

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Fútbol femenino en Colombia: más que un partido de 90 minutos.

Trabajo de grado: producto periodístico.

Presentador por: María Camila Carrillo Briceño

Director: Diego García Ramírez

Escuela de Ciencias Humanas

Bogotá, marzo 30 de 2020

Tabla de contenido

| | |
|---|----|
| 1. Título..... | 3 |
| 2. Planteamiento del problema..... | 3 |
| 3. Justificación..... | 8 |
| 4. Objetivos..... | 9 |
| 4.1 Objetivo general..... | 9 |
| 4.2 Objetivos específicos..... | 9 |
| 5. Estado del arte..... | 10 |
| 5.1 El desarrollo económico del fútbol profesional femenino en Colombia..... | 10 |
| 5.2 El fútbol femenino desde una perspectiva de género..... | 12 |
| 5.3 Planificación y estrategia de desarrollo del fútbol femenino y su intención de profesionalización en Colombia..... | 13 |
| 5.4 El fútbol femenino y los medios de comunicación..... | 14 |
| 6. Marco conceptual..... | 16 |
| 6.1 Profesionalización del fútbol..... | 16 |
| 6.2 Problemáticas económicas..... | 18 |
| 6.3 Fútbol femenino..... | 19 |
| 7. Metodología..... | 21 |
| 8. Cronograma..... | 24 |
| 9. Bibliografía..... | 25 |
| 10. Producto periodístico..... | 29 |

- 1. Fútbol femenino en Colombia: más que un partido de 90 minutos.**
- 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El fútbol es sin duda el juego de conjunto más popular del mundo. Cuando se habla de él nadie es indiferente, así se le alabe y o se le condene (Larrauri Olgún, 2009). Este deporte tiene más de 150 años. Es más antiguo que el cine, el jazz o el automóvil, y se ha expandido a lo largo del mundo de manera significativa (Álvarez & Mateo, 2010) generando ingresos de más de 500.000 millones de dólares al año.¹

El primer partido del fútbol del que se tiene constancia se jugó en 1866, en Londres, donde se enfrentó un equipo de la capital inglesa con otro de Sheffield, con un gran éxito, tanto que se comenzaron a dar regularmente los partidos regionales. A finales de la década ya se contaba con treinta clubes, y en 1871 nació la Challenge Cup (copa de Inglaterra), el torneo más antiguo del mundo (Rivera Camino, Molero Ayala & Roca, 2012). Así mismo, a finales de 1880 el fútbol empezó a expandirse rápidamente fuera del Reino Unido, los primeros países en iniciar sus asociaciones de fútbol fueron los países bajos y Dinamarca en 1889.

Pero cuando hablamos de fútbol femenino la historia es diferente. La incursión de la mujer en este deporte no tiene una fecha exacta. Sin embargo, hay quienes sitúan el primer comienzo de este en 1863 cuando se definieron normas generales para evitar la violencia en el juego, con tal de que fuera socialmente aceptable para las mujeres (Rosero, 2015). Solo hasta 1920 se lleva a cabo el primer partido entre selecciones femeninas, entre Francia e Inglaterra (Rosero, 2015), aunque según la FIFA² (2015) el primer partido oficial de fútbol femenino se disputó el 23 de marzo de 1895 y ya en la década de 1880 se habían entablado varios encuentros³.

El primer Mundial de mujeres se disputó en 1991, desde entonces se han jugado siete mundiales femeninos, en los cuales solo se han coronado campeonas cuatro selecciones: Estados Unidos, el equipo más ganador con tres victorias, Alemania con dos trofeos, mientras que Noruega y Japón se han coronado campeonas en solo una ocasión (ESPN, 2018). Hoy día, el ranking

¹ Esta cifra supera el flujo que mueven torrentes del tamaño de Suiza, Bélgica o Taiwan. Esta no es una economía cualquiera, desde hace mucho los alcances del fútbol desbordaron lo deportivo para convertirse en un negocio que cabalga entre lo social y lo político (Diusabá, 2018).

² La Fédération Internationale de Football Association, es la institución que gobierna las federaciones de fútbol en todo el planeta.

³ Por diversas razones, económicas principalmente, estos partidos no pueden calificarse de partidos oficiales organizados. (FIFA, 2015)

femenil de la FIFA incluye federaciones de 117 países procedentes de seis confederaciones⁴ y según censos de la misma hasta 2018 más de 40 millones de mujeres practican fútbol, con un incremento de su participación en un 60% entre el 2006 y 2018.

En el caso colombiano, en primera instancia, el fútbol masculino llega por medio de decenas de viajeros provenientes de países como Inglaterra en 1908. No obstante, su nacimiento se disputa entre las regiones de Barranquilla, Santa Marta, Pasto y Cúcuta, las cuales se proclaman como la cuna del fútbol en Colombia en el año de 1909 (El Espectador, 2008). Se puede hablar de una liga profesional en Colombia sólo hasta 1948 cuando se creó la Dimayor (División Mayor del Fútbol Colombiano) en medio de un terreno que estaba abonado para fundar una liga profesional, porque el país estaba convulsionado en medio de una guerra política y esta idea fue vista con buenos ojos para el Gobierno ("La Historia de Nuestro Fútbol", 2019).

Pero 1948 no fue el año para el nacimiento del fútbol femenino. Solo hasta los años 80's se ha tenido una idea de esto en Colombia. La División Aficionada del Fútbol Colombiano (Difutbol) fue la primera en organizar torneos con participación femenina en el año de 1991 (Rosero, 2015) la cual impulsó no solo a las jugadoras, también creó un ciclo que incluía a técnicas, monitores, árbitros y dirigentes.

La primera selección femenina apareció a finales de los 90's, jugando el Sudamericano de 1998 en donde se quedó en primera ronda (Rosero, 2015). El mejor resultado que ha conseguido la selección femenil han sido los subcampeonatos de la Copa América Femenina en las ediciones 2010 y 2014⁵. En categorías inferiores se coronaron campeonas del Sudamericano Femenino Sub-17, convirtiéndose en la primera selección de Sudamérica en lograrlo y en el Sub-20 fueron subcampeonas.

A raíz de estos buenos resultados, a mediados de 2016 múltiples jugadoras solicitaron a la Dimayor⁶ el establecimiento de una liga profesional femenina y fue así que a finales del mismo año se llevó a cabo el lanzamiento oficial del campeonato en Cartagena. Este se lanzó con la idea de que tendría una periodicidad anual a partir de febrero del año 2017. Con esto también

⁴Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/504522/ranking-mundial-de-la-fifa-de-selecciones-de-futbol-femenino/>

⁵ En el 2018 la Selección Colombia ocupó el puesto 24 en el Ránking de la FIFA, siendo el mejor segundo equipo en el ránking de selecciones de Conmebol, por debajo de Brasil (Deportes RCN, 2018)

⁶ Organismo rector de esta disciplina deportiva y de la organización de los torneos

se anunció la formación de la comisión de fútbol femenino, encargado de estructurar el campeonato a partir de dicho momento (Prieto, 2019).

Para la incorporación de los equipos que participarían en este torneo, la Dimayor exigió a todos los clubes del campeonato masculino construir un equipo femenino, pero no todos lo hicieron por problemas administrativos con el manejo de “dos economías” (Chalela, 2018). Este fue el caso del Deportivo Cali, Millonarios, Independiente Medellín y Atlético Nacional. Este último creó su club femenino en la segunda edición del torneo.

Por otro lado, Brasil, México y Colombia son los únicos países de Latinoamérica donde a la fecha existen certámenes “profesionales”⁷, en otros países del continente existe el fútbol femenino pero no con ligas oficiales (Chalela, 2018). De esta forma en 2017 se disputó la primera edición de la Liga femenina en Colombia con la participación de 18 equipos en el primer semestre del año, en la cual se coronaron campeonas las jugadoras de Independiente Santa Fe. En 2018, donde se coronaron campeonas las del Atlético Huila, la participación de los equipos aumentó a 23, en comparación a los 36 equipos tanto de categoría A como B que conforman el fútbol colombiano masculino (Rosero, 2015).

Aunque se planteó en un inicio una periodicidad anual, esta solo se jugó una vez en el año y en 2019 sólo hasta el segundo semestre del año se reanuda. La participación en este torneo será de carácter obligatorio para los clubes participantes en campeonatos organizados por Conmebol (El Espectador, 2018). Aún no se define el formato del campeonato y se espera que equipos como Independiente Medellín, Deportivo Cali, Rionegro y Once Caldas se sumen a la competencia, sin embargo, hasta el momento ninguno ha presentado su equipo femenino⁸.

Lo anterior nos muestra un panorama de la Liga femenina en Colombia, un proyecto joven pero que se proyectó para que tuviera un crecimiento desde su primera realización. No obstante, su continuidad es una duda cada año y su periodicidad afecta también a las jugadoras. Aunque se presume un crecimiento en el fútbol femenino (El País, 2018), el establecimiento de la Liga es

⁷ Actualmente no se puede hablar de un fútbol femenino profesionalizado, ya que este necesita el respaldo de una estructura sólida y debe incluirse en la estrategia general de clubes e instituciones, además de tener representación en todos los procesos de toma de decisiones. Para esto la FIFA se planteó desde el 2018 tres metas importantes: mayor visibilidad, un reparto más equitativo de los recursos y el compromiso de los clubes, ligas e instituciones para garantizar contratos profesionales a las futbolistas (Matamoros, 2018)

⁸ Esto dijo Catalina Usme en entrevista para el diario El País. Disponible en: <https://www.elpais.com.co/deportes/futbol-colombiano/cual-es-el-panorama-de-la-liga-femenina-para-el-2019.html>

difuso y problemático. La falta de recursos económicos es una de las principales razones de los clubes afiliados a la Dimayor para no seguir jugando la liga femenina (El Espectador, 2018).

Entre esas dificultades económicas se encuentra el salario. Según una encuesta de Global Sports Salarios Survey (El Tiempo, 2018) el sueldo que gana Neymar (43.8 millones), uno de los jugadores más relevantes en el fútbol masculino, equivale a la suma del salario de 1.693 futbolistas de las ligas más importantes del mundo. En Colombia, algunas futbolistas ganan más de 2 o 3 millones de pesos mensuales y otras un salario mínimo, incluso inferior.

Además, la liga femenina en Colombia no cuenta con un patrocinador oficial, quien lo patrocina es el mismo de la Liga Profesional Masculina (Águila) y no hay el suficiente dinero para mantener el torneo⁹. Esta falta de recursos también se une a problemáticas sociales de machismo, prejuicios e invisibilidad, por parte de los medios principalmente (Galindo, 2018). Las jugadoras exigen salario, prestaciones y en general pagos dignos; el problema principal de la falta de crecimiento de este deporte, radica en la falta de patrocinadores y en general de dinero (Tovar, 2019).

