información es sobre otro tipo de cosas. Aquí en Andalucía, por ejemplo, en las ruedas de prensa del Sevilla, Betis o Sporting, normalmente estoy yo solo. Esto no es sólo problema de medios, sino también de periodistas porque hay que acudir a los sitios. Si le queremos dar importancia al fútbol femenino, los periodistas que

se supone que se dedican a eso, ¿dónde están? Porque yo no los veo. Yo estoy siempre en los campos. Hay que ir. Hay que dar la impresión de que interesa porque si voy a una rueda de prensa, por ejemplo, del Betis Femenas y estoy yo solo, pues entonces lo que parece es que interesa poco. Si el Betis Femenas tuviera 10 periodistas para el post partido, el club diría “esto interesa, a esto hay que darle cariño”, pero si sólo estoy yo... Los periodistas tienen que hacer un esfuerzo si de verdad les gusta esto. Hay que mostrar interés, porque sin interés, esto no crece.

- El fútbol femenino... ¿no vende porque no tiene visibilidad, o no tiene visibilidad porque no vende?

Para que venda hay que darle visibilidad. Cuanto más accesible sea, más fácil va a ser para el aficionado acceder. Cuesta mucho encontrar información sobre el femenino porque no está en las portadas de los medios. Tienes que hacer tú el esfuerzo por buscar la información. Al aficionado medio, que ni le va ni le viene el fútbol femenino, para que le interese, tiene que ser accesible. Que lo vea en la tele, que lo escuche en la radio y que lo lea en la prensa sin necesidad de ir a buscarlo.

Los clubes en esto también juegan un papel muy importante, porque tienen que hacer accesible que el aficionado pueda acceder a los partidos, a través de promociones, llevando escuelas... También favoreciendo que el aficionado intente llevar una rutina de seguir al equipo de fútbol, no al equipo masculino, sino al masculino y al femenino. Da igual el que lleve la camiseta, el escudo sigue siendo el mismo.

Lo que tiene que ser fundamental es que sea accesible a la gente. No puede ser que lo retransmita DAZN y que cueste un mundo encontrar información, o que esté en un canal super escondido. Si no es accesible, el aficionado va a pasar de él, y si pasa de él, va a ser complicado que esto avance en un corto periodo de tiempo. Esto es trabajo de medios, de clubes y de la Liga F.

La Liga, como institución, tiene que cuidar el producto, porque la gente va a querer consumirlo si está cuidado y tiene que hacerlo lo más espectacular posible. Todos los actores juegan un papel muy importante, incluso la selección española.

El Barcelona, no tiene que hacer nada para que crezca. El Barça, como escudo, vende. El Madrid, como escudo, vende. Pero equipos como el Sevilla, Betis, Valencia o Villarreal tienen que hacer un esfuerzo para que el equipo femenino sea más accesible y reconocido



a nivel nacional y tenga más afición. Esto también es tema cultural, porque allí en el norte, en el deporte femenino, el aficionado está más adaptado que en el sur. En el norte, el deporte femenino, se concibe muy parecido al masculino. Allí van a ver el balonmano femenino, el baloncesto, el fútbol... Aquí cuesta más.

Yo quisiera añadir que hay que intentar ir a los partidos, cubrir las informaciones. Hay que ir al fútbol. Se vende si la grada está llena. Lo que no vende es verla vacía. Hay que apoyar esto porque el fútbol femenino no sólo necesita inversión, tiene que ser una inversión en la que se crea en el producto. Si tú inviertes y no crees, esa inversión cae en saco. Pero si tú crees, esa inversión va a ir a más. Ojalá esto siga subiendo y se confíe en la gente que es profesional para llevarlo a cabo, no gente que está ahí por estar.

#### ENTREVISTA – MARTA GRIÑÁN

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge? ¿Cómo lo ve en los próximos años?

Sí, yo creo que sí. Lo estamos viviendo desde hace unos años. Empezó a fomentarse y a visibilizarse más con la llegada de Iberdrola como patrocinador de Primera División y, desde entonces, no ha dejado de crecer. Gracias a la estela del FC Barcelona, que ha hecho una revolución social, prácticamente, y gracias a ese acercamiento al fútbol jugado por mujeres, pues está habiendo un gran crecimiento y creo que puede seguir creciendo. Es difícil que esto vaya para atrás, salvo que haya trabas políticas y demás. Creo que va a ser un camino ascendente, que va a seguir creciendo, que también se va a beneficiar de que el Real Madrid siga creciendo. Con esas dos grandes marcas va a ser un fenómeno imparable.

- ¿Cree que ha habido una evolución en los medios de comunicación a la hora de tratar el fútbol femenino?

En parte, ha habido una evolución. Como he dicho antes, Iberdrola ha hecho mucho por el deporte femenino en general, en su parte de Responsabilidad Social Corporativa. En su día, las páginas de AS que llevábamos de fútbol femenino eran pagadas, para que tuviéramos páginas para el fútbol femenino. Esto terminó cuando se normalizó de tal forma que retiraron la publicidad, pero vemos que se ha mantenido. Es cierto que ha costado, porque da un poco de incomodidad en el medio porque ya no nos pagaban. Ha costado, pero desde hace dos años siempre tenemos una página de contenido en la edición

impresa. En la página web, tenemos el bloque del fútbol femenino que está debajo de la Liga SmartBank. Al final, la presencia es bastante grande. Creo que los medios de comunicación también han visto que en realidad hay gente interesada en ello y que da visitas. A mí me pasa que no entran a AS, sino a AS.com/noticias/futbol-femenino para sólo ver las noticias del fútbol femenino. Los medios han detectado ese interés y cada vez tienen que tenerlo más cuidado.

En AS ya no ocurre que yo libre y no haya nadie que haga *futfem*. Siempre hay una persona encargada y se preocupan de que se cubra todos los días.

- ¿Cómo calificaría el trato de los medios hacia el fútbol femenino?

En un mundo ideal, tendríamos la misma relevancia que el masculino. Esto quiere decir que la Primera División femenina tendría el mismo espacio que la masculina, pero estamos lejísimos de llegar a eso. No me lo imagino llegando a esa igualdad en el trato informativo con respecto al fútbol masculino. No creo ni que lo viva. Queda mucho por recorrer y no es sólo un trabajo de deporte, sino educacional, de cambio en la sociedad, de evolución. Estamos muy lejos. Pero caminando hacia ello. Al final, ya vemos más titulares que van más con la protagonista y no por lo que haya hecho fuera del campo o porque sea acompañante de alguien, que antes era súper recurrente. Antes, la presencia de mujeres, que también lo estudié en mi TFM, era o muy escasa o, si aparecían, era para mostrarla como mujer florero o mera acompañante. Entonces eso ya creo que se está dejando atrás, pero obviamente está lejísimos.

El CSD hizo un estudio de la presencia femenina en los medios de comunicación y era muy escasa todavía. Queda mucho camino por delante. Es verdad que AS salía bien parado en este estudio, pero a lo mejor era un 11% o 12%, algo así. Queda mucho.

- ¿Tiene alguna anécdota en la que haya propuesto algo del fútbol femenino y la hayan rechazado?

No recuerdo que me hayan dicho que no a ninguna propuesta de contenido. Al final, soy la responsable de la sección, entonces si yo veo un contenido, lo hago. Tengo poco filtro en cuanto a esto. Por parte de la federación, sí que es cierto que cuando informamos sobre temas polémicos que implican a las altas esferas de la federación y de los medios de comunicación, hay ciertos aspectos que se nos escapan y que sí que tenemos que consultar. A mí no me ha ocurrido que me digan “esto no lo des”, pero sí que me consta

que ha pasado y que habrá pasado en muchísimos medios de comunicación, porque hay otro tipo de intereses. Esto al final es prensa y hay mucha influencia de otros poderes, más allá del periodismo. En cuanto deporte femenino, o fútbol femenino, a mí no me ha ocurrido ningún veto, pero bueno, sí que he notado que para que vaya a un reportaje o una entrevista, tiene que ser más vendible e interesante el tema de la mujer futbolista que el del hombre futbolista.

- ¿Cómo ha vivido las polémicas de la profesionalización?

A nivel personal, lo he vivido con mucho estrés. Siempre ocurre algo en la actualidad de la Liga femenina, con esta guerra de poderes y eso. Se vive un poco hastiada de “otra vez”. Mi pensamiento para la temporada que viene es el lío que vamos a tener con el VAR, porque seguramente lo vamos a tener. No sé si habrá huelga de video arbitraje o qué. El otro día, cuando fue Rubiales a dar el trofeo de Primera División y no fue nadie de la Liga F, al final para el Barça es un feo. El tema agota tanto... y dar voz a eso es entrar en su propia guerra. Si estás dando relevancia informativa a eso, al final es lo que están buscando. Es difícil. Al final entras en el juego, pero si lo sacan el resto de medios de comunicación, tienes que sacarlo tú también. Nosotros no lo dimos en este caso, porque tampoco lo vimos relevante. No hacía falta seguir con este tema de guerrillas.

El tema de las árbitras lo viví con bastante conflicto, porque, por una parte, yo siempre estoy a tope con que los diferentes colectivos luchen por sus derechos laborales y para mejorar sus condiciones, pero es cierto que el momento en el que se hace no es el mejor. Se podría haber hecho antes. Yo pensaba que, personalmente, me parecía bien, porque si no vas a la huelga, no habrían logrado nada, como lo hicieron las jugadoras hace unos años. Pero, es verdad que, si se hubiese hecho antes, no se habría llegado a ese punto. Personalmente, genera conflicto.

En cuanto a lo profesional, lo viví con mucho estrés, cambiando páginas a últimas horas de la noche, estar con el móvil constantemente...lo que te puedes imaginar.

- ¿Cómo se le podría dar una mayor visibilidad a través de los medios de comunicación?