Otro de los puntos que aporta a los recursos económicos de un equipo son las transferencias de sus jugadores o jugadoras (Medina & Ospino, 2018). En septiembre de 2018, la FIFA hizo público, por primera vez, un informe sobre transferencias internacionales de jugadoras profesionales (El Tiempo 2018). De 211 equipos miembros de la FIFA, 74 efectuaron transferencias, España tuvo el mayor número de clubes activos (21) y Colombia ocupó el segundo lugar con 17 clubes que realizaron transferencias de 40 jugadoras.

En total se realizaron 696 transferencias a nivel mundial. Estas transferencias de las jugadoras ascienden a 564,354 dólares, pero la gran mayoría no incluyen una tarifa de la transferencia y todo el gasto provino de solo el 3,2% de estas. En comparación a las transferencias del fútbol masculino la diferencia es significativa, ya que estas ascienden a los 7.03 billones de dólares en 2,499 trasposos (FIFA 2018). Lo que evidencia otro de los problemas que también tiene no solo en la Liga Femenina en Colombia, también a nivel mundial.

Por otro lado, Melissa Ortiz e Isabella Echeverri jugadoras de la selección colombiana de fútbol, denunciaron a través de un video publicado en twitter¹⁰, que la Federación no les paga,

⁹ Entrevista a Jorge Enrique Vélez, presidente de la Dimayor para el portal habla el balón. Disponible en: <https://hablaelbalon.com/futbol-colombiano/futbol-femenino-en-colombia-crisis>

¹⁰ Disponible en: <https://twitter.com/MelissaMOrtiz/status/1097564511769366528>

ya no les dan vuelos internacionales, los uniformes que usan son viejos y usados. Junto con esto manifiestan que esta misma ha cortado jugadoras por hablar y dicen que son muchas las injusticias que se han cometido desde la Federación Colombiana de Fútbol hacia el fútbol femenino.

A partir de lo planteado y exponiendo los problemas que enfrenta el fútbol femenino en Colombia, surge la pregunta de ¿Cuáles son las problemáticas económicas que enfrenta el fútbol femenino en Colombia que impiden su profesionalización? Seguido a esto, ¿cómo y de qué manera afecta la falta de patrocinadores y las transferencias de las jugadoras para el crecimiento y profesionalización del fútbol femenino en Colombia?

3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación periodística, pretende indagar en las problemáticas que enfrenta el fútbol femenino en Colombia, enfocado en La Liga Femenina creada en 2017. Entre estas problemáticas se busca enfatizar en la parte económica, investigando cómo esta liga femenina en Colombia no ha logrado ser rentable y así mismo se refleja en un lento y tardío crecimiento del fútbol femenino. A su vez, se mostrarán esas historias que no solo conciernen a las jugadoras, también a directivos, entrenadores, hinchas y medios de comunicación. De forma tal que esto de un panorama desde diferentes agentes que intervienen en La Liga Femenina en Colombia.

Así mismo, este proyecto de grado que se enfoca en el fútbol femenino en Colombia ha sido abordado anteriormente, pero desde un enfoque diferente. Se encontraron trabajos académicos sobre la diferencia física entre mujeres y hombres en el ámbito deportivo, enfocado en el fútbol e investigaciones sobre el desarrollo del fútbol femenino en Colombia, con un enfoque sociológico y psicológico. Por lo anterior es importante realizar esta investigación, ya que no se han hecho trabajos que indaguen en las problemáticas económicas que posee la Liga femenina en Colombia.

De igual forma, este proyecto pretende ayudar a la visibilización de un deporte que ha querido crecer pero que no lo ha conseguido, que impide este crecimiento y como tal su profesionalización. Esto con el fin de generar debate, brindar información y dar unas sugerencias o posibles soluciones para que esta situación pueda mejorar. Además, llenar vacíos existentes tanto en la prensa escrita del periodismo deportivo como en el contexto del fútbol femenino en Colombia, en cuanto a datos, cubrimiento y desarrollo del mismo, para que de esta manera se puedan beneficiar tanto a jugadoras, como directivos y en sí diferentes agentes que conforman este deporte.

Por otro lado, se propone hacer un reportaje desde diferentes visiones, ya que este género permite ejemplificar de una manera más concisa toda la información obtenida. Además, ya que se plantea tratar temas económicos, el reportaje permitirá mostrar cifras y datos que alimenten aún más el tema de investigación que podrían perderse en la utilización de otro género periodístico. Aun así, se propone un reportaje que mezcle esta característica del género con una narrativa, la cual busca captar la atención del lector.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general:

- Examinar las problemáticas que impiden la profesionalización del fútbol femenino en Colombia.

4.2 Objetivos específicos:

- Identificar cuáles son las razones que conllevan a la falta de patrocinadores en el fútbol femenino en Colombia.
- Determinar la manera en que se relaciona las bajas transferencias de jugadoras con el crecimiento y profesionalización del fútbol femenino en Colombia.
- Establecer la relación entre las dificultades económicas y otros factores que impiden la profesionalización del fútbol femenino en Colombia.

5. ESTADO DEL ARTE

Algunas de las investigaciones encontradas, entre académicas y periodísticas, que se han realizado sobre el tema del fútbol femenino, están condensadas en trabajos de pregrado, crónicas, noticias, columnas de opinión tanto en Colombia como en el exterior. En el caso de los libros publicados sobre el tema, no se hallaron investigaciones de esta índole en el país, pero sí en otros países como Ecuador, España y Estados Unidos. Así mismo, a partir del contenido encontrado, se clasificaron los temas relacionados con el fútbol femenino en cuatro categorías: 1) El desarrollo económico del fútbol profesional femenino en Colombia.; 2) El fútbol femenino desde una perspectiva de género; 3) Planificación y estrategia de desarrollo del fútbol femenino y su intención de profesionalización y, 4) El fútbol femenino y los medios de comunicación.

5.1 El desarrollo económico del fútbol profesional femenino en Colombia

Dentro de la temática referente a la economía del fútbol femenino, los trabajos encontrados también se encaminan a la economía del fútbol masculino, ya que, el balompié femenino en el país aún no tiene una estructura económica clara y es importante entender cómo se desarrolla el fútbol profesional en Colombia en general. A nivel académico, los trabajos encontrados se enfocan en el desarrollo del fútbol referente al marketing y a su establecimiento como empresa (Rivera & Morelo, 2012; Samaniego, 2006), además de resaltar los puntos importantes en el desarrollo comercial de un club y su estabilidad económica. Por otro lado, en cuanto a investigaciones del tema a tratar, se encontró un estudio sobre el desarrollo económico del fútbol femenino en Ecuador. Entre los artículos periodísticos se encontraron noticias sobre los problemas económicos en relación a salarios, patrocinadores y transferencias que enfrenta el fútbol femenino en Colombia y en el mundo.

De este modo, la temática de la estructura económica del fútbol masculino en Colombia, se encuentra en el trabajo de grado de Oscar Medina y Natalia Ospino (2018) quienes establecen las relaciones entre los distintos agentes que hacen parte del negocio del fútbol, planteando que la conciencia de que el fútbol debe manejarse como negocio - empresa, en Colombia, es relativamente reciente. En este punto es importante resaltar que según el último informe de la

Superintendencia de Sociedades de Colombia¹¹, la mayoría de los ingresos de los equipos en el país, provienen de: 1) Lo que se registra en ingresos por día de partido, boletería y abonos; 2) La venta de derechos deportivos, transferencias de jugadores; 3) Derechos de televisión, lo que pagan los canales de televisión por transmitir los partidos y 4) Lo que se ingresa por patrocinio (SSC, 2016).

En cuanto al fútbol femenino también se evidencia una relación entre el fútbol y la economía, sin embargo esta no se da de la misma manera. Cuando se habla de la mujer y el deporte, y en especial en el fútbol, la labor del mercado para los hombres es mucho más extensa que para las mujeres (Marikova & Leeds, 2013), e incluso las mejores jugadoras de fútbol tienen dificultades para mantenerse como jugadoras profesionales, caso contrario al de los hombres.

El salario de las jugadoras ha sido un tema tratado desde lo académico y lo periodístico. La diferencia de pagos entre los dos géneros en el fútbol es significativa. Esta misma se debe, por un lado, a que los hombres en este deporte tienen una mayor asistencia a los escenarios deportivos y una mayor audiencia televisiva (Conerly, 2016). Así mismo, en artículos periodísticos (Marketing Directo, 2018; Conerly, 2016; Orúe & Gutiérrez, 2001) se pueden evidenciar estar brechas salariales a partir de los casos del Mundial femenino disputado en 2015 en Canadá, donde las primas para las jugadoras fueron de 12,1 millones de euros, mientras las del masculino alcanzaron los 641 millones de euros. Además, respecto al patrocinio, las marcas comerciales apenas dedican al deporte un 0,4% de sus inversiones en este ámbito, donde se destinan 62.000 millones a la publicidad deportiva (Marketing Directo, 2018). Aunado a esto se resalta que los anunciantes no invierten nada en esta especialidad, y en la televisión consideran que el balompié jugado por las mujeres no es un espectáculo lo suficientemente atractivo (Orúe, Gutiérrez, 2001).

Estos problemas económicos también han sido tema de investigación en Latinoamérica. Las dificultades económicas las afrontan ligas como la ecuatoriana donde la inversión anual en el torneo es de 315.000 dólares que debe ser repartido para 24 equipos distribuidos en las categorías A y B, además de que existen pocos espacios donde las mujeres pueden potenciarse y recibir entrenamiento profesional (Chávez, 2016). En Colombia las jugadoras exigen salario prestaciones y en general pagos dignos. El problema principal de la falta de crecimiento de este

¹¹ (SSC) es un organismo técnico, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, mediante el cual el Presidente de la República ejerce la inspección, vigilancia y control de las sociedades mercantiles, así como las facultades que le señala la ley en relación con otros entes, personas jurídicas y personas naturales.

deporte, radica en la falta de patrocinadores y en general de dinero (Tovar, 2019; Vélez, 2019). Un jugador en promedio en Colombia recibe entre \$4 millones de pesos, como mínimo, para efectos de su salario, mientras que las jugadoras mejor pagadas escasamente llegan a los \$3 millones de pesos, otras al millón y la mayoría apenas recibe el salario mínimo legal, o incluso menos (Chalela, 2018).

En cuanto al seleccionado femenino, según la Federación Colombiana de Fútbol, entre el 2011 y el 2014 se invirtieron más de \$14.000 millones de pesos en las selecciones nacionales, de los cuales el 72% se destinó al respaldo de la mayores masculina y las otras 14 selecciones nacionales¹² tuvieron que repartirse el 28% (alrededor de \$3.920 millones de pesos), además, las mismas jugadoras de la selección femenina mayores denunciaron que en hace un tiempo no se les pagaba, que los vuelos corrían por cuenta propia y que los uniformes que usaban eran viejos e incluso usados (Chalela, 2018; Rodas, 2015; El Espectador, 2019).