Aparte de dar más espacio o tener más visible los temas de la Liga femenina en la página web, que creo que no se hace, se debe mejorar. Tanto en *AS* como en *Marca*, el bloque de Liga femenina está muy abajo. En ese punto, en el que el fútbol se come al resto de

deportes, se puede hacer mucho más. Podrían dar más portadas, hacer más temas, cuidar más la sección reforzando la propia sección con periodistas que pudieran cubrir de mejor forma la actualidad de la competición o hacer acuerdos para que se pueda usar el contenido audiovisual, que es muy importante para la visibilidad de la competición. Es cierto que desde que DAZN dejó de emitir en YouTube, se está perdiendo mucha visibilidad y mucha conversación que se generaba en torno a la competición, sobre todo en equipos que no eran el Real Madrid o Barça. Creo que en todo eso se podría trabajar y son cosas que se pueden mejorar. A partir de ahí, lo que no depende de los medios, no se puede hacer mucho más.

- El fútbol femenino... ¿no vende porque no tiene visibilidad, o no tiene visibilidad porque no vende?

No estoy de acuerdo con la afirmación. Cuando se le ha dado visibilidad, se ha visto que ha vendido. De hecho, en este último partido que ha jugado el Barça en el Camp Nou con entradas a un precio que te puede costar el Rayo – Valladolid ha habido 72.000 personas. Si se le da visibilidad y se apuesta por ello, va a interesar 100%. Se han creado referentes, se ha creado una afición importantísima y no comparto esa afirmación de que no vende porque no tiene visibilidad. Creo que sí que vende y que el hecho de que tengamos normalizado lo que pasa en el fútbol masculino no quiere decir que sea lo bueno, desde luego. Yo, si en algún momento, la Liga F o la Champions tiene precios desorbitados, me parecerá un escándalo. Me parece que 30€ para un espectáculo de 90 minutos ya está bien pagado y no creo que se tenga que alejar, otra vez, de las familias, de la ciudadanía, del pueblo, de lo popular... No puede perder esa esencia. El fútbol masculino se ha alejado del aficionado por esos precios, esa comercialización y esa entrega al mercantilismo total. Creo que es importante que el femenino no pierda ese foco y que siga siendo un deporte y un espectáculo para todos. Como dijo Alexia: “Para todas las familias y para todo el mundo”. Y eso pasa si es asequible y con precios populares.

#### ENTREVISTA – IRATI VIDAL

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge?

Sí, está claro. Por números de audiencia, por seguimiento y porque hay un *boom*. Yo recuerdo cuando era una niña que no sabía nombres de ninguna futbolista, y ahora las

niñas sí lo saben. ¿Puede ser que el *boom* está centrado en uno de los dos equipos? Pues puede ser. Pero el hecho de que haya unos cromos, que se vean los partidos en televisión, que las niñas vayan al estadio y todo eso, significa que queda camino pero que hay mucho hecho.

- ¿Cómo lo ve dentro de unos años?

Dependerá de la voluntad de las instituciones, que parece que aún no es al 100%. Es verdad que ha habido un *boom*, pero, quizás, ha sido demasiado rápido, como dijo Alexia en una entrevista. Simplemente por el hecho de que hay muchas instituciones que no están preparadas para que el estallido viniera así de golpe. Pero si se sigue en esta dinámica y se sigue apostando como se está haciendo, yo creo que es imparable.

- ¿Cree que ha habido una evolución en los medios de comunicación a la hora de tratar el fútbol femenino?

Sí. De hecho, cuando empecé a trabajar sobre esto y quería sacar algo sobre el fútbol femenino, te miraban raro y no entendían muy bien para qué querías meter eso. Ahora son los propios medios los que buscan tener el fútbol femenino y retransmitir los partidos porque dan audiencia. Nosotros en GOL TV retransmitimos un partido cada jornada y, muchas veces, el partido del femenino es el programa más visto del fin de semana. Entonces, la gente lo sigue y las empresas sólo piensan en números, y si los números les dicen que el fútbol femenino da audiencia, pues es lo que van a querer. Sólo hay que ver el seguimiento que están haciendo con el Barça y por eso te decía que el *boom* está centralizado en algunos equipos, porque yo creo que hay un ‘fenómeno Barça’ que es imparable e innegable y que no tiene nada que ver con el fútbol femenino, sino que es ‘el Barça femenino’. Aquí, en los medios en Cataluña, es casi una obligatoriedad abrir las noticias con el Barça femenino. Entonces eso es un cambio social que se ha hecho aquí y que también va a ayudar a que se haga en el resto de España y con el resto de equipos.

- ¿Tiene alguna anécdota en la que haya propuesto algo del fútbol femenino y la hayan rechazado?

Yo la verdad que he tenido suerte en las empresas en las que trabajo, porque apuestan por el deporte femenino. También he sido una pesada que ha ido insistiendo con eso y al final esa es la importancia de que haya mujeres en las redacciones, porque antes había cosas que no se trataban porque no había mujeres que lo pusieran en lo alto de la mesa. Ellos

no se daban cuenta de la importancia de hablar de una cosa u de otra. Es verdad que en el periódico siempre ha sido más fácil, pero en la televisión siguen mandando ellos y el fútbol masculino. Hay veces que me dicen “nada, Irati”. Pero también es verdad que eso ha ido cambiando, que desde que empecé a ahora es mucho más fácil decir “oye, que ha vuelto Alexia Putellas, igual tenemos que hablar de esto”, y se habla.

- ¿Qué cree que podrían hacer los medios para darle más visibilidad?

Creo que todo va de la mano. Que las instituciones ayuden a tener un buen producto para que ese producto venda y las televisiones apuesten más. Al final, las televisiones son empresas privadas y lo que quieren son números. Si te funciona, bien, y si no, pues no. Igual que pasa con el resto de deportes minoritarios. Creo que es como un conjunto que va de la mano. Por ejemplo, el lío de la federación no ayuda. Hay un mundial este verano y si no sabes si van a estar las mejores, igual la gente no lo va a ver. O el hecho de que hagas un mundial en Australia o en Nueva Zelanda cuando esos horarios sólo les vienen bien a Australia y a Nueva Zelanda... Entonces, es como una rueda. Creo que las instituciones y los medios de comunicación han empezado a ver dinero, porque el hecho de que estén hombres poderosos peleando por derechos y juicios y tal es porque ven negocio.

- ¿Cómo ha vivido las polémicas de la profesionalización?

A mí me parece lamentable. Es algo que en este país no permitiríamos si se tratara de deporte masculino. Creo que hay gente a la que no le interesa que el fútbol femenino o el deporte femenino crezca. También es que simplemente nos siguen tratando como a niñas que están ahí y no tratan al deporte femenino como lo que es: un deporte profesional. El hecho de poner trabas en el camino es para seguir controlando algo que igual ya se les escapa de las manos porque está creciendo. A mí me parece increíble. El presidente del Gobierno llegó a llamar al periódico donde yo escribía un año antes de la profesionalización, cuando se prometió que iba a haber una profesionalización, pero no llegó. Escribí un artículo y todo lo que publiqué estaba en boca de futbolistas y, al día siguiente, llamó el presidente diciendo que rectificáramos. Cuando empieza a molestar tanto, igual es que ellos no están haciendo lo suficiente para hacerlo crecer. A mí me parece vergonzoso.

Creo que está creciendo tanto que el empuje social va a hacer que sea imposible seguir metiendo esas trabas.

## ENTREVISTA – SANDRA RIQUELME

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge?

Sí, yo creo que la respuesta es obvia. Si echas la mirada atrás, por el año 2000 o incluso hace cinco años, no tiene nada que ver con el fútbol femenino español que vemos ahora. El Barça, Alexia, el Real Madrid y la apuesta general de los clubes han sido claves para que siga creciendo y en auge. No sabría decirte otro deporte en España que esté a ese nivel de *hype*, que no sea el fútbol femenino.

- ¿Cómo lo ve dentro de unos años?

Yo creo que seguirá creciendo. Es importante que el Barça no se vaya demasiado lejos, quiero decir, que el resto de clubes también apuesten y tengan esa convicción de que el fútbol femenino va para arriba. Que no sea sólo un ejercicio de responsabilidad corporativa, sino que sea una apuesta de verdad, que en la mayoría de los clubes lo es. Yo creo que el principal riesgo que corre el fútbol femenino en España es que haya un club que resalte demasiado, como cuando en balonmano lo ganaba todo el Barça y el resto de clubes estaban a años luz. Creo que ese es uno de los riesgos que tenemos y que está pasando ahora. Es verdad que en Europa pues está el Barça, y eso genera expectativas como que llegue a la final o si la ganará...Pero en la competición doméstica, parece que está todo el pescado vendido en la primera jornada. Es la sensación que da en los últimos dos o tres años.

- ¿Cree que ha habido una evolución en los medios de comunicación a la hora de tratar el fútbol femenino?

Yo creo que hay un trato positivo. Destacaría la normalización. Antes, los reportajes sobre el fútbol femenino eran sobre chicas que jugaban al fútbol más que sobre futbolistas. Titulaban “La portera de X equipo, aparte de ser la portera menos goleada, por la tarde es carnicera” o “Mira este equipo en el que el presidente y la entrenadora son pareja”. Ahora te encuentras análisis súper detallados del 4-3-3 o del Real Madrid, que si va a jugar con dos puntas o sólo con Esther...Ahora es un entorno más profesionalizado y normalizado. Por otro lado, quiero destacar el paternalismo, del que todavía quedan resquicios. Si al Barça lo hubiera eliminado la Roma, estoy segura de que el 90% de los medios de comunicación lo habría puesto como un fracaso, señalarían a las jugadoras...Antes,

probablemente, dirían que “demasiado que juegan”. Por esos dos lados, creo que se ha crecido bastante en cuanto a la cobertura.

- Dentro de su medio, ¿cómo se ha tratado de fomentar la visibilidad?

Aquí en *Relevo*, lógicamente las personas que se dedican al fútbol masculino son más que las que nos dedicamos al femenino. Creo que también es una cuestión de volumen de información, de importancia de los clubes que, poco a poco, esa distancia se irá recortando, aunque no igualando. Yo, el principal cambio que veo es que se trata igual, en el sentido de que, por ejemplo, si tratan el mercado, pues nosotras también tratamos el mercado, como si fuera fútbol masculino. En el caso del Alhama, hice llamadas, me dijeron que me iba a Murcia a ver qué rascaba, porque es un tema muy importante, y no sé en qué redacciones pasaría eso. Aquí pasó. Entonces claro, aquí se ve que la apuesta es real. Durante la Eurocopa hicimos mil millones de cosas. Ahora queremos hacer algo más grande para el mundial, tenemos el programa de *Quiero ser como...* Hay muchas apuestas que yo creo que en pocos medios se hacen. No conozco a ningún medio que haya ido desde Madrid o Barcelona, ni siquiera *Mundo Deportivo*, que fue el que desveló la noticia, que haya ido a Alhama para enterarse bien de lo que pasó. Yo eso lo agradezco mucho.

- ¿Tiene alguna anécdota en la que haya propuesto algo del fútbol femenino y la hayan rechazado? ¿O algún tipo de presión?

No he tenido ninguna presión en el medio. Es más, todo lo contrario. Al igual que de otras instituciones sí que he recibido la llamada, de mi medio nunca. Nosotros tenemos una reunión a las 10 de la mañana todos los días, ahí se exponen los temas, la línea editorial y tal y yo nunca he recibido ningún comentario tipo “oye, has puesto este tweet” u “oye, este artículo de opinión que has hecho... baja el tono un poquito”. También es verdad que he tenido suerte de que la línea editorial de *Relevo* va muy en consonancia con mi línea editorial propia. Aunque también te digo, que, si mi pensamiento sobre ‘las 15’ hubiera sido diferente, también lo hubiese podido expresar, aunque se alejara un poco de la línea editorial del medio. Por ese lado, es que ni el más mínimo toque de atención. Tengo total y absoluta libertad, dentro de los límites que tú te marcas.

- ¿Cómo ha vivido las polémicas de la profesionalización?



Yo estaba en una situación muy cómoda antes. Estaba en la liga, en *El Patio*, en DAZN comentando...pero no estaba acostumbrada a dar información. Entonces, cuando *Relevo* aterriza, yo me encuentro con que voy a Inglaterra, se lesiona Alexia, tienes que intentar contar todo lo que ves allí, vuelves de la Euro, pasa lo de 'las 15', lo de las árbitras, los jaleos entre la federación y la Liga...Ha sido un aterrizaje complicado, pero con lo que más he sufrido en mi vida de periodista es con lo de 'las 15'. Ha marcado un antes y un después porque era un tema muy delicado. Fuimos los primeros en sacar que se habían reunido de forma individualizada, que querían la dimisión de Vilda...Creo que sí que hemos estado en primera línea dando toda la información sobre el tema, y es complicado porque es muy delicado e importante. Sobre todo, porque se han metido muchos periodistas externos que se han metido al fútbol femenino, que yo encantada, pero a veces les falta el contexto y que, más que ayudar, por ejemplo, en el tema de 'las 15', le han hecho un flaco favor al fútbol femenino. Para mí ha sido algo bastante complicado. Era imposible tener vida social porque estabas todo el rato con el teléfono, te llamaba alguien...Era un ambiente muy hostil y caótico.

Cuando parece que todo está en calma, aparece el Alhama, que si Randri García, que si tal...Quiero hablar de fútbol y ya está, pero claro no puedes obviar ni muchísimo menos el resto de factores.

- ¿Qué cree que podrían hacer los medios para darle más visibilidad? ¿Les interesa a los grandes directores el fútbol femenino?

Yo creo que lo de la visibilidad pasa con todos los deportes que no sean fútbol. Quiero decir, al final, ¿cuántas portadas tiene Fernando Alonso a lo largo del año? Cuando gana o tiene una entrevista. ¿Cuántas portadas tuvieron los hermanos Gasol? Pues cuando ganaban el anillo. ¿Cuántas portadas tienen Paula Badosa o Alcaraz? Al final, todos esos deportes tienen el pico de atención cuando logran éxitos. Entonces, con el fútbol femenino pasa lo mismo. Yo creo que se ve más porque el fútbol masculino está arriba y el femenino va escalando poco a poco, pero no hay ningún deporte en el que la diferencia entre ambos sea tan grande como en el fútbol. Pero es que también la diferencia entre el fútbol masculino y el resto de deportes es una locura. Es necesario tener ese contexto. Ahora, lógicamente, en el mundo del periodismo se le da más bola al fútbol femenino porque está triunfando. ¿Cómo no le vas a dar atención a una mujer que ha ganado dos veces el balón de oro y es española? ¿O a un equipo como el Barça, que cada vez que salta al

campo bate un récord y que ha llenado el Camp Nou dos veces? Al final, yo estoy de acuerdo con que las mujeres en el deporte tienen que demostrar el doble para que sean noticia.

- El fútbol femenino... ¿no vende porque no tiene visibilidad, o no tiene visibilidad porque no vende?

Creo que ahora mismo el fútbol femenino ha crecido tanto porque es un cúmulo de factores, se ha juntado el *mix* perfecto para que esto suceda. Desde lo más reflexivo, como dices tú, de “oye, el papel de la mujer en la sociedad cada vez es más importante”. Para mí, el Barça femenino es en el que parte todo. A raíz del Barça femenino surge el Real Madrid femenino, a raíz del Barça y de Alexia, en los medios de comunicación aparece mucho más el fútbol femenino. A raíz del Barça femenino, el resto de clubes se ha puesto las pilas y ha dicho “oye que si invierto, puedo conseguir cosas”. Entonces, son todos esos factores que se dan para que esto suceda. Yo creo que el argumento ese de que el fútbol femenino no vende ya es antiguo. Como cuando dicen que a las jugadoras sólo las ven sus novias y novios y sus familiares. Bueno, pues el que siga pensando eso después de todo lo que se ha demostrado y visto, creo que ya es difícil convencerlo o convencerla.

#### ENTREVISTA - EDUARDO CARRILLO

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge?

Yo creo que sí, que hay un auge importante en el fútbol femenino. Sobre todo, por el apoyo de los medios de comunicación. Antes no existía tanto apoyo por parte de los medios ni estaba la profesionalización de la Liga, la equiparación de salario, un salario mínimo en todos los clubes... Yo creo que eso ayuda mucho. También el hecho de que haya una jugadora como Alexia Putellas que gane el Balón de Oro y el The Best llama mucho la atención. Estamos viendo como grandes medios nacionales y los principales medios deportivos incluso han llegado a abrir con portadas dedicadas al fútbol femenino.

Es indudable que, en esta temporada, las posibilidades de ver todos los partidos de cada jornada hacen que el espectador tenga la oportunidad de seguir la Liga como se sigue en todas las competiciones profesionales del mundo.

- ¿Cómo lo ve dentro de unos años?

Yo creo que la dinámica será alta. Habrá que ver si las bases del proyecto del fútbol femenino son sólidas. Ahí es donde está todo. Lo principal es que poco a poco se va a ir consolidando. Eso hace que tenga más visibilidad, que haya más cantera, porque los grandes equipos ya no tienen solamente un filial, sino que también tienen un juvenil, un cadete, un alevín... algo que antes no existía. Eso moviliza a mucha gente. Te comentaba antes lo de Alexia, ahora cada jugadora de cantera comienza a tener referentes. Hay un álbum de cromos también, que parece una tontería, pero no lo es. Al final son cosas que hacen que se consolide el fútbol femenino. Lo fundamental sería que se formaran las bases sólidas para que empiece a arrastrar a más gente. Así es como empiezan a crecer todos los deportes minoritarios.

- ¿Cree que ha habido una evolución en los medios de comunicación a la hora de tratar el fútbol femenino?

Se han ido acercando poco a poco. Antes era todo más residual y ahora se tiene más en cuenta. En los carruseles del fin de semana en radio tienen su apartado. Son más los programas que se dedican a esta sección, aunque queda mucho camino por recorrer todavía. Los medios de comunicación, no sabemos si es por moda, parece que se están acercando más. También lo están haciendo las televisiones nacionales. Eso es fundamental. Ahora mismo le queda un trecho muy grande para acercarse a todo lo que genera el fútbol masculino. Poquito a poco, creo que de momento los medios se van acercando más.

- Desde el Real Betis Balompié, ¿cómo se ha fomentado la visibilidad de esta sección?

Desde que nació Betis TV y Radio Betis, hace 7 años, siempre se ha seguido de cerca el fútbol femenino. Yo me acuerdo de las primeras retransmisiones de radio, de la fase de ascenso del Fémias a Primera División contra el Logroño que nos desplazamos allí para el partido de ida. Aquí dimos también el partido en Betis TV. Aquí los partidos los retransmitimos todos por la radio, hay un programa en la televisión semanal dedicado al equipo y a la cantera. Además, tiene sus redes sociales: Instagram y Twitter. Yo creo que el Betis hace mucho por su sección.

- ¿Cómo ha vivido las polémicas de la profesionalización?

La verdad es que el tema del arbitraje es un tema ampliamente debatible en el fútbol femenino. Habría que darle una vuelta porque creo que falta nivel en una competición profesional como es la Liga F. Es una lástima también que la guerra entre la federación y la Liga den lugar a este tipos de polémicas. Muchas veces no hay un calendario bien definido, y eso al final despista a tus aficionados, que son los que te siguen y los que van a hacer crecer la competición.