Como se dijo en un principio una de las entradas económicas importantes para un equipo y para el fútbol en general son las transferencias. Hasta el 2018 se realizó el primer estudio de transferencias de jugadoras profesionales en todo el mundo. Se completaron un total de 696 transferencias equivalentes a 564.354 dólares a comparación de los jugadores profesionales, donde se realizaron un total de 16.533 transferencias que representan 7.03 billones de dólares (FIFA TMS, 2018).

5.2 El fútbol femenino desde una perspectiva de género

“Desde sus inicios el deporte fue símbolo de esfuerzo, destreza, dedicación y fuerza, donde solamente los hombres podían practicarlo” (González, 2014, p. 6). Desde entonces se han creado diferentes estereotipos que determinan las actividades que “deben” ser propias para hombres y mujeres. A partir de esto, se han realizado varias investigaciones académicas, bajo perspectivas teóricas que ofrece el feminismo de la diferencia sexual, diferencias físicas y biológicas y problemas socio-culturales.

Un punto principal en esta discusión es que el fútbol es un deporte masculinizado y la entrada de las mujeres a este mundo futbolístico genera un impacto. La razón principal que se encuentra en estas investigaciones académicas, es que existe un orden o una cultura patriarcal que crea un habitus social, en los que la dominación masculina se ejerce, legitima y reproduce para exaltar el poder simbólico del denominado “sexo fuerte”. A su vez, esto crea que esta misma

¹² Se cuentan las subdivisiones del fútbol femenino, masculino, Futsal y Futplaya: sub 17, sub 20 y mayores.

cultura limite la participación de las mujeres en la práctica de este deporte (Hinojosa, 2016; González, 2014; Carrión, 2006; Macías, 1999). Por otro lado, esta caracterización de hombre y mujer, entre fuerza y feminidad, genera un choque social y también un tipo de discriminación hacia las mujeres que practican el balompié.

Las percepciones del entorno sociocultural acerca de la práctica del fútbol femenino son discriminatorias, lo que genera dificultades para el entrenamiento del mismo y señalamientos que muchas veces vienen desde el entorno familiar (González, 2014). De hecho, la familia constituye uno de los principales ámbitos donde las jugadoras encuentran resistencia para el ejercicio del fútbol (Carrión, 2006).

Es común pensar que los hombres practican más deporte que las mujeres, sin embargo, este no tiene género intrínsecamente: “las definiciones de masculinidad y feminidad han sido impuestas socialmente sobre las actividades deportivas” (Macías, 1999, p. 307). Para los hombres el deporte, en especial el fútbol, es considerado importante en el desarrollo de la identidad masculina, pero para la mujer existe una incompatibilidad entre feminidad y participación deportiva (Hinojosa, 2016; Macías, 1999). Los jugadores no solamente emplean el fútbol como un escenario de recreación, sino como un escenario de poder distinguido por una identidad de género. Por lo mismo, la diferencia de género es una de las bases de los problemas que enfrentan las jugadoras de fútbol y que generan consigo problemas económicos y deportivos (Carrión, 2006).

5.3 Planificación y estrategia de desarrollo del fútbol femenino y su intención de profesionalización en Colombia.

A raíz de la inauguración del torneo femenino en Colombia en 2016, tanto los periodistas como algunos investigadores académicos, se interesaron por indagar acerca del desarrollo del fútbol femenino en nuestro país y del avance de la Liga Profesional Femenina. Dicha liga se inauguró bajo la dirigencia de Jorge Perdomo¹³, con el objetivo de abrir un espacio para generar un respeto a la mujer y para generar equidad de género en el deporte (Prieto, 2019). Así mismo, estos recursos para el desarrollo de la Liga Profesional se obtuvieron de un programa de la FIFA llamado Forward y de la Dimayor, quienes aportaron alrededor de 3 mil millones de pesos (Prieto, 2019; Rosero, 2015).

¹³ Dirigente del fútbol colombiano que se desempeñó como presidente de la División Mayor del Fútbol desde el 2015 hasta el 2018.

No se puede hablar de fútbol profesional femenino en Colombia ni en el mundo, ya que este carece de una estructura económica sólida y muy pocas jugadoras pueden dedicarse únicamente a este deporte (Matamoros, 2018). En el caso colombiano, La Liga tuvo problemas de continuidad, pero finalmente se decidió seguir con esta. No obstante, tanto la Federación Colombiana de Fútbol y la Dimayor, crearon una comisión para planear el sistema del torneo y un compromiso por la busca de nuevos patrocinadores para que haya recursos económicos suficientes (DeportesRCN, 2019).

De igual forma, la FIFA lanzó en 2017 la primera Estrategia Global para el Fútbol Femenino, donde se propuso tres metas: el aumento de la participación, el incremento del valor comercial del fútbol femenino y el fortalecer los cimientos para que todas las asociaciones miembros de la FIFA cuenten con al menos una mujer en el comité ejecutivo para 2026 (Vargas, 2017). El ente regulador del fútbol plantea que la única vía para poder monetizar este importante nicho es profesionalizándolo. El fútbol femenino solo será 100% profesional cuando los clubes, las ligas y las instituciones que forman parte de la FIFA se muestren decididos a hacerlo profesional (Matamoros, 2018). Por el momento no se puede entender del todo al fútbol femenino como profesional.

5.4 El fútbol femenino y los medios de comunicación.

El fútbol femenino también ha sido tratado desde su relación con los medios de comunicación y su poca visibilización en el ámbito periodístico. Por un lado, los medios suelen caer en el estereotipo de belleza. A la mujer se le percibe como un objeto de deseo, de manera que aquellas deportistas que son consideradas bellas suelen tener más recurrencia en los medios, no por sus logros sino por su apariencia (Chávez, 2016). Además de esta representación de los medios, estos mismo dedican muy poco espacio al deporte femenino. En el caso del fútbol el masculino ocupa gran parte de la agenda diaria deportiva, mientras que el fútbol en contadas ocasiones es nombrado (Chávez, 2016; Sarmiento & Díaz, 2016).

En Colombia, un ejemplo de esto se evidenció en el mundial femenino de fútbol Canadá 2015, en comparación con el cubrimiento del mundial masculino Brasil 2014. El mundial femenino fue sub-representado en los medios, al recibir menos atención que el masculino, debido a que hubo menor cantidad de reportajes y también una baja variedad de tipo de noticias que se emitieron (Sarmiento & Díaz, 2016).

Medios como El espectador y El Tiempo crearon portales exclusivos para el cubrimiento del mundial de Brasil 2014. Respecto al cubrimiento del mundial femenino en 2015, donde clasificó la selección colombiana y llegó a fase de octavos, el cubrimiento en cantidad de artículos es considerablemente menor en comparación al de Brasil 2014 (Sarmiento & Díaz, 2016; Rodas, 2015). Los artículos publicados por los diarios se limitan a noticias relacionadas con los resultados de los partidos de la selección colombiana femenina y a algunos resultados de los equipos más fuertes de la competencia. Igualmente, al comparar el cubrimiento realizado por estos medios medido en cantidad de artículos, se observa que el número de artículos publicados entre mayo, junio y julio de 2015 en estos periódicos fue 59, lo cual no representa siquiera un 10% del cubrimiento realizado para el mundial de 2014 (Sarmiento & Díaz, 2016).

En general, la visibilización del fútbol en medios nacional y mundiales es poca. No se encuentran artículos periodísticos que indague a profundidad sobre el balompié femenino. La mayoría de medios se limitan a dar noticias sobre acontecimientos resaltables en campeonatos femeninos, pero su espacio tanto en la prensa escrita como televisiva es bastante limitado.

6. MARCO CONCEPTUAL

Para poder entender de una manera más amplia las problemáticas económicas que enfrenta el fútbol femenino en Colombia y comprender que incluye diferentes dimensiones, con el siguiente marco conceptual se buscará explicar los conceptos claves que permiten explicar de qué manera se entenderán los mismos en el desarrollo de la investigación y así mismo como estos aportan y nutren, también, el desarrollo del trabajo periodístico.

De esta manera, en esta sección primero se abordará el concepto de profesionalización relacionada con el campo futbolístico, para poder entender a que hace referencia el hablar de fútbol profesional femenino. Además, se abordará el tema de las problemáticas económicas y también que se entenderá por fútbol femenino, con el fin de establecer tres ejes fundamentales en el desarrollo de la problemática e investigación planteada.

6.1 Profesionalización del fútbol

Las profesiones, poseen una autonomía externa, quiere decir que es la propia profesión la que establece los límites de su acción como actividad social y límites reconocidos por el Estado (Lecaros, 1991). Así mismo, también en razón de esta autonomía, “la profesión establece los contenidos propios de su acción, directamente relacionados con los límites y los modos de su acción” (Lecaros, 1991, p.5). Dicho de otra manera, se puede hablar de una profesión cuando el Estado acepta esta definición y a su vez la aceptado de manera tácita la sociedad al hacer uso del servicio que los profesionales ofrecen.

En el caso del fútbol, se entiende como profesión ya que tiene unos soportes legales que la establecen como tal y a su vez una autonomía bajo el mandato de la FIFA¹⁴ la cual regula, controla y propone todas las reglas que giran alrededor de este deporte. Así mismo, cuando se habla de jugadores profesionales de fútbol, se hace referencia a quienes “en virtud de una relación establecida con carácter regular, se dediquen voluntariamente a la práctica del deporte por cuenta y dentro del ámbito de organización y dirección de un club deportivo a cambio de una retribución” (Castro, 2015). Esto quiere decir que es jugador profesional quien practique el fútbol bajo una liga avalada por la federación de cada país, lo desarrolle de forma voluntaria, lo lleve a cabo de manera regular, bajo la organización de su club y además reciba un salario.

¹⁴ La Fédération Internationale de Football Association, es la institución que gobierna las federaciones de fútbol en todo el planeta.

Una de las principales diferencias entre el deporte profesional y el deporte de aficionados, es el dinero que se percibe cada uno. El deporte profesional se refiere a quien vive de este; amateur, al que lo practica por gusto (El Universal, 2015). Así se dio en los primeros años de profesionalización del balompié colombiano, en donde los futbolistas brindaban espectáculos y se les remuneraba a partir del dinero recaudado en las taquillas de los estadios, sin embargo, no tenían un contrato que diera claridad sobre su situación laboral, una situación que duró por casi 70 años (Jaramillo, 2011). Se habla de fútbol profesional en Colombia cuando se fundó en 1948 la DIMAYOR¹⁵ y se formó el llamado “profesionalismo marrón” donde se dio una gran difusión del fútbol en las principales ciudades de Colombia y la realización de encuentros futbolísticos con equipos del extranjero:

“lo que llevó a un aumento del nivel de competición que derivó en la importación de jugadores foráneos, que aunque recibían pago por parte de algunas empresas promotoras del fútbol no podían considerarse plenamente como profesionales, ya que de hecho el deportista, además de la actividad deportiva, contaba con una actividad económica específica que le garantiza sus medios de subsistencia básicos” (Ruiz, 2017, p.41).