- El fútbol femenino... ¿no vende porque no tiene visibilidad, o no tiene visibilidad porque no vende?

Creo que es la pescadilla que se muerde la cola. Creo que al final el fútbol femenino es algo que está creciendo, algo imparables hoy por hoy en nuestro país, y si no tiene visibilidad, no puede generar interés. Hoy sí la tiene, se ve en todos los partidos cada jornada, y es un camino largo. Si de aquí a 10 años, con todo lo que se está moviendo alrededor del *futfem*, sigue cubriendo la actualidad el mismo número de personas o sigue viendo los partidos el mismo número de espectadores, algo estará fallando. Por ejemplo, el Barça creo que es un punto y aparte. Vemos como en Champions se llenan estadios como el Camp Nou, pero es puntual. Tendríamos que conseguir que en los estadios haya una media de 2.000 o 3.000 espectadores en cada campo de Primera División. Para eso, yo creo que es fundamental que se ponga el foco en el fútbol femenino. Es imposible que generes interés de la nada. Se necesita un proceso y yo creo que en ese proceso estamos hoy en día.

#### ENTREVISTA TOMÁS YÁÑEZ QUERO

- ¿Cree que el fútbol femenino en España está en auge?

En parte sí y en parte no. Se merece una repercusión y un seguimiento por parte de los medios que no tiene. Más que otros años sí está, porque está mejorando, pero al final esa supuesta profesionalización no está llegando a los valores que todo el mundo quiere.

- ¿Cómo lo ve dentro de unos años?

Debería mejorar. Confío en que esa profesionalidad que tanto anhelan llegue realmente al lugar que se merece, como en el fútbol masculino.

- ¿Cree que ha habido una evolución en los medios de comunicación a la hora de tratar el fútbol femenino?

Hemos podido ver cómo hay muchos medios que no tienen ni categorías ni secciones de esta disciplina. Es verdad que ahora están llegando más periodistas que le están dando una mayor cobertura al fútbol femenino, pero faltan profesionales. Buscas periodistas de LaLiga Santander o de LaLiga SmartBank y te puedes encontrar gente hasta debajo de las piedras. Pero, cuando buscas periodistas especializados en fútbol femenino, te encuentras con cuatro o cinco.

- Desde tu medio, ¿cómo se ha fomentado la visibilidad de esta sección?

Soy fiel defensor de que el fútbol femenino debe de llegar al mismo nivel que el masculino, y así lo hemos intentado fomentar desde nuestro medio. Es difícil y un reto para quienes lo gestionan. A mí, como gestor de un periódico, me está costando mucho. A lo mejor los redactores me dicen que no están disponibles para hacer una crónica de un partido de fútbol femenino, pero para una previa del masculino siempre sacan tiempo. Estaré orgulloso de lo que estoy haciendo cuando me digan que sí al masculino y al femenino.

- ¿Cómo ha vivido las polémicas de la profesionalización?

Me daba miedo que lo que buscaban se fuera a pique por decisiones técnicas o de los altos cargos que intentan gestionar la Liga.

- ¿Qué podrían hacer los medios para dar más visibilidad? ¿Cree que a los grandes directores les interesa?

Yo creo que a los directores no les interesa, porque no tiene tanta repercusión. Para darle más visibilidad, creo que los medios deberían tomarse más en serio el fútbol femenino. Ahí puede llegar el auge.

- El fútbol femenino... ¿no vende porque no tiene visibilidad, o no tiene visibilidad porque no vende?

No tiene visibilidad porque no se la dan. Al final, es la principal traba para que llegue la verdadera profesionalización. Cuando no nos encontremos 7 redactores de primer equipo masculino y uno del femenino, podremos decir que hemos avanzado.

## **10 Referencias**

AFE (2019a, 18 octubre). *Las futbolistas de la Primera División Femenina iniciarán huelga indefinida el fin de semana del 16-17 de noviembre*. AFE - Asociación de Futbolistas Españoles.

<https://www.afe-futbol.com/futbol-femenino/las-futbolistas-de-primera-division-iniciaran-huelga-indefinida-el-fin-de-semana-del-16-17-de-noviembre/>

AFE (2019b, 20 diciembre). *Firmado el preacuerdo del primer Convenio Colectivo para el fútbol*

*femenino de Primera División*. AFE - Asociación de Futbolistas Españoles.

<https://www.afe-futbol.com/futbol-femenino/firmado-el-preacuerdo-del-primero-convenio-colectivo-para-el-futbol-femenino-de-primera-division/>

AFE (2021, 8 febrero). *AFE solicita una reunión urgente con la RFEF para modificar el protocolo a petición de las futbolistas de la Liga Iberdrola*. AFE - Asociación de Futbolistas Españoles.

<https://www.afe-futbol.com/futbol-femenino/afe-solicita-reunion-urgente-rfef-protocolo-peticion-futbolistas-liga-iberdrola/>

Alonso, M. (2022, 15 marzo). *Entre goles y desigualdad: la (verdadera) situación de las futbolistas en España*. Mujer. 20 Minutos. <https://www.20minutos.es/mujer/moda/la-situacion-de-las-mujeres-futbolistas-en-espana-4970238/>

Álvarez, D. (2022, 10 agosto). *El CSD resuelve a favor de la RFEF en el conflicto de competencias planteado por la LPFF: el sorteo, el viernes*. MARCA.

<https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2022/08/10/62f37947e2704e8f838b4627.html>

Arés, R. (2018, 4 octubre). *Máxima tensión por el Convenio: AFE veta a UGT y Futbolistas ON. Diario AS.*

[https://as.com/futbol/2018/10/04/primera/1538674702\\_701698.html](https://as.com/futbol/2018/10/04/primera/1538674702_701698.html)

Arias Trujillo, R. y Pujadas i Martí, X. (2016). Presentación del dossier “Deporte y sociedad”. *Historia Critica*, 61, 16. <https://doi.org/10.7440/historicrit61.2016.01>

Arrechea, F. y Scheinherr, E., (2015). *El “Spanish girl’s club” de Barcelona. Las pioneras del fútbol femenino español*. *Cuadernos de Fútbol: Primera revista de historia del fútbol español*, 66 (1), 4-5. Rescatado de Dialnet.uniroja.es

<https://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2015/06/el-spanish-girls-club-de-barcelona-las-pioneras-del-futbol-femenino-espanol/>

Barcelona, F. C. (2021, 7 septiembre). *Así es la Masía femenina*. Barça.

<https://www.fcbarcelona.es/es/club/noticias/2245343/asi-es-la-masia-femenina>

- BeSoccer. (2022, 4 diciembre). *El Levante Las Planas-Real Madrid se jugó ¡con una portería más baja que otra!* Besoccer. <https://es.besoccer.com/noticia/el-levante-las-planas-real-madrid-se-jugo-con-una-porteria-mas-baja-que-otra-1209220>
- Caleya, M. J. (2018, 20 noviembre). *La Ley del Deporte, una normativa obsoleta.* RTVE.es. <https://www.rtve.es/deportes/20181120/ley-del-deporte-normativa-obsoleta-discrimina-deportistas-todo-era-especie-daban-vales-para-gasolina-transporte/1840820.shtml>
- Caleya, M. J. (2019, 7 marzo). *Fútbol | La ACFF reitera su rechazo a la liga de Rubiales y anuncia un acuerdo televisivo «histórico» - RTV.* . . . RTVE.es. <https://www.rtve.es/deportes/20190307/acff-reitera-su-rechazo-liga-femenina-propone-rubiales-vende-derechos-audiovisuales-para-proximos-tres-anos/1897163.shtml>
- Caleya, M. J. (2020a, 14 febrero). *Convenio colectivo del fútbol femenino.* RTVE.es. <https://www.rtve.es/deportes/20200214/federacion-convenio-colectivo-del-futbol-femenino/2001219.shtml>
- Caleya, M. J. (2020b, 19 febrero). *Cronología del primer convenio femenino en el fútbol.* RTVE.es. RTVE.es. <https://www.rtve.es/deportes/20200219/convenio-colectivo-del-futbol-femenino-acuerdo-historico-para-profesionalizacion-del-sector-tras-17-meses-negociacion/1995955.shtml>
- Caleya, M. J. (2020c, febrero 17). *La Asociación de Clubes ratifica el acuerdo con Mediapro.* RTVE.es. <https://www.rtve.es/deportes/20200217/asociacion-clubes-convenio-futbol-femenino/2001992.shtml>
- Chiva, A. (2021, 24 diciembre). 2021: El fútbol femenino logra profesionalizarse, pero estanca las negociaciones. *Palco23.* <https://www.palco23.com/competiciones/2021-el-futbol-femenino-logra-profesionalizarse-pero-estanca-las-negociaciones>
- Club Atlético de Madrid - Herbalife Nutrition renueva su patrocinio hasta 2023 con el Femenino.* (s. f.). Club Atlético de Madrid. <https://www.atleticodemadrid.com/noticias/herbalife-nutrition-renueva-su-patrocinio-hasta-2023-con-el-femenino>
- Comité Técnico de Árbitros. (2022, 3 diciembre). *Actas RFEF.* [http://actas.rfef.es/actas/RFEF\\_CmpActa2?cod\\_primaria=1000144&CodActa=76215](http://actas.rfef.es/actas/RFEF_CmpActa2?cod_primaria=1000144&CodActa=76215)

- Comunicado Oficial del FC Levante Las Planas.* (2022, 16 agosto). <https://fclevantelasplanas.es/index.php/2022/08/16/comunicado-oficial-2/>
- Consejo Superior de Deportes. (2021a). *Licencias por sexo 2007-2021.* Consejo Superior de Deportes. <https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2022-05/Licencias%20por%20sexo%202007-2021.pdf>
- Consejo Superior de Deportes. (2021b, junio 15). *El CSD aprueba la profesionalización del fútbol femenino.* Consejo Superior de Deportes. <https://www.csd.gob.es/es/el-csd-aprueba-la-profesionalizacion-del-futbol-femenino-0>
- Consejo Superior de Deportes. *El CSD publica la propuesta de distribución de 16 millones de euros en ayudas a los clubes de la liga femenina de fútbol.* (2022, 15 junio.). CSD - Consejo Superior de Deportes. <https://www.csd.gob.es/es/el-csd-publica-la-propuesta-de-distribucion-de-16-millones-de-euros-en-ayudas-los-clubes-de-la-liga-femenina-de-futbol>
- Delgado, J. (2022, septiembre 2). *Las árbitras piden la profesionalización del colectivo.* *Sport.* <https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/arbitras-piden-profesionalizacion-colectivo-14406071>
- Dirección General de Empleo (2015). Resolución de 23 de noviembre de 2015, por la que se registra y publica el Convenio colectivo para la actividad de fútbol profesional. *Boletín Oficial del Estado*, 293, de 8 de diciembre de 2015. [https://www.boe.es/eli/es/res/2015/11/23/\(4\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2015/11/23/(4))
- Dunn, C. y Welford, J. (2015). *Football and the FA Women's Super League: Structure, Governance and Impact.* Palgrave Macmillan. [http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/35755/1/Carrie\\_%20Dunn.pdf](http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/35755/1/Carrie_%20Dunn.pdf)
- EFE e Iusport (2021, 14 septiembre). *Mediapro se plantea volver a pujar por el fútbol femenino si se cambia el modelo.* Iusport: El otro lado del deporte. <https://iusport.com/art/43665/mediapro-se-plantea-volver-a-pujar-por-el-futbol-femenino-si-se-cambia-el-modelo>
- EFE. (2019, 30 enero). *El estadio de San Mamés, prácticamente lleno, bate el récord de asistencia a un partido de fútbol femenino en España.* <https://www.publico.es/deportes/futbol-femenino-estadio-san-mames-practicamente-lleno-bate-record-asistencia-partido-futbol-femenino-espana.html>



- EFE. (2021, 16 septiembre). El CSD y RFEF ofrecen a los clubes sin televisión retransmitir sus partidos por TVE y Footers. *sport*. <https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/csd-rfef-ofrecen-clubes-television-12084496>
- EFE. (2022, 29 septiembre). El patrocinio en el fútbol femenino se multiplica por tres desde 2019. *MARCA*. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/2022/09/29/6335928dca4741db488b4591.html>
- Escudero, S. (2022, 8 octubre). Las inversiones en patrocinio aportarán al Barça femenino 8 millones anuales. *IUSPORT: EL OTRO LADO DEL DEPORTE*. <https://iusport.com/art/119753/las-inversiones-en-patrocinio-aportaran-al-barca-femenino-8-millones-anuales>
- ESPN (2022, 26 septiembre). *España vs. la RFEF: Demandas de las jugadoras por mejores condiciones laborales fueron vistas como golpe de estado*. ESPNdeportes.com. [https://espndeportes.espn.com/futbol/espana/nota/\\_/id/10987272/espana-vs-la-rfef-demandas-de-las-jugadoras-por-mejores-condiciones-laborales-fueron-vistas-como-golpe-de-estado](https://espndeportes.espn.com/futbol/espana/nota/_/id/10987272/espana-vs-la-rfef-demandas-de-las-jugadoras-por-mejores-condiciones-laborales-fueron-vistas-como-golpe-de-estado)
- Europa Press. (2022a, 2 de septiembre) *El CSD reducirá en el espacio de tres años de 9 a 3 el número de extracomunitarias en el fútbol femenino*. europapress.es. <https://www.europapress.es/deportes/futbol-00162/noticia-csd-reducira-espacio-tres-anos-numero-extracomunitarias-futbol-femenino-20220902164354.html>
- Europa Press. (2022b, 9 de agosto). *La RFEF impugnará las bases «ilegales» aprobadas por la LPFF*. europapress.es. <https://www.europapress.es/deportes/futbol-00162/noticia-rfef-impugnara-bases-ilegales-aprobadas-lpff-20220809113831.html>
- Europa Press. (2022c, 9 julio). *España tumba a Noruega (2-1) y es tetracampeona de Europa Sub-19*. europapress.es. <https://www.europapress.es/deportes/futbol-00162/noticia-espana-tumba-noruega-tetracampeona-europa-sub-19-20220709170726.html>
- FC Barcelona (2022a, 19 octubre). El Barça Femenino estrena el logo de BIMBO en la manga. *Barça*. <https://www.fcbarcelona.es/es/noticias/2861048/el-barca-femenino-estrena-el-logo-de-bimbo-en-la-manga>
- FC Barcelona (2022b, agosto 30). El Barça Femenino incorpora a GLS como nuevo patrocinador global para las próximas tres temporadas. *Barça*.

- <https://www.fcbarcelona.es/es/noticias/2767991/el-barca-femenino-incorpora-a-gls-como-nuevo-patrocinador-global-para-las-proximas-tres-temporadas>
- FC Barcelona (2022c, agosto 18). El Barça y Heura Foods se unen para impulsar el deporte femenino y promover un sistema alimenticio más sostenible. *Barça*. <https://www.fcbarcelona.es/es/futbol/femenino-a/noticias/2747705/el-barca-y-heura-foods-se-unen-para-impulsar-el-deporte-femenino-y-promover-un-sistema-alimenticio-mas-sostenible>
- FC Barcelona. (s. f.). Palmarés Barça femenino | Canal Oficial FC Barcelona. *Barça*. <https://www.fcbarcelona.es/es/futbol/femenino/palmares>
- Fernández, R. (2022, 25 septiembre). Jorge Vilda, asambleísta y seleccionador: ¿Conflicto de intereses, Sr. Franco? *OndaCero*. [https://www.ondacero.es/deportes/futbol/jorge-vilda-asambleista-seleccionador-conflicto-intereses-franco\\_20220925633000e1ed945b0001d275aa.html](https://www.ondacero.es/deportes/futbol/jorge-vilda-asambleista-seleccionador-conflicto-intereses-franco_20220925633000e1ed945b0001d275aa.html)
- FIFA. Clasificación Femenina. (2023, 24 marzo). FIFA. [https://www.fifa.com/es/fifa-world-ranking/women?dateId=ranking\\_20230324](https://www.fifa.com/es/fifa-world-ranking/women?dateId=ranking_20230324)
- FIFA (2021). *Informe de evaluación comparativa de la FIFA: fútbol femenino*. FIFA.com. <https://digitalhub.fifa.com/m/31350ff23e84e0fa/original/Informe-de-evaluacion-comparativa-de-la-FIFA-futbol-femenino.pdf>
- FIFA. *La FIFA presenta su primera Estrategia Global del Fútbol Femenino*. (2018, 9 octubre). Fifa.com <https://www.fifa.com/es/football-development/media-releases/la-fifa-presenta-su-primera-estrategia-global-del-futbol-femenino>
- Fra, A. (2019, 12 mayo). La final de la Copa de la Reina, récord de audiencia en España. *Diario AS*. [https://as.com/futbol/2019/05/12/mas\\_futbol/1557654531\\_075262.html](https://as.com/futbol/2019/05/12/mas_futbol/1557654531_075262.html)
- Fra, A. (2021a, 21 febrero). *Se cumplen 50 años del primer partido de la Selección femenina*. *Diario AS*. [https://as.com/futbol/2021/02/21/femenino/1613903941\\_451102.html](https://as.com/futbol/2021/02/21/femenino/1613903941_451102.html)
- Fra, A. (2021b, marzo 22). Un nuevo acuerdo millonario televisivo en la WSL. *Diario AS*. [https://as.com/futbol/2021/03/22/femenino/1616412295\\_137232.html](https://as.com/futbol/2021/03/22/femenino/1616412295_137232.html)
- Fraguela, J. M. (2021, 12 noviembre). *El patinazo del juez de competición con las sanciones a los clubes femeninos*. IUSPORT: EL OTRO LADO DEL DEPORTE. <https://iusport.com/art/65528/el-patinazo-del-juez-de-competicion-con-las-sanciones-a-los-clubes-femeninos>

- Fraguela, J. M. (2022, 22 septiembre). *Las árbitras desoyen al CSD al denunciar el balón que se usa en la liga femenina*. IUSPORT: EL OTRO LADO DEL DEPORTE. <https://iusport.com/art/119431/las-arbitras-desoyen-al-csd-al-denunciar-el-balon-que-se-usa-en-la-liga-femenina>
- Fuentes, R. (2022, 8 noviembre). La Liga F denuncia públicamente el recibo arbitral federativo. *Mundo Deportivo*. <https://www.mundodeportivo.com/futbol/femenino/liga-f/20221108/1001892471/liga-f-denuncia-publicamente-recibo-arbitral-federativo.html>
- FUTPRO. (s.f.). *Quienes somos - FUTPRO*. FUTPRO. <https://futpro.es/quienes-somos/>
- García, J. G. (2015, 31 julio). El polémico Quereda dimite como seleccionador del fútbol femenino. *El País*. [https://elpais.com/deportes/2015/07/30/actualidad/1438264543\\_570878.html](https://elpais.com/deportes/2015/07/30/actualidad/1438264543_570878.html)
- Goal (2022, diciembre 1). Quién es Alexia Putellas: cuántos títulos ganó con el Barcelona y cuántos premios individuales y Balones de Oro. Goal.com España. <https://www.goal.com/es/noticias/quien-es-alexia-putellas-cuantos-titulos-gano-con-el-barcelona-y-cuantos-premios-individuales-y-balones-de-oro/blt77f5185a24bae273>
- Ibarra, D. M. (2022, 24 septiembre). *Megan Rapinoe y Alex Morgan muestran su apoyo a las jugadoras de la Selección de España*. Diario AS. <https://us.as.com/futbol/internacional/megan-rapinoe-y-alex-morgan-muestran-su-apoyo-a-las-jugadoras-de-la-seleccion-de-espana-n/>
- Iberdrola. (s. f.). *Somos la Roja, somos el verde*. <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/deporte-femenino/futbol-femenino>
- Iglesias. (2023, 19 enero). Deloitte Spain. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/ranking-clubes-futbol-mas-ricos.html>
- Irigoyen, J. I. (2022, 14 junio). *La Federación de Fútbol iguala los porcentajes de las primas de la selección femenina y masculina, pero no cobrarán lo mismo*. El País. <https://elpais.com/deportes/2022-06-14/la-federacion-espanola-de-futbol-igual-a-las-condiciones-economicas-de-la-seleccion-femenina-y-de-la-masculina.html>
- Jefatura del Estado (1990). Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte. *Boletín Oficial del Estado*, 249, 17 de octubre de 1990. <https://www.boe.es/eli/es/l/1990/10/15/10/con>