A pesar de la fundación de la DIMAYOR y la apertura de un campeonato profesional masculino en 1948, solo hasta el 2011 los futbolistas contaron con normas legales que garantizaron la protección y la seguridad social de su práctica deportiva profesional, mientras estuvieran bajo estados contractuales con algunos de los 36 clubes que existen en el Fútbol Profesional Colombiano y así mismo establece que un jugador profesional es aquel que tiene un contrato de trabajo con un club y percibe un monto igual o superior a un salario mínimo legal vigente (Federación Colombiana de Fútbol, 2011)

En resumen, se puede hablar de fútbol profesional no solo bajo unos estamentos legales y contractuales, sino cuando se la una dimensión deportiva y económica al deporte organizado como espectáculo. De igual forma, el fútbol profesional se asume como empresa y negocio, donde se desarrollan diferentes actividades económicas como la venta de artículos y trajes deportivos, la venta de boletería, los derechos televisivos y las transferencias de jugadores (Jaramillo, 2011).

¹⁵ División Mayor del Fútbol Colombiano.

6.2 Problemáticas económicas

Como se evidenció en los apartados anteriores, el fútbol femenino atraviesa problemas económicos que se ven reflejados en diferentes aspectos del desarrollo de este deporte. A partir de esto, se entenderán estas problemáticas desde tres ejes principales:

- a) **Patrocinadores:** Los deportes, especialmente los deportes de masas como el fútbol, son espacios para introducir marcas, productos y empresas ante los consumidores (Camino, Ayala & Roca, 2012). Los deportistas famosos se convierten en embajadores de las compañías y de aquellas cosas que quieren hacer llegar a los consumidores, “los estadios y campos deportivos se llenan de cartelerías relacionadas y todo lo que toca el deporte famoso de turno se convierte en un escenario propicio para lo que la marca quiere buscar o hacer” (PuroMarketing, 2017). Lo anterior se resume en el objetivo de los patrocinadores y el marketing del fútbol, que a su vez es esencial en el crecimiento de los equipos.

En Colombia, los patrocinadores confían menos en el fútbol profesional del país (La República, 2019), los ingresos por publicidad y patrocinio cayeron 15,4% en 2017, según datos de la Superintendencia de Sociedades. Por ejemplo, el equipo de fútbol Independiente Medellín, entre 2017 y 2018 pasó de recibir \$7.888 millones a \$8.000 millones en cuanto a ingresos por patrocinio y publicidad, lo cual representó un aumento muy plano (La República, 2019). El patrocinio en los equipos colombianos representa, aproximadamente, el 5,64% de sus ingresos.

En el fútbol femenino no se cuenta actualmente con un patrocinador, por esto no percibe ingresos en este punto. De igual forma, el presidente de la Dimayor Jorge Enrique Vélez, creó una comisión para la búsqueda de un patrocinador principal para la liga, ya que la prioridad para que esta sea sólida y duradera es económica.

- b) **Salarios:** Como se planteó anteriormente, quienes juegan este deporte de manera profesional reciben un pago por su trabajo en el equipo al que pertenecen. Los salarios entonces se rigen bajo un contrato que se establece previo a la contratación del jugador o jugadora. En el fútbol latinoamericano se enfrentan permanentemente problemas financieros, debido al aumento en los salarios de sus jugadores frente a los ingresos (Charria, 2014). La remuneración varía con base en objetivos alcanzados; en el fútbol

local se establecen contratos con una suma garantizada, generalmente inferior a la mitad de la remuneración total y el resto a conseguir mediante logros deportivos.

- c) **Transferencias:** Este punto se refiere a la venta y préstamo de los derechos deportivos de los jugadores entre clubes, también conocido como mercado de fichajes. En los meses de diciembre-enero y de julio-agosto de cada año, es el momento que tienen las federaciones del fútbol más importantes a nivel mundial, de inscribir nuevos jugadores en su plantilla y vender aquellos con los que no va a contar. En Colombia estas transferencias equivalen al 32.74% de los ingresos que percibe un equipo (La República, 2019) siendo uno de los ítems más importantes en su parte económica.

6.3 Fútbol femenino

Un deporte tan popular como el fútbol y con algunos tintes discriminatorios, ha sido influenciado por transformaciones sociales en los últimos 30 años. Este deporte se ha caracterizado por ser masculino, sin embargo, las mujeres han ido haciéndose poco a poco un espacio en este mundo deportivo. El fútbol femenino es el practicado entre mujeres, siendo el deporte de equipo más practicado por este género en todo el mundo (Alcaide, 2009).

Este fútbol practicado por mujeres no es una “moda” actual, su práctica se remonta al siglo XIX y en 1894, la activista por los derechos de la mujer Nettie Honeyball impulsó la creación de un club, el British Ladies Football Club, como símbolo de la lucha contra la exclusión femenina de un deporte visto hasta entonces como solo de hombres (Sefutbol, n.d). En Inglaterra en 1921 la Asociación Inglesa de Fútbol hizo desaparecer los equipos femeninos existentes en ese momento, lo que supuso un freno notable al desarrollo del fútbol entre las mujeres (Alcaide, 2009). No fue hasta mitad del siglo cuando el fútbol femenino volvió a reaparecer tímidamente.

Así mismo, el fútbol femenino ha venido creciendo con el paso del tiempo, la media anual de partidos disputados ha pasado de los 14 partidos por año en la década de 1970-1980 a los 158 entre 1991 y 2000 para elevarse a los 273 partidos en el 2009 (Alcaide, 2009), y el número sigue aumentando. Actualmente son 74 las asociaciones miembros de la FIFA y 220 clubes inscritos a la misma con 6 confederaciones, donde practican este deporte alrededor de 40 millones de mujeres (FIFA TMS, 2018). No obstante, si bien es cierto que el fútbol femenino

está viviendo un momento dulce, no es menos acertado afirmar que requiere una profunda transformación.

El fútbol femenino mundial, carece de una estructura económica, cultural y administrativa sólida, lo que ha impedido su crecimiento y ha retrasado su posicionamiento en el mundo del balompié (FIFA, 2017). Por esta razón la FIFA planteó una estrategia para el fútbol femenino desde 2017 con proyección al 2026:

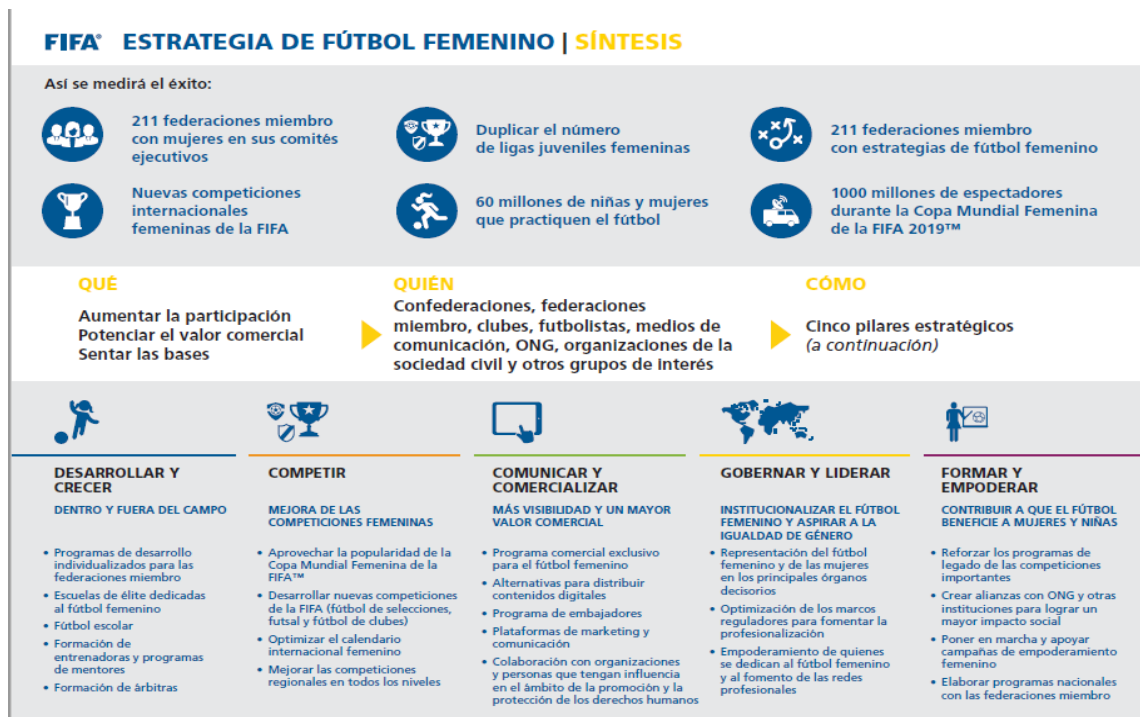


Figure 1 tomada de: <https://resources.fifa.com/image/upload/estrategia-de-futbol-femenino-sintesis.pdf?cloudid=rp1d1veumpecdgl6gbq9>

Con esta estrategia se busca principalmente darle un crecimiento al fútbol femenino y en relación a esto una profesionalización para mejorar tanto su calidad deportiva como laboral.

7. METODOLOGÍA

El presente trabajo de grado es un formato de investigación periodística, ya que se pretende abordar por medio de una compilación de crónicas las problemáticas económicas que impiden la profesionalización del fútbol femenino en Colombia. Además, la investigación será de tipo descriptiva ya que, se pretende observar, reportear, investigar y retratar las historias de aquellos y aquellas que pertenecen al desarrollo y manejo del fútbol femenino en el país. Se elige este método ya que a través del mismo se puede obtener una visión general de los sujetos en cuestión o como tal del tema.

Así mismo, el enfoque de las crónicas se basará en el análisis de los datos y la información obtenida, acerca de las futbolistas y personas involucradas en el balompié femenino, de forma conjunta e interconectada sin dejar de lado el tono narrativo, con el fin de presentar las problemáticas económicas del fútbol femenino en Colombia y como estas impiden que se profesionalice el mismo. De igual forma, este problema involucra a múltiples actores de diferentes ámbitos del mundo del fútbol como, por ejemplo, historiadores, periodistas deportivos, dirigentes de algunos clubes del fútbol profesional, instituciones reguladoras del balompié colombiano como la Dimayor y la Federación Colombiana de Fútbol y entes estatales como Coldeportes.