- Jefatura del Estado (2022). Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte. *Boletín Oficial del Estado*, 314, 31 de diciembre de 2022. <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/12/30/39>
- Jiménez, E. y Campos, C., (2022, 4 marzo). 8M Madres deportistas: María Alharilla. *RTVE.es*. <https://www.rtve.es/deportes/20220304/8m-madres-deportistas-maria-alharilla-futbol-femenino/2301383.shtml>
- Jiménez, M. (2019, 16 julio). *Oficial: Todos los clubes de Primera Femenina se apuntan a la nueva Liga de Rubiales*. Diario AS. [https://as.com/futbol/2019/07/16/mas\\_futbol/1563268350\\_206509.html](https://as.com/futbol/2019/07/16/mas_futbol/1563268350_206509.html)
- Jiménez, M. (2022, marzo 30). *Récord mundial de asistencia: ¡91.553 espectadores!* Diario AS. [https://as.com/futbol/2022/03/30/femenino/1648644827\\_435893.html](https://as.com/futbol/2022/03/30/femenino/1648644827_435893.html)
- Jiménez, M. (2023a, 20 febrero). El Barça, una máquina de hacer dinero en el fútbol femenino. *Relevo*. <https://www.relevo.com/futbol/liga-femenina/barca-maquina-dinero-futbol-femenino-20230118100004-nt.html>
- Jiménez, M. (2023b, enero 22). *Polémica con las medallas en la Supercopa: la diferencia entre ellas y ellos y la versión de la RFEF*. *Relevo*. <https://www.relevo.com/futbol/supercopa/polemica-medallas-supercopa-diferencia-version-20230122203036-nt.html>
- Jiménez, M. (2023c, marzo 11). *Lío con el brazalete del 8M: las árbitras impiden su uso y hay un nuevo cruce de versiones entre RFEF y Liga F*. *Relevo*. <https://www.relevo.com/futbol/liga-femenina/brazalete-arbitras-impiden-nuevo-cruce-20230311133204-nt.html>
- Jiménez, M. y Riquelme, S. (2022, 24 octubre). *El césped artificial sigue siendo un «pero» en la Liga femenina*. *Relevo*. <https://www.relevo.com/futbol/mundial-femenino/cesped-artificial-sigue-liga-femenina-20221024175255-nt.html>
- LaLiga. (s.f.) *Patrocinadores*. LaLiga.com. <https://www.laliga.com/patrocinadores>
- “Las niñas futbolísticas” (1914, 11 junio). *El Mundo deportivo*, p. 4
- Levante UD. (2021, noviembre 12). *Comunicado oficial del Levante UD*. LevanteUD. <https://www.levanteutd.com/es/info/comunicado-oficial-del-levante-ud-51>
- Lidón, I., (2021, 22 noviembre). El laberinto de la profesionalización del fútbol femenino: sin patronal, sin televisión y con un convenio colectivo de mínimos. *ELMUNDO*. <https://www.elmundo.es/deportes/futbol/2021/11/22/619c021721efa0da338b456e.html>

- Liga F (s.f.). *Patrocinadores Liga F / LPFF*. <https://ligaf.es/patrocinadores>
- Liga F. (2022a, agosto 17). *Acuerdo comercial histórico para el fútbol profesional femenino*. Liga F. <https://ligaf.es/noticia/acuerdo-comercial-historico-para-el-futbol-profesional-femenino>
- Liga F. (2022b, septiembre 5). *Evolución del proceso de comercialización de los derechos audiovisuales de la competición profesional de fútbol femenino*. LigaF. <https://ligaf.es/noticia/evolucion-del-proceso-de-comercializacion-de-los-derechos-audiovisuales-de-la-competicion-profesional-de-futbol-femenino>
- Liga F. (2022c, septiembre 5). *Histórica adjudicación de los derechos audiovisuales de la competición profesional femenina*. LigaF. <https://ligaf.es/noticia/historica-adjudicacion-de-los-derechos-audiovisuales-de-la-competicion-profesional-femenina>
- Liga F. (2022d, septiembre 6). *Nace la Liga F, nueva identidad de marca del Fútbol Profesional Femenino*. LigaF. <https://ligaf.es/noticia/nace-la-liga-f-nueva-identidad-de-marca-del-futbol-profesional-femenino>
- Liga F. (2022e, octubre 6). *Finetwork será el title de la Liga F*. LigaF. <https://ligaf.es/noticia/finetwork-sera-el-title-de-la-liga-f>
- Liga F (2022f, 14 septiembre). *Las árbitras aceptan la propuesta de la Liga F*. LigaF. <https://ligaf.es/noticia/las-arbitras-aceptan-la-propuesta-de-la-liga-f>
- Liga F (2022g, 8 noviembre). *La RFEF incumple el acuerdo alcanzado con el Gobierno y Liga F sobre honorarios arbitrales*. LigaF. <https://ligaf.es/noticia/la-rfef-incumple-el-acuerdo-alcanzado-con-el-gobierno-y-liga-f-sobre-honorarios-arbitrales>
- López-Egea, M. (2022a, 23 diciembre). 2022, el año en el que el deporte femenino se sentó a la mesa. *Palco23*. <https://www.palco23.com/competiciones/2022-el-ano-en-el-que-el-deporte-femenino-se-sento-en-la-mesa>
- López-Egea, M. (2022b, noviembre 7). El patrocinio en la Liga F crece un 11,3% en 2022-2023. *Palco23*. <https://www.palco23.com/entorno/el-patrocinio-en-la-liga-f-crece-un-113-en-2022-2023-con-la-profesionalizacion>
- Madrid CFF. (s.f.). *Patrocinadores - Web Oficial Madrid CFF*. Web Oficial Madrid CFF. <https://madrideff.com/patrocinadores/>
- Marca (2022, diciembre 14). *La Liga F ya tiene sus cromos*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2022/12/14/639a002bca4741f3718b45c0.html>

- Marca (2023, 22 enero). *La explicación al vídeo de la polémica: mismo protocolo que en la Copa del Rey*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/2023/01/22/63cd7e8a46163f320e8b45dd.html>
- Marín, K. (2020, 12 junio). La disparatada idea de convertir el Real Madrid femenino en la Selección española. *elconfidencial.com*. [https://blogs.elconfidencial.com/deportes/a-mi-bola/2020-06-12/jorge-vilda-futbol-femenino-real-madrid-federacion-ana-rosell\\_2632952/](https://blogs.elconfidencial.com/deportes/a-mi-bola/2020-06-12/jorge-vilda-futbol-femenino-real-madrid-federacion-ana-rosell_2632952/)
- Marín, K. (2022a, 29 agosto). *Las capitanas del Barça llaman a Rubiales para pedirle la destitución de Jorge Vilda, el seleccionador nacional*. *elconfidencial.com*. [https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2022-08-29/futbol-femenino-rubiales-capitanas-fc-barcelona-jorge-vilda-rafael-del-amo\\_3481253/](https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2022-08-29/futbol-femenino-rubiales-capitanas-fc-barcelona-jorge-vilda-rafael-del-amo_3481253/)
- Marín, K. (2022b, septiembre 1). *La conexión que sostiene a Vilda: «Si quieres ir a la Selección, antes tienes que ir al Real Madrid»*. *elconfidencial.com*. [https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2022-09-01/futbol-femenino-rubiales-capitanas-fc-barcelona-jorge-vilda-rafael-del-amo\\_3483275/](https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2022-09-01/futbol-femenino-rubiales-capitanas-fc-barcelona-jorge-vilda-rafael-del-amo_3483275/)
- Marín, K. (2023, enero 20). *La amenaza de huelga ya planea sobre la liga femenina: las árbitras dinamitaron el camino*. *elconfidencial.com*. [https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2023-01-20/futbol-femenino-arbitras-cta-rfef-rubiales-convenio-colectivo-sindicatos-futpro-liga-f-amanda-gutierrez\\_3560276/](https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2023-01-20/futbol-femenino-arbitras-cta-rfef-rubiales-convenio-colectivo-sindicatos-futpro-liga-f-amanda-gutierrez_3560276/)
- Martín, P. (2022, 29 agosto). España, campeona del mundo sub-20 por primera vez en la historia. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/seleccion/2022/08/29/630c324346163f485b8b456d.html>
- Martínez, V. (2011). Los primeros pasos del fútbol femenino en España. *Cuadernos de Fútbol: Primera revista de historia del fútbol español*, 20(1), 1-2. Rescatado de Dialnet.uniroja.es <https://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2011/04/los-primeros-pasos-del-futbol-femenino-en-espana/>
- Medlicott, P. (2021, 22 marzo). *Key details as BBC and Sky commit to «game-changing» Women's Super League deal*. *mirror*. <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/wsl-bbc-sky-womens-football-23770935>
- Menayo, D. (2013, 23 abril). *El origen clandestino de la selección*. [https://www.marca.com/reportajes/2013/04/serial\\_futbol\\_femenino/2013/04/23/seccion\\_01/1366710025.html](https://www.marca.com/reportajes/2013/04/serial_futbol_femenino/2013/04/23/seccion_01/1366710025.html)