En cuanto a las técnicas de investigación que utilizará el presente proyecto periodístico será de corte cualitativo, enfocado en las entrevistas a profundidad y semiestructuradas, ya que, estas permiten retratar y narrar la problemática desde múltiples perspectivas, tanto de jugadoras, como de directivos y entidades. Se da la elección de este tipo de entrevista a profundidad porque, además, permite la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones y consta de varios encuentros con la fuente. Esta será utilizada para ahondar en la vida futbolística de las jugadoras y como perciben las problemáticas económicas que enfrenta el fútbol femenino en Colombia.

En el caso de la entrevista semiestructurada, se harán preguntas abiertas, con un guion temático inicial de lo que se hablará con el entrevistado. Esto con el fin de ahondar en los puntos importantes del tema sin estar ligado a un esquema cerrado de preguntas que puedan dejar de lado el profundizar en las respuestas de la fuente. Así mismo este método permite que se forme un tipo de conversación que será útil tanto para el trato con las fuentes planteadas como para el desarrollo del formato periodístico.

Aunado a esto, como el formato de reportaje incluye narración, se utilizará la observación no participante con el fin de conocer más el contexto en el que se desenvuelve cada fuente y distinguir esas historias referentes al balompié femenino que puedan nutrir la problemática en cuestión. Este método de investigación será aplicado con las futbolistas y técnicos, debido a que el acompañamiento en sus entrenamientos aportará detalles específicos que puedan después ser relacionados con la información dada y a su vez nutran la narración de la crónica.

Con base a los objetivos específicos que plantea este proyecto de trabajo de grado se contará con tres grupos de poblaciones de estudio: futbolistas profesionales colombianas que hayan pertenecido o pertenezcan a la Selección Colombia mayores y que actualmente estén vinculadas a algún equipo colombiano, dirigentes y representantes de los clubes del fútbol local junto con las instituciones reguladoras del Fútbol Profesional Colombiano y finalmente, expertos en el tema del fútbol femenino, como periodistas deportivos, historiadores entre otros.

En la primera población de estudio, se seleccionarán tres jugadoras de fútbol que actualmente pertenezcan a un equipo de la Liga Profesional Femenina y que además estén en proceso de Selección Colombia. Además, otra futbolista ya retirada del fútbol y que también haya pasado por los diferentes ciclos que componen el fútbol femenino en el país.

En la segunda categoría referente a los dirigentes y representantes de los equipos del país, se contactará a un miembro de cada equipo femenino, en este caso de Independiente Santa Fe, equipo campeón en 2017 en el torneo femenino y Atlético Huila, campeonas vigentes de La Liga 2018 y Copa Libertadores, bien sea técnico o parte administrativa del club. De igual modo, un representante de entidades como la División Mayor del Fútbol Colombiano, la Federación Colombiana de Fútbol y Coldeportes. Finalmente, la tercera población de estudio, vincula a dos expertos en el tema del fútbol femenino y sus problemáticas actuales, como historiadores del deporte, sociólogos o periodistas deportivos.

Con lo anterior, se busca relatar historias que permitan examinar las problemáticas económicas como falta de patrocinios, transferencias y brechas salariales que enfrenta el fútbol femenino, a partir de diferentes actores que permiten el desarrollo y profesionalización del fútbol femenino en Colombia.

En el siguiente cuadro se puede observar la tabla realizada para relacionar los objetivos específicos del problema de investigación con los tipos de población a estudiar, las técnicas de recolección, el tipo de muestreo a ejecutar y la cantidad de la muestra a recolectar:

| Objetivos específicos | Población | Técnica | Muestreo | Muestra |
|---|--|---|--|--|
| Identificar cuáles son las razones que conllevan a la falta de patrocinadores en el fútbol femenino en Colombia. | Dirigentes representantes de los clubes de la Primera División y las instituciones reguladoras del Fútbol Profesional Colombiano | Entrevista de profundidad semiestructurada. | Muestreo no probabilístico por juicio. | Cinco representantes de instituciones reguladoras del fútbol profesional colombiano y dirigentes: -Dirigente equipo femenino Independiente Santa Fe. -Dirigente equipo femenino Atlético Huila -Un representante de la División Mayor del Fútbol Profesional Colombiano -Un ejecutivo de la Federación Colombiana de Fútbol -Un representante de Coldeportes |
| Determinar la manera en que se relaciona las bajas transferencias de jugadoras con el crecimiento y profesionalización del fútbol femenino en Colombia. | Futbolistas de la liga femenina y la selección mayores femenina. | Observación no participante y entrevista de profundidad semiestructurada. | Muestreo no probabilístico por juicio. | Cuatro jugadoras de fútbol: -Tres jugadoras de fútbol que actualmente estén vinculadas a un equipo de la Liga Profesional Femenina y en proceso de Selección Colombia. -Una futbolista ya retirada del fútbol y que haya pasado por los diferentes ciclos del fútbol femenino. |
| Establecer la relación entre las dificultades económicas y otros factores que impiden la profesionalización del fútbol femenino en Colombia. | Especialistas en el mundo del balompié y futbolistas de la liga femenina y la selección mayores femenina. | Entrevista de profundidad semiestructurada. | Muestreo no probabilístico por juicio. | Tres fuentes expertas del fútbol colombiano: - Un historiador del fútbol colombiano. - Un sociólogo experto en estudios sociales del deporte. - Un periodista deportivo Cuatro jugadoras de fútbol: -Tres jugadoras de fútbol que actualmente estén vinculadas a un equipo de la Liga Profesional Femenina y en proceso de Selección Colombia. -Una futbolista ya retirada del fútbol y que haya pasado por los diferentes ciclos del fútbol femenino. |

8. CRONOGRAMA

| ACTIVIDAD | feb-19 | mar-19 | abr-19 | may-19 | jun-19 | jul-19 | ago-19 | sep-19 | oct-19 | nov-19 | dic-19 | ene-20 | feb-20 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Primera etapa: elaboración de proyecto de investigación | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Problema de investigación | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Justificación | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Objetivos | | | | | | | | | | | | | |
| 4. Estado del arte | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Marco conceptual | | | | | | | | | | | | | |
| 6. Metodología | | | | | | | | | | | | | |
| Segunda etapa: pre-producción reportaje | | | | | | | | | | | | | |
| 7. Planeación cuestionario de entrevistas | | | | | | | | | | | | | |
| 8. Selección de fuentes y entrevistas: futbolistas | | | | | | | | | | | | | |
| 9. Selección de fuentes y entrevistas: directivos | | | | | | | | | | | | | |
| 10. Selección de fuentes y entrevistas: expertos | | | | | | | | | | | | | |
| Tercera etapa: producción reportaje | | | | | | | | | | | | | |
| 11. Organización y transcripción de las entrevistas | | | | | | | | | | | | | |
| 12. Análisis de la información y selección de la misma | | | | | | | | | | | | | |
| 13. Redacción de reportaje | | | | | | | | | | | | | |
| 14. Correcciones reportaje | | | | | | | | | | | | | |
| 15. Entrega trabajo de grado | | | | | | | | | | | | | |

9. BIBLIOGRAFIA

- Alcaide, F. (2009). *Fútbol, fenómeno de fenómenos*. Madrid: LID.
- Arboleda, F. (2019). *RCN Radio*. [podcast] Dimayor asegura que no hay patrocinador para el fútbol femenino. Available at: <https://www.rcnradio.com/deportes/dimayor-asegura-que-no-hay-patrocinador-para-el-futbol-femenino> [Accessed 10 Jan. 2020].
- Bueno Álvarez, J., & Mateo, M. (2010). *Historia del fútbol*. Madrid: Edaf.
- Castro, A. (2015). ¿Cuándo podemos decir que un futbolista es profesional? [Blog] *Torres Abogados*. Available at: <http://www.torresabogados.com/2015/09/09/cuando-podemos-decir-que-un-futbolista-es-profesional/> [Accessed 1 Apr. 2019].
- Casas Mogollón, P. (2020). Leicy Santos: "Estamos saliendo de Colombia porque allá no hay trabajo." *El Espectador*, [online] p.1. Available at: <https://www.elespectador.com/deportes/futbol-colombiano/leicy-santos-estamos-saliendo-de-colombia-porque-alla-no-hay-trabajo-articulo-901247> [Accessed 7 Jan. 2020].
- Castro Gálvez, A. (2015). ¿Cuándo podemos decir que un futbolista es profesional?. [Blog] *TORRESABOGADOS*. Available at: <http://www.torresabogados.com/2015/09/09/cuando-podemos-decir-que-un-futbolista-es-profesional/> [Accessed 10 Nov. 2019].
- Chalela, D. (2018). La falta de apoyo en el futbol femenino es una realidad en Colombia. Plaza Capital. Retrieved from <https://plazacapital.co/la-cancha/3130-la-falta-de-apoyo-en-el-futbol-femenino-en-colombia-es-una-realidad>
- Charriá, A. (2014). *La remuneración de los futbolistas*. [online] Asuntos legales. Available at: <https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/andres-charria-511606/la-remuneracion-de-los-futbolistas-2192506> [Accessed 6 Apr. 2019].
- Chávez, D. (2016). *Fútbol femenino: Antecedentes, actualidad y cobertura mediática*. Licenciatura. Universidad San Francisco de Quito. (Este puede servir para la parte de género y para la parte económica) <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5213/1/124578.pdf>
- Collazos, A. and González, J. (2014). *Influencia de los factores socio-culturales en la práctica de fútbol femenino universitario en la ciudad de Cali*. Licenciatura. Universidad del Valle. (<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/7671/1/3484-0473463.pdf>)
- Colombia segunda mejor selección femenina de la Conmebol. (2018). Retrieved from <https://deportes.canalrcn.com/futbol/seleccion-colombia/colombia-segunda-mejor-seleccion-femenina-de-la-conmebol-84616>
- COLDEPORTES (2017). *Programa de apoyo al atleta excelencia Coldeportes*. Bogotá.
- Conerly, B. (2016). U.S Women's soccer salaries: The economic justification for paying the men more. *Forbes*, p. 1. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/billconerly/2016/04/12/womens-soccer-salaries-the-economic-justification/#2a9478ca1ad8>
- Diosabá, V. (2018). El fútbol es el negocio del siglo. *Semana*, p. 1. Retrieved from <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/ahora-si-rusia/articulo/el-futbol-es-el-negocio-del-siglo/551550>
- EFE (2019). La RFEF aprueba el nuevo modelo del fútbol femenino. [online] Available at: <https://www.efe.com/efe/espana/practicodeporte/la-rfef-aprueba-el-nuevo-modelo-del-futbol-femenino/50000944-3963957> [Accessed 5 Feb. 2020].