- Menayo, D. (2015). *El fútbol femenino en 20 toques*. O Porriño, Pontevedra Cydoni
- Menayo, D. (2019, 17 marzo). *60.739 espectadores en el Wanda: récord de un partido femenino a nivel de clubes*. Marca.com. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2019/03/17/5c8d58f922601df9688b464f.html>
- Menayo, D. (2021, 21 febrero). *Se cumplen 50 años del primer partido de la selección española femenina de fútbol*. MARCA. <https://www.marca.com/primera-plana/2021/02/20/60217a4c22601dc7528b45d8.html>
- Menayo, D. (2022a, 4 diciembre). *El Real Madrid tuvo que jugar con una portería con un poste más grande que otro*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2022/12/04/638cc279268e3e4b0a8b4575.html>
- Menayo, D. (2022b, julio 22). *El calendario y la limitación de extranjeras, últimos encontronazos entre la RFEF y la LPFF*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2022/07/22/62dacd7ee2704e3d928b4581.html>
- Menayo, D. (2022c, julio 26). *El CSD paraliza el doble sorteo del calendario de la Primera división femenina*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2022/07/26/62dfc64522601d8d528b45b5.html>
- Menayo, D. (2022d, octubre 23). *Las mujeres toman el mando en el FIFA 23*. MARCA. <https://www.marca.com/primera-plana/2022/10/23/634d3660e2704e74228b45a9.html>
- Menayo, D. (2022e, septiembre 21). *La RFEF 'profesionaliza' las multas de la Liga F: las tarjetas amarillas pasan de 4 a 180 euros y las rojas de*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2022/09/21/632b166522601d6b648b459c.html>
- Menayo, D. (2023a, 23 enero). *Evitar la foto con 'Las 15' generó la polémica de las medallas*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/supercopa-espana-femenina-futbol/2023/01/23/63ce86e222601d50148b457d.html>
- Menayo, D. (2023b, marzo 11). *El brazalete del 8-M, último punto de conflicto entre la Liga F y la RFEF*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2023/03/11/640c7a17268e3edd6f8b456c.html>
- Ministerio de Cultura y Deporte y Consejo Superior de Deportes. (2021a, junio). *Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2020*. Ministerio de Cultura y Deporte. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:07b62374-bfe9-4a65-9e7e-03a09c8778c3/encuesta-de-habitos-deportivos-2020.pdf>

- Ministerio de Cultura y Deporte (2021b). *Estadística del Deporte Federado*. Ministerio de Cultura y Deporte. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:6b7e9a1a-e3e5-4b45-8ae5-6f187b50235f/estadistica-de-deporte-federado.pdf>
- Ministerio de Cultura y Deporte y Consejo Superior de Deportes. (2022a, diciembre). *Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2022*. Ministerio de Cultura y Deporte. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:23953a00-9cf8-487c-98c7-f2fbc43e4e6b/encuesta-de-habitos-deportivos-2022.pdf>
- Ministerio de Cultura y Deporte (2022b, 14 de marzo). *Aprobados los estatutos de la primera liga femenina de fútbol profesional*. Consejo Superior de Deportes. <https://www.csd.gob.es/es/aprobados-los-estatutos-de-la-primera-liga-femenina-de-futbol-profesional#:~:text=Aprobados%20los%20estatutos%20de%20la%20primera%20liga%20femenina%20de%20f%C3%BAAtbol%20profesional,-Twitter%20Facebook%20WhatsApp&text=Madrid%2C%2014%20de%20marzo%20de,de%20f%C3%BAAtbol%20profesional%20en%20Espa%C3%B1a>
- Ministerio de Trabajo y Economía Social. Resolución de 11 de agosto de 2020, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo para las futbolistas que prestan sus servicios en clubes de la primera división femenina de fútbol. *Boletín Oficial del Estado*, 220, 15 de agosto de 2020, pp. 70451-70480 [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-9765](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-9765)
- Miserachs, J. (2023, 20 enero). *Estas son las audiencias del fútbol del jueves*. Mundo Deportivo. <https://www.mundodeportivo.com/futbol/20230120/1001922378/son-audiencias-futbol-jueves.html>
- Moñino, L. J. y Irigoyen, J. I. (2022, 30 agosto). *Motín en La Roja: un grupo de jugadoras de la selección pide la destitución del entrenador Jorge Vilda*. El País. <https://elpais.com/deportes/2022-08-30/motin-en-la-roja-un-grupo-de-jugadoras-de-la-seleccion-piden-la-destitucion-del-entrenador-jorge-vilda.html>
- Moya, X. (2022, 19 abril). FC Barcelona femenino, ejemplo de excelencia deportiva y de gestión. UPF-BSM. <https://www.bsm.upf.edu/es/noticias/fcbarcelona-femenino-deporte-futbol>
- Ortiz, M. Á. (2016, 2 junio). *Cuando ellas recuperaron el balón*. Panenka. <https://www.panenka.org/miradas/historia-futbol-femenino-espana/>



- Ortiz, M. Á. (2018, 12 abril). *La rocambolesca vida de Paco Bru*. Panenka. <https://www.panenka.org/miradas/la-rocambolesca-vida-paco-bru/>
- Pacheco, M. A. (2020). La eclosión del fútbol femenino en el periodismo deportivo. En *Comunicación especializada: historia y realidad actual* (pp. 1123-1144). McGraw-Hill. Rescatado de Fama.us [https://www--ingebok--com.us.debiblio.com/ib/NPcd/IB\\_Escritorio\\_Visualizar?cod\\_primaria=1000193&libro=10287](https://www--ingebok--com.us.debiblio.com/ib/NPcd/IB_Escritorio_Visualizar?cod_primaria=1000193&libro=10287)
- Palco23. (2021, 25 marzo). *El fútbol femenino avanza en su profesionalización con la creación de la Liga Ellas*. Palco23. <https://www.palco23.com/competiciones/el-futbol-femenino-avanza-en-su-profesionalizacion-con-la-creacion-de-la-liga-ellas>
- Palomar, A. (2017). Reflexión general sobre el modelo de deporte profesional. En *Derecho del deporte profesional* (1.<sup>a</sup> ed., p. 51). Thomson Reuters Aranzadi. <https://proview--thomsonreuters--com.us.debiblio.com/title.html?redirect=true&titleKey=aranz%2Fmonografias%2F188102576%2Fv1.2&titleStage=F&titleAcct=i0adc419100000153c6be7cca637de875#sl=p&eid=ada1ed94f19ff75e7ccf62ebdbdb4db5&eat=a-188835987&pg=1&psl=&nvgS=false>
- Pecci, A. (2022, 16 agosto). *El Levante Las Planas seguirá jugando en césped artificial*. FutFem. [https://www.futfem.com/articulo/primera\\_iberdrola/levante-planas-seguira-jugando-cesped-artificial/20220816185851008443.html](https://www.futfem.com/articulo/primera_iberdrola/levante-planas-seguira-jugando-cesped-artificial/20220816185851008443.html)
- Pujadas i Martí, X., Garay Ibañez de Elejalde, B., Gimeno Marco, F., Llopis Goig, R., Ramírez Macías, G. y Parrilla Fernández, J. M. (2012). Mujeres y deporte durante el franquismo (1939-1975): Estudio piloto sobre la memoria oral de las deportistas. *Materiales para la historia del deporte*, 10, 0-14. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/39588/Mujeres\\_y\\_deporte\\_durante\\_el\\_franquismo\\_1939-1975.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/39588/Mujeres_y_deporte_durante_el_franquismo_1939-1975.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Puras, M. (2021). Un nuevo gran paso para la profesionalización del fútbol femenino. *Cuadernos de Fútbol: Primera revista de historia del fútbol español*, 130(1). Rescatado de Dialnet.uniroja.es. <https://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2021/04/un-nuevo-gran-paso-para-la-profesionalizacion-del-futbol-femenino/>
- Quesada, B. (2015, 30 julio). *Jorge Vilda, nuevo entrenador de la Selección femenina*. AS [https://as.com/futbol/2015/07/30/mas\\_futbol/1438260546\\_813773.html](https://as.com/futbol/2015/07/30/mas_futbol/1438260546_813773.html)