- El Espectador (2018). La liga femenina de fútbol seguirá jugándose en Colombia. [online] Available at: <https://www.elespectador.com/deportes/futbol-colombiano/la-liga-femenina-de-futbol-seguira-jugandose-en-colombia-articulo-826819> [Accessed 12 Feb. 2019].
- EL Espectador. (2008). 100 años de fútbol en Colombia, pp. 1-2.
- El País (2018). ¿Cuál es el panorama de la Liga femenina para el 2019?.
- El Tiempo (2018). Abecé de algunas de las cifras del fútbol femenino en el mundo. [online] Available at:
[Accessed 31 Jan. 2019].
- El Universal (2015). Profesionalismo y amateurismo deportivo. [online] p.1. Available at: <https://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/javier-vargas/deportes/mas-deportes/2015/08/15/profesionalismo-y> [Accessed 1 Apr. 2019].
- ESPN. (2018). La historia de las Copas del Mundo del fútbol femenino. Retrieved from http://espndeportes.espn.com/futbol/nota/_id/4955856/la-historia-de-las-copas-del-mundo-del-futbol-femenino
- Federación Colombiana de Fútbol (2011). Resolución No. 2798. Bogotá, Colombia, 28 de noviembre del 2011. Recuperado de: <http://dimayor.com.co/wp-content/uploads/2013/07/EstatutodelJugador1.pdf>
- Federation Internationale de Football Association (2017). *Estrategia de fútbol femenino*. Zúrich, pp.4-7
- Fernando, C. (2006). *El jugador número 12: fútbol y sociedad*. 1st ed. Quito: FLACSO.
- Fernández Cortes, M. (2017). *Contratación laboral de los jugadores de fútbol en Colombia*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia.
- FIFA (2018). GLOBAL TRANSFER MARKET REPORT 2018 A REVIEW OF ALL INTERNATIONAL FOOTBALL TRANSFERS IN 2018. Suiza
- FIFA (2018). GLOBAL TRANSFER MARKET REPORT 2018 A REVIEW OF ALL INTERNATIONAL FOOTBALL TRANSFERS IN 2018. Suiza
- Futbolred (2020). Sí, pero no: Dimayor confirmó que habrá Liga Femenina, pero sin fecha. [online] Available at: <https://www.futbolred.com/futbol-colombiano/futbol-femenino/liga-femenina-en-colombia-2020-si-habra-torneo-fechas-y-detalles-del-torneo-113085> [Accessed 23 Feb. 2020].
- *Futbolistas colombianas rompen el silencio: denuncian abusos en su contra*. (2019). [Video]. El Espectador.
- Galindo, L. (2018). *La Liga Femenina de Fútbol de Colombia podría estar en peligro*. Vice. Retrieved from https://www.vice.com/es_latam/article/vbaejb/liga-femenina-futbol-colombia-peligro-machismo-sueldos-equipos
- Gol Caracol. (2019). "Todos vamos a trabajar por el fútbol femenino en Colombia" Jorge Enrique Vélez. Retrieved from <https://gol.caracoltv.com/liga-aguila/se-busca-con-urgencia-patrocinador-para-el-futbol-femenino-en-colombia-ie22789>
- Hinojosa, D. (2016). *El fútbol femenino profesional, una perspectiva de género desde Argentina, Costa Rica y México*. Licenciatura. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Jaramillo, R. (2011). El fútbol de El Dorado "El punto de inflexión que marcó la rápida evolución del "amateurismo" al "profesionalismo"". *Revista de Asociación Latinoamericana de Estudios Socioculturales del deporte*, 1, 111-128.
- La Historia de Nuestro Fútbol. (2019). Retrieved from <http://fcf.com.co/index.php/tour-de-la-historia/1025-la-historia-de-nuestro-futbol>

- La República (2019). Los patrocinadores confían menos en el fútbol profesional colombiano. [online] Available at: <https://www.larepublica.co/empresas/los-patrocinadores-confian-menos-en-el-futbol-profesional-colombiano-2823383> [Accessed 6 Apr. 2019].
- Larrauri Olgún, G. (2009). El fútbol reflexionado y (con)jugado desde el psicoanálisis. *Razón Y Palabra*, 69, 1-18. Retrieved from <http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20FUTBOL%20REFLEXIONADO%20Y%20CONJUGADO%20DES>
- LECAROS, M. J. (2012). ¿Quién controla a ética periodística?. *Cuadernos.Info*, (7), 67-83. <https://doi.org/10.7764/cdi.7.332>
- Los orígenes del fútbol femenino. (2015). Retrieved from <https://es.fifa.com/news/los-origenes-del-futbol-femenino-2569648>
- Macías, V. (1999). *Estereotipos y deporte femenino. La influencia del estereotipo en la práctica deportiva de niñas y adolescentes.*. Doctorado. Universidad de Granada. (<https://hera.ugr.es/tesisugr/15755368.pdf>)
- María Paula, V. (2018). *La historia está cambiando: Primera Estrategia Global para el Fútbol Femenino.* [online] Gol y Fútbol. Available at: <https://golyfutbol.com/post/2018/10/17/la-historia-est%C3%A1-cambiando-primera-estrategia-global-para-el-f%C3%BAtbol-femenino/> [Accessed 24 Mar. 2019].
- Marikova, E., & Leeds, M. (2013). *Handbook on the economics of women in sports* (pp. 355-400). Londres: Edward Elgar Publishing.
- Marketing News. (2019). *El fútbol femenino podría ganar mucho más en patrocinios.* [online] Available at: <https://www.marketingnews.es/investigacion/noticia/1133671031605/futbol-femenino-podria-ganar-mucho-mas-patrocinios.1.html> [Accessed 2 Feb. 2020].
- Matatoros, S. (2018). Comercializar el fútbol femenino, objetivo de la FIFA. *Expansión.* [online] Available at: <http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2018/02/15/5a85a502ca4741232d8b4646.html> [Accessed 31 Jan. 2019].
- Matatoros, S. (2018). Comercializar el fútbol femenino, objetivo de la FIFA. *Expansión.* [online] Available at: <http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2018/02/15/5a85a502ca4741232d8b4646.html> [Accessed 31 Jan. 2019].
- Medina, O. and Ospino, N. (2018). *El ecosistema del fútbol en Colombia y su asociación con el direccionamiento estratégico de los clubes en la primera división colombiana.* Profesional. Universidad del Rosario.
- Mujer y deporte: la ecuación imperfecta del patrocinio | Marketing Directo. (2018). Retrieved from <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/mujer-y-deporte-la-ecuacion-imperfecta-del-patrocinio>
- Orúe, E., & Gutiérrez, S. (2001). *Locas por el fútbol* (pp. 153-222). Madrid: Temas de Hoy.
- Prieto, N. (2019). La planificación y estrategia de la Liga Profesional femenina colombiana en la era Jorge Perdomo. *Fémima Fútbol*, (Edición 4), 1-3.
- Prieto, N. (2019). La planificación y estrategia de la Liga Profesional femenina colombiana en la era Jorge Perdomo. *Fémima Fútbol*, (Edición 4), 1-3.
- PuroMarketing. (2017). *Por qué las marcas pagan millones por patrocinar las camisetas de los equipos de fútbol.* [online] Available at: <https://www.puromarketing.com/39/29018/marcas-pagan-millones-patrocinar-camisetas-equipo-futbol.html> [Accessed 7 Apr. 2019].
- Rivera Camino, J., Molero Ayala, V., & Roca, F. (2012). *Marketing y fútbol* (pp. 23-30). Madrid: Esic Editorial.

- Rodas, C. (2019). Y... ¿Quién le para bolas a la Selección Colombia Femenina?. Retrieved from https://www.vice.com/es_co/article/yv77bk/futbol-femenino-colombiano
- Rosero, L. (2015). *Trayectoria del fútbol femenino en Colombia* (Licenciatura). Universidad del Valle.
- Rosero, L. (2015). *Trayectoria del fútbol femenino en Colombia* (Licenciatura). Universidad del Valle.
- Romero, P. (2020). "No es la liga que queremos, pero es un paso": Vanessa Córdoba. *El Tiempo*. [online] Available at: <https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/habla-vanessa-cordoba-de-la-realizacion-de-la-liga-femenina-2020-464904> [Accessed 23 Feb. 2020].
- Ruiz, J. (2017). *Balance sobre la historiografía del deporte en Colombia. Un panorama de su desarrollo*. Ciudad de México: FLACSO, pp.39-43.
- Samaniego, P. (S.D). *Mete gol...gana. Fútbol y economía*. Quito: FLACSO.
- Sefutbol. (n.d.). *El fútbol femenino ha experimentado una enorme progresión en la última década. Se han multiplicado los equipos, la afición y el nivel táctico y la calidad de las jugadoras..* [online] Available at: <https://www.sefutbol.com/historia-del-futbol-femenino-deporte-elite-y-progresion> [Accessed 1 Apr. 2019].
- 'Súper poderosas' pero invisibles: el cubrimiento de los mundiales de fútbol masculino y femenino en la prensa colombiana · Sarmiento, V., Díaz, M. (2016). Retrieved from <https://golyfutbol.com/2016/07/03/super-poderosas-pero-invisibles-el-cubrimiento-de-los-mundiales-de-futbol-masculino-y-femenino-en-la-prensa-colombiana/>
- Tovar, J. (2019). El enredo del fútbol femenino en Colombia · Gol y Fútbol. Retrieved from https://golyfutbol.com/post/2019/03/06/el-enredo-del-f%C3%BAtbol-femenino-en-colombia/?utm_campaign=shareaholic&utm_medium=facebook&utm_source=socialnetwork

10. PRODUCTO PERIODÍSTICO

FÚTBOL FEMENINO EN COLOMBIA: MÁS QUE UN PARTIDO DE 90 MINUTOS

Por: María Camila Carrillo Briceño



Foto tomada de: Fémima fútbol

Minuto 13 en el Estadio Departamental Libertad de la ciudad de Pasto. El Deportivo Pasto enfrentaba al equipo vallecaucano Cortulúa. Tras un tiro de esquina, la jugadora Marsy Cogollos cabecea y manda el esférico al fondo del arco. ¡GOOOOL! Un grito enardecedor se escucha desde las tribunas. Ese balón dentro de la red pasaría a la historia. Cogollos, jugadora del cuadro vallecaucano, se convirtió en la jugadora que marcó el primer gol de la Liga Colombiana Femenina el 17 de febrero de 2017. Aquí se comenzaría a escribir la historia del Fútbol Profesional Femenino.

En 2017 se disputó la primera edición de la liga, con la participación de 18 equipos en el primer semestre del año, de febrero a junio. Este torneo dejó como campeón a Independiente Santa Fe, equipo de la ciudad de Bogotá, después de derrotar al Atlético Huila en el estadio de la capital el Nemesio Camacho El Campín. El equipo campeón obtuvo un cupo para participar en la Copa Libertadores Femenina del mismo año y en

la Copa Hispanoamericana, donde enfrentó al equipo español Atlético de Madrid. Como un incentivo más, cada una de las jugadoras campeonas, obtuvo una beca para estudiar en la Universidad Sergio Arboleda, de Bogotá.