- Real Betis Balompié (2021, 8 septiembre). *El Real Betis presenta su acuerdo con Eternal Energy, patrocinador principal del primer equipo femenino*. Real Betis Balompié. <https://www.realbetisbalompie.es/noticias/feminas/el-real-betis-presenta-su-acuerdo-con-eternal-energy-patrocinador-principal-del-primer-equipo-femeni#:~:text=hace%2011%20horas-.El%20Real%20Betis%20presenta%20su%20acuerdo%20con%20Eternal%20Energy,principal%20del%20primer%20equipo%20femenino>
- Real Federación Española de Fútbol (2016, 19 septiembre). *OFICIAL | Iberdrola y la Selección española femenina, juntas hacia el Campeonato de Europa* | Web oficial de la Real Federación Española de Fútbol. <https://rfef.es/es/noticias/oficial-iberdrola-y-la-seleccion-espanola-femenina-juntas-hacia-el-campeonato-de-europa>
- Real Federación Española de Fútbol (2022a). *Normas reguladoras y bases de competición de Primera División Femenina de Fútbol. Temporada 2022/2023* [https://rfef.es/sites/default/files/2022-09/Primera%20Divisi%C3%B3n%20de%20F%C3%BAbol%20Femenino\\_0.pdf](https://rfef.es/sites/default/files/2022-09/Primera%20Divisi%C3%B3n%20de%20F%C3%BAbol%20Femenino_0.pdf)
- Real Federación Española de Fútbol (2022b). *Normas reguladoras y bases de competición de Primera Federación de Fútbol Femenino. Temporada 2022/2023* [https://rfef.es/sites/default/files/2022-09/Primera%20Federaci%C3%B3n%20de%20F%C3%BAbol%20Femenino\\_0.pdf](https://rfef.es/sites/default/files/2022-09/Primera%20Federaci%C3%B3n%20de%20F%C3%BAbol%20Femenino_0.pdf)
- Real Federación Española de Fútbol (2022c, 10 julio). *CIRCULAR N.º 2. Licencias jugadoras extranjeras no comunitarias en Primera División de Fútbol Femenino* [https://rfef.es/sites/default/files/pdf/circulares/circular\\_2.pdf](https://rfef.es/sites/default/files/pdf/circulares/circular_2.pdf)
- Real Federación Española de Fútbol (2022d, julio). *Código Disciplinario*. RFEF.es. <https://rfef.es/sites/default/files/2022-09/Co%cc%81digo%20Disciplinario%20edicio%cc%81n%20julio%202022.pdf>
- Real Federación Española de Fútbol. *COMUNICADO OFICIAL | Selección absoluta femenina de fútbol* | [www.rfef.es](http://www.rfef.es). (2022e, 22 de septiembre). Web oficial de la Real Federación Española de Fútbol. <https://rfef.es/es/noticias/oficial-2209>
- Real Federación Española de Fútbol. (2022f, junio 14). *El presidente Luis Rubiales firma junto a las capitanas de la Selección española femenina el acuerdo de primas y derechos de imagen para los próximos años* | [www.rfef.es](http://www.rfef.es). Web oficial de la Real

- Federación Española de Fútbol. <https://rfef.es/es/noticias/presidente-luis-rubiales-firma-junto-capitanas-seleccion-espanola-femenina-acuerdo-primas-y-reglamento-general> (2021, junio). Real Federación Española de Fútbol. Rescatado de arbitro10.com  
<https://www.arbitro10.com/sites/default/files/reglamento/2022/02/reglamento-general-edicion-junio-2021-0-3.pdf>
- Riquelme, S. (2022, 2 noviembre). *El palmarés de Jorge Vilda frente al top10 mundial: trayectoria y logros*. Relevo. <https://www.relevo.com/futbol/mundial-femenino/preparado-jorge-vilda-entrenar-seleccion-20221002105020-nt.html>
- Riquelme, S. (2023, enero 4). *La apertura de los grandes estadios en la Liga F: ¿éxito o fracaso?* Relevo. <https://www.relevo.com/futbol/asistencia-partidos-liga-20230103144127-nt.html>
- Rodríguez, A., EFE (2022, 13 septiembre). La RFEF y LPFF siguen sin acuerdo y el CSD les emplaza a una reunión de urgencia esta misma tarde. *MARCA*. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primera-division/2022/09/13/632064b4e2704e3e808b4574.html>
- Rojas Torrijos, J.L. (2017). “El deporte femenino y los medios de comunicación”. En libro *Periodismo deportivo de manual*. (Barrero Muñoz, José). Valencia: Tirant humanidades. pp. 277-295. <https://biblioteca--tirant--com.us.debiblio.com/cloudLibrary/ebook/show/9788416786589>
- Rojas Torrijos, J.L. (2010). *La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista*. Vivat Academia. n.º 113, pp. 1-15  
<https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/3750869>
- Román-San-Miguel, A., Ugía-Giráldez, A. y Sánchez-Gey Valenzuela, N. (2022). *Deporte femenino y medios de comunicación. La invisibilidad mediática del primer convenio colectivo del fútbol femenino en España*. En G. Paredes Otero, I. López-Redondo (Eds.), *Cultura audiovisual, periodismo y política: nuevos discursos y narrativas en la sociedad digital* (pp. 881-902). Madrid: Dykinson.  
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/135203/Deporte%20femenino%20y%20medios%20de%20comunicaci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- RTVE. (2020, 14 febrero). *La RFEF ve 'incomprensible' el acuerdo del convenio: 'Sin un salario mínimo de 20.000 euros que no cuenten con nosotros'* RTVE.es. <https://www.rtve.es/play/videos/telediario/rfef-ve-incomprensible-acuerdo-del-convenio-sin-salario-minimo-20000-euros-no-cuenten-nosotros/5512832/>
- RTVE.es/ EFE. (2019a, 5 marzo). *La RFEF busca impulsar al fútbol femenino con la creación de una nueva competición.* RTVE.es. <https://www.rtve.es/deportes/20190305/rfef-busca-impulsar-futbol-femenino-creacion-nueva-competicion/1895440.shtml>
- RTVE.es/ EFE. (2019b, 20 diciembre). *Primer convenio femenino del fútbol español.* RTVE.es. <https://www.rtve.es/deportes/20191220/clubes-sindicatos-firman-preacuerdo-para-primer-convenio-femenino-futbol-espanol/1994219.shtml>
- Sainz de Baranda Andújar, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación: Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)* [Tesis doctoral]. Universidad Carlos III de Madrid. <http://hdl.handle.net/10016/16505>
- Sevilla FC (s.f.). *EL SEVILLA FC Y CRUZCAMPO RENUEVAN SU PATROCINIO POR TRES TEMPORADAS MÁS.* Sevilla FC. <https://sevillafc.es/actualidad/noticias/renovacion-acuerdo-cruzcampo-2025>
- Sevilla FC. 3-1: Inma Gabarro se corona con la Sub-20 abriendo el camino del histórico triunfo ante Japón. (2022, 29 agosto). Sevilla FC. <https://sevillafc.es/actualidad/noticias/inma-campeona-mundial-sub-20-costa-rica-2022>
- Solano, M. G. (2021, 3 enero). *Pionera Irene: «Para que todas esas niñas que ahora juegan al fútbol sepan qué pasó».* MARCA. <https://www.marca.com/primeraplana/2021/01/02/5fef7b5022601db74d8b45be.html>
- SPORT.es. (2022a, 31 octubre). *Vicky López, elegida MVP del Mundial sub-17.* sport. <https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/vicky-lopez-elegida-mvp-mundial-77933897>
- SPORT.es. (2022b, marzo 2). *El FIFA 23 tendrá cuatro ligas femeninas. . . ¡pero no estará la española!* Sport. <https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/fifa-23-tendra-cuatro-ligas-13310494>
- The Football Association (s. f.). *Women's Football. Tier 1. League competition club licence application.* TheFA.com. <https://www.thefa.com/-/media/thefacom-new/files/womens/2017-2018/tier-1-application-pack.ashx>

- The Football Association. (2019, 20 marzo). *A landmark partnership*. www.thefa.com.  
<https://www.thefa.com/news/2019/mar/20/barclays-fa-wsl-lead-sponsor-200319>
- The Football Association. (2020). *The Gameplan for Growth. The FA's Strategy for womens' and girls' football : 2017–2020*. TheFA.com. <https://www.thefa.com/-/media/thefacom-new/files/womens/2019-20/the-gameplan-for-growth-final-review-and-report.ashx>
- Tikas, M. (2021, 26 noviembre). Nace FUTPRO, el primer sindicato solo para el fútbol femenino en España. *Sport*. <https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/nace-futpro-primer-sindicato-futbol-12905444>
- Torrente, N. y Riquelme, S. (2022, 17 noviembre). *Cronología del año más difícil de la Selección femenina*. Relevo. <https://www.relevo.com/futbol/futbol-femenino/complicado-seleccion-20221116100255-nt.html>
- Tribunal Administrativo del Deporte. (2022, 18 febrero). *Expediente Tribunal Administrativo del Deporte núm. 32.2022 TAD*. Consejo Superior de Deportes. [https://estaticos.csd.gob.es/csd/TAD/2022/RES\\_32.2022\\_Futbol.pdf](https://estaticos.csd.gob.es/csd/TAD/2022/RES_32.2022_Futbol.pdf)
- UEFA.com. (2022, 21 mayo). *Historia de la UEFA Champions League Femenina*. <https://www.uefa.com/womenschampionsleague/news/01e6-0e11f212c6fe-8e4476f92fe1-1000--historia-de-la-uefa-champions-league-femenina/?iv=true>
- UEFA.com. (2023, 27 febrero). La página web oficial del fútbol europeo. <https://es.uefa.com/womenschampionsleague/news/0277-1585872803de-af2b0710277c-1000--alexia-putellas-doble-ganadora-del-balon-de-oro/>
- UEFA.com. (s. f.). Coeficiente de clubes femeninos. [Consultado el 24 de abril de 2023] <https://es.uefa.com/nationalassociations/uefarankings/womensclub/#/yr/2023>
- Vanguardia, L. (2023, 23 enero). *Polémica por la no entrega de medallas a las jugadoras en la final de la Supercopa femenina*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol-femenino/20230123/8701859/explicacion-federacion-polemica-entrega-medallas-final-supercopa-femenina.html>
- Vázquez, D. (2018, 2 diciembre). España gana el Mundial sub-17 de fútbol femenino. El País. [https://elpais.com/deportes/2018/12/01/actualidad/1543678661\\_087273.html](https://elpais.com/deportes/2018/12/01/actualidad/1543678661_087273.html)
- Villaescusa, L. (2022, 30 octubre). España se adueña del futuro: la selección femenina sub-17 conquista su segundo Mundial consecutivo. El País.

<https://elpais.com/deportes/2022-10-30/espana-conquista-su-segundo-mundial-femenino-sub-17-consecutivo.html>

Wrack, S. (2019, 20 marzo). Barclays unveiled as Women's Super League sponsor in groundbreaking deal. *The Guardian*.

<https://www.theguardian.com/football/2019/mar/20/barclays-womens-super-league-sponsor-record-deal-uk-fa>