En el año 2018 también se jugó este torneo. Aunque se pensó que sería como la Liga Masculina que se juega dos veces en el año, esta solo tuvo una edición y a diferencia de su predecesora, participaron 23 equipos. En 2018 las jugadoras opitas consiguieron el título que les había sido esquivo el año anterior. El Atlético Huila se coronó campeón, después de vencer por penales a Atlético Nacional. Con este título las opitas consiguieron el cupo para jugar la Copa Libertadores Femenina, en donde se coronaron campeonas y se convirtieron en el primer equipo colombiano femenino en ganar este importante torneo a nivel de clubes.

Para 2019, las jugadoras estaban a la expectativa de cuándo empezaría el torneo, pero desde

principio de año la continuidad del mismo era incierta. Jorge Enrique Vélez, presidente de la División Mayor del Fútbol Colombiano (Dimayor), dijo para el diario El País que “el panorama para realizar la Liga Profesional Femenina era bastante complicado, principalmente por la falta de recursos económicos”. En marzo de ese mismo año, Vélez puso sobre la mesa incluso no jugar la liga y realizar un torneo sub-23.

Después de varios días de discusión sobre el certamen y gracias a la presión de las jugadoras, se aceptó continuar con la liga. “El ruido que hicimos las jugadoras ayudó a que esta liga continuara”, expresa Manuela Acosta jugadora de Independiente Santa Fe. El presidente de la Dimayor estableció una comisión, para trabajar en la conformación de la liga profesional y definir los términos económicos y deportivos de este torneo, así lo manifestó Vélez en entrevista para Antena 2. La comisión estuvo integrada por Atlético Huila, Santa Fe, Cortulúa y América de Cali.

El 13 de agosto se jugó el primer partido de esta edición. Contó con la participación de 20 equipos divididos en cinco grupos. Tras haber pasado tan solo un mes, el 30 de septiembre se disputó la final de la Liga Femenina 2019, entre el equipo América de Cali y el Deportivo Independiente Medellín. Las escarlatas, como se conoce comúnmente al equipo vallecaucano, sumaron su primer título de la liga, tras vencer en el global 3 por 2 al cuadro paisa.

Estos son los datos que dejaron las ligas femeninas disputadas:



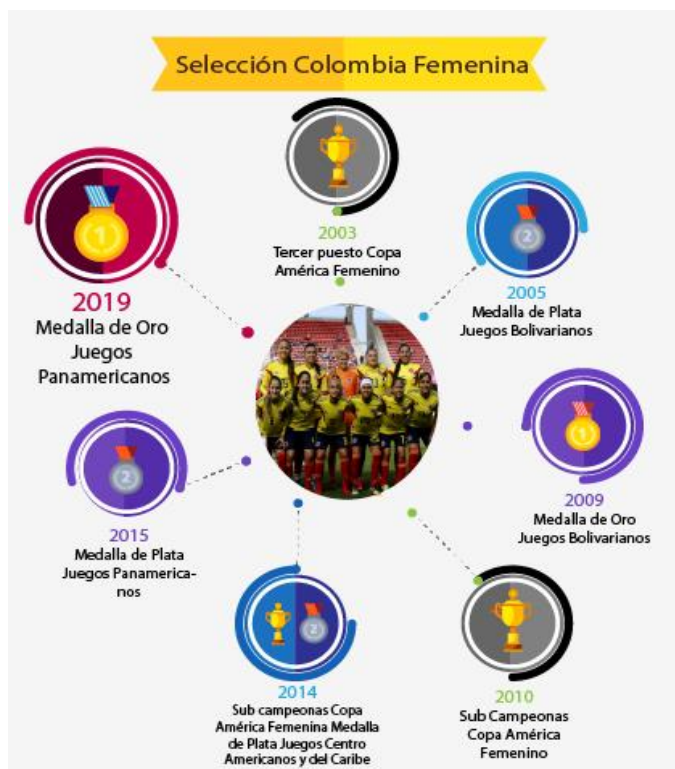
Pero como un partido difícil de enfrentar, el panorama de la Liga Femenina en Colombia sigue siendo incierto y difuso. A inicios del año 2020 era el momento que aún ni siquiera se sabía si el torneo se realizaría, así lo contó Vanessa Córdoba, arquera del equipo La Equidad Seguros, en un conversatorio de fútbol femenino en la Universidad Externado.

La creación de la liga llevó a aumentar la ilusión de aquellas futbolistas que soñaban con jugar fútbol profesionalmente. Pero estas mismas jugadoras, participan en una Liga donde hay inestabilidad financiera, los sueldos no son dignos, los contratos, en su mayoría, no tienen una duración de más de cuatro meses y los

patrocinios son limitados. De esta manera lo describe María José García, vicepresidente de la Asociación de Futbolistas Colombianas (AFUTCOL).

El fútbol femenino, como lo define Carlos González Puche, presidente de la Asociación Colombiana de Futbolistas Profesionales (Acolfutpro), es un deporte en desarrollo y crecimiento. Su historia es muy reciente. Hasta los años 80's se tiene una idea de este en Colombia, según la licenciada de Educación Física de la Universidad del Valle Liliana Rosero, en su investigación "trayectoria del fútbol femenino en Colombia". Pero era tan pocas las mujeres que jugaban fútbol, que no se tomó en serio a pesar de que en 1991 se disputó la primera Copa América Femenina. A finales de los años 90's, cuenta Rosero, se formó la Selección Femenina, jugando el Sudamericano de 1998 donde no pasó de primera ronda.

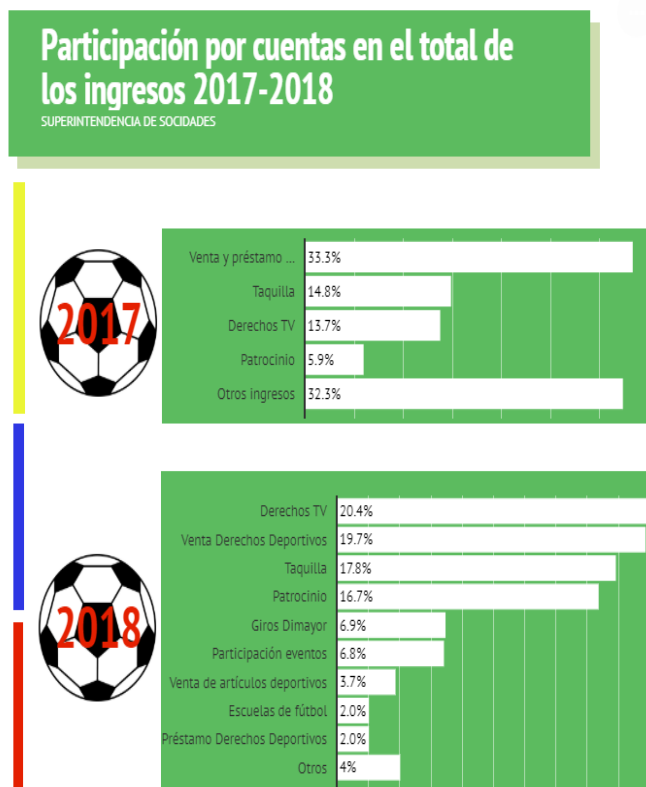
Poco a poco el fútbol femenino fue afianzándose. En 2009 las colombianas, consiguieron la medalla de oro en los Juegos Bolivarianos 2009 y el siguiente año consiguieron el subcampeonato de la Copa América, título que repitieron en 2014.



Gracias al crecimiento futbolístico de la Selección, las jugadoras comenzaron a exigir un torneo profesional y Colombia se convirtió en el tercer país de Latinoamérica, después de Brasil y Chile, en tener una Liga profesional femenina.

Para Sebastián Cantillo profesional en Marketing Deportivo, la Liga Femenina en Colombia carece de una estructura sólida, no se piensa como un negocio o empresa y por esto su desarrollo es lento. "Es importante pensar el fútbol femenino como empresa, que tenga una estructura, que entre dinero y que sea rentable", añade Cantillo.

El fútbol femenino en el país no cuenta con una estructura autónoma, los equipos funcionan respaldados por los masculinos. Según los dos últimos informes de la Superintendencia de Sociedades de Colombia "Comportamiento financiero de los clubes de fútbol en 2017" y "Comportamiento financiero de los clubes de fútbol en 2018", un equipo de fútbol en el país tiene sus mayores ingresos de la siguiente manera:



Informe comportamiento financiero de los clubes de fútbol 2017-2018. Superintendencia de Sociedades de Colombia.

Como se puede observar son varias las fuentes de ingresos de los equipos en el fútbol colombiano. De estos ingresos también se obtiene el dinero para el desarrollo del equipo femenino, por lo que para muchos clubes es difícil mantener los dos planteles, como lo explica Cantillo. Son muchas las problemáticas que enfrenta el fútbol colombiano, en su mayoría económicas y por las que no se ha podido dar una liga estable y duradera para las jugadoras. ¿Pero cuáles son esos problemas económicos que enfrenta la Liga Profesional Femenina Colombiana? Demos el pitazo inicial para este importante y disputado partido.

PRIMER TIEMPO, BALÓN DIVIDIDO ENTRE CONTRATOS LABORALES Y DERECHOS DEPORTIVOS.

Y así como el balón se disputa de una cancha a otra, hay un tema especial en el fútbol femenino que parece no tener un solo dominador. Gran parte de las futbolistas juegan por amor al fútbol y no cuentan con un contrato laboral estable, un sueldo digno y unas condiciones laborales óptimas.

El “Reglamento Liga Femenina Águila 2019” emitido por la Dimayor, previó la posibilidad de que los clubes tuvieran futbolistas no profesionales, es decir, que no tuvieran contrato laboral. “De las 476 futbolistas inscritas en el torneo, 307 tenían contrato laboral por lo tanto fueron consideradas futbolistas profesionales”, cuenta el “informe Liga Águila Profesional

Femenina 2019” hecho por Acolfutpro, 169 participaron en el campeonato como futbolistas aficionadas.

La Dimayor estableció también, a través de este reglamento, que cada equipo podía tener un máximo de 13 jugadoras sin contrato, es decir jugadoras aficionadas. Según González Puche, varios equipos incumplieron con esta norma, “equipos como Once Caldas, que le hicieron contrato solo a cuatro de sus jugadoras y esto debido a que el equipo hizo convocatoria una semana antes del torneo”. En lo que concuerda también María José García, vicepresidenta de la Asociación de Futbolistas Colombianas y miembro del Consejo Directivo de la Asociación de Derecho Deportivo (Acodepor) “varios equipos incumplieron la norma de la Dimayor, hubo incluso un club que no le hizo contrato a ninguna jugadora”, lo que conlleva también a unos salarios en varios casos inexistentes.

Y no solo los salarios son un problema hoy en la Liga Femenina. La duración de los contratos es uno de los factores que más afecta a las jugadoras para poder dedicarse completamente al balompié femenino. “Definitivamente en este momento no se puede vivir del fútbol”, comenta Gavy Santos defensa central de Atlético Huila, frase con la que concuerdan otras jugadoras de Independiente Santa Fe, como María Morales y Manuela Acosta.

Santos, se refiere a la corta duración que tienen los contratos, “muchas jugadoras decidieron no jugar la liga femenina porque venían de estar trabajando en un contrato a un año y renunciar para trabajar por dos meses, no era lo más viable para ellas”, comenta la defensa. Gavy Santos sí cuenta con un contrato laboral y por ser de las más antiguas en el club, su duración es de tres años que se cumplen el 20 de mayo de 2020 y ha servido para darle continuidad a su proceso en el cuadro opita.



En el caso de María Morales y Manuela Acosta, cuentan con un contrato laboral con todas las prestaciones sociales, pero este solo tuvo una duración de cuatro meses. Estos contratos también estuvieron ligados al tiempo que el equipo participara en la liga, “12 equipos de los 20 que participaron, quedaron eliminados en 1 mes y 11 días y eso fue lo que duró la vinculación de las jugadoras de equipos como Tolima, Once Caldas, Orsomarzo, entre otros”, manifiesta González Puche.



Foto por: Camila Carrillo. Partido Fortaleza vs Equidad.

Al iniciar el torneo la mayoría de los contratos que se firmaron fueron por una duración mínima de tres meses, pero cuando los equipos fueron quedando eliminados, algunos clubes finalizaron anticipadamente los contratos de “mutuo acuerdo”, de acuerdo con el informe de Acolfutpro. El 58% de los contratos tuvieron una duración de tan solo tres meses, mientras que solo el 11% de las jugadoras mantuvieron un contrato por seis meses. Por su parte, el 21% de estas tuvo un contrato por cuatro meses y el 10% tan solo por dos meses.

Para Sandra Salamanca exdirectora técnica del equipo femenino de Equidad Seguros, la falta de estabilidad contractual también afecta a la parte directiva que conforma el plantel “en nuestro equipo Equidad tanto contrato de jugadoras como de cuerpo técnico dura lo que dura la liga, después quedamos en el limbo, algunos siguen en otras partes de las inferiores o el equipo masculino, otros se quedan sin trabajo”. Salamanca añade que hay muchas jugadoras que sacrifican su estabilidad laboral por hacer lo que

les gusta que es jugar al fútbol, “sería maravilloso poder brindarles una estabilidad mayor, para que realmente puedan dedicarse netamente al fútbol”.

El no poderse dedicar solamente a este deporte y tener que alternarlo con otras actividades laborales, va de la mano con la inestabilidad económica. De acuerdo con María José las jugadoras, en su gran mayoría, se ganan un salario mínimo que corresponde a \$925.000. Las que tiene un poco más de experiencia pueden ganar entre 1 millón y 3 millones de pesos. Existen salarios entre los 4 y los 6 millones, pero estos son casos excepcionales. Según la volante Acosta, menos del 1% de las futbolistas tienen un sueldo entre este rango.

Jugadoras como Acosta y Santos cuentan que, en sus equipos, Independiente Santa Fe y Atlético Huila, todas perciben un salario que varía dependiendo de la trayectoria y experiencia de cada una. Manuela manifiesta que hay casos de compañeras de otros equipos que no cuentan con un salario o que reciben tan solo un subsidio de transporte, “entonces eso es lo que hace que todavía no sea rentable vivir del fútbol, sino que lo sigamos haciendo por puro amor”, añade la volante bogotana.

Hoy en día tener una jugadora de fútbol con contrato laboral no es fácil, comenta Sofía Navarro, ex Gerente de Atlético Nacional femenino. Equipos como Nacional se esfuerzan por tener a toda su plantilla bajo contratos laborales, aun así, Navarro explica que es mucho el esfuerzo económico que tienen que hacer los planteles femeninos para cubrir todos los gastos de las jugadoras. En esto concuerda María Morales, defensa del equipo bogotano Independiente Santa Fe, “el fútbol al final depende del dinero, muchas no se dan cuenta de eso, de que esto no es una obra de caridad para los equipos. Las empresas invierten esperando retribuciones y actualmente nosotras como deporte no tenemos la capacidad de retribuir”.

El contrato se convierte en uno de los aspectos más importantes dentro del fútbol, es lo que vincula al futbolista a una institución deportiva y le proporciona el derecho a contar con un salario y garantías laborales. Este además debe cumplir lo dispuesto en el Reglamento sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores de la Federación Colombiana de Fútbol (FCF), según el abogado Mario Fernández en su informe “Contratación laboral de los jugadores de fútbol en Colombia”. Este Reglamento establece las normas por las cuales se rigen las relaciones entre los jugadores de fútbol y los clubes dentro del territorio nacional. Trata temas sobre como los jugadores pueden participar en los torneos y competencias oficiales; transferencia entre clubes nacionales; derechos de formación de jugadores jóvenes; entre otros.

En materia de transferencias y derechos deportivos en el fútbol femenino, el panorama sigue siendo difuso. Cuando un futbolista firma contrato con un club, automáticamente sus derechos deportivos pasan a ser propiedad del equipo donde jugará. En el momento que este contrato termine y el jugador o jugadora no tenga contrato con otro conjunto deportivo, estos derechos vuelven a pertenecer netamente al deportista. Acorde al Estatuto del Jugador de la FCF, “siempre que se realice un convenio de transferencia de los derechos de un jugador profesional de un club a otro, el jugador transferido tendrá derecho a percibir una participación económica”.

La transferencia de jugadores profesionales se puede realizar de dos maneras. Primero, cuando el club anterior entrega, mediante un convenio, al nuevo club los derechos de inscripción de un jugador, terminando su contrato. Segundo, cuando el jugador es transferido a un nuevo equipo, pero tiene la obligación de retornar al club anterior a cumplir el contrato inicial, una transferencia a préstamo. Si la transferencia a préstamo es gratuita, el nuevo club tendrá que pagar al jugador un salario mínimo legal vigente en el momento de la transacción. En el caso que

la transferencia sea a préstamo o definitivo y se pacte un valor económico, el club anterior pagara al jugador el 8% del valor.

Pero estas reglas, actualmente, no se están aplicando en el fútbol femenino. Gavy Santos, jugadora de Atlético Huila, cuenta que “la única transferencia que se hizo fue de una liga aficionada a la liga profesional, porque yo pertenecía a un club en Ibagué, nada más”. Santos no recibió ningún tipo de beneficio económico por esta transacción, tampoco los clubes. Manuela Acosta, por su parte, tiene un contrato actualmente, aun así, dice que no cuenta con derechos deportivos “no es que yo tenga un pase que cueste, al finalizar mi contrato me lo renuevan o no, pero no me buscan otro club, todavía no funciona así”.

Las transferencias, en el fútbol femenino de Colombia no representan un ingreso para los equipos, Sofía Navarro explica que esto le está generando problemas a los clubes, “cuando viene una jugadora de otro equipo la jugadora es libre, porque es dueña de sus derechos. Por lo tanto, se generan conflictos de intereses y es lo que hay que evitar”. En esto concuerda el presidente de Acolfutpro, González Puche, y agrega que no solo las transferencias no están reglamentadas o contempladas, tampoco lo están los derechos de formación.

A la cabeza de esta regulación se encuentra la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) a través del Reglamento sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores, el cual también tiene individualmente la federación de cada país. La FIFA reglamenta que cuando un jugador se inscribe por primera vez en calidad de profesional, se debe pagar una indemnización al club o escuela que lo formó, pero esto solo aplica para el fútbol masculino. De hecho, no existe apartado alguno donde se mencione la regulación de los derechos deportivos y de su transferencia en el fútbol femenino.

En el 2018 la FIFA emitió el primer reporte, en toda su historia, de transferencias globales en el fútbol femenino. Se realizaron 577 transferencias que representaron en dinero, según el informe, 493.235 dólares en comparación a la transferencia en el mercado de hombres, que ascendió hasta 15.049 transferencias generando 7.10 mil millones de dólares.

El 94.5% de las transferencias del fútbol femenino se hicieron sin un contrato. Esto se refiere a que alrededor de 542 jugadoras no firmaron con ningún club y por tanto sus derechos seguían perteneciéndoles. De acuerdo con el reporte el dinero que se percibió por estas transferencias no corresponde a un costo del pase de cada jugadora, sino a gastos como viáticos o acuerdos entre equipos para su vinculación.

Lo único que se realiza de la misma manera que en el fútbol masculino, es la inscripción de las jugadoras a la liga a través del sistema Comet –un software en el que se lleva el registro y se administran todos los datos de los actores en el fútbol-, explica Félix Burgos abogado especialista en Derecho Deportivo. En este sistema se cuelgan los datos de cada jugador o jugadora, para saber a qué equipo pertenece y también de que club llega. Otra de las herramientas de la FIFA permite calcular el valor de los derechos económicos de un jugador, dependiendo de su rendimiento y de cuánto costó, pero todavía no está activo para jugadoras, aclara María José García, vicepresidenta de la Asociación de Futbolistas Colombianas Afutcol.



Foto tomada de: *Fémima Fútbol* 2019.

Una de las grandes fallas en la cuestión de las transferencias es que las mismas jugadoras desconocen sobre el tema, “hemos errado en eso, en no saber sobre nuestros derechos deportivos, nos falta más conocimiento en el tema” señala la central del Huila, Gavy Santos. Para Manuela Acosta la regulación de las transferencias va a empezar a cambiar siempre y cuando la Liga y el fútbol femenino en general se vuelva rentable.

En Colombia hasta 2017, acorde al informe de la Superintendencia de Sociedades “Comportamiento financiero de los clubes de fútbol”, la venta y prestamos de jugadores les aportaba a los equipos el 33.3% de sus ingresos totales, siendo el rubro que más ingresos generaba. Para 2018, año del último informe presentado, el ingreso por transferencias disminuyó y se convirtió en el segundo aspecto, después de los derechos televisivos, que más ingreso representa para los equipos del fútbol colombiano.

Las transferencias no solo aportan al crecimiento económico de un equipo, según Sandra Salamanca también ayuda a que las jugadoras mejoren su capacidad futbolística y crezcan personalmente, “es de vital importancia también para aumentar el profesionalismo”, comenta Salamanca. El fútbol femenino colombiano está en crecimiento, expresa la vicepresidenta de Afutcol, son 24 futbolistas las que han conseguido llegar al fútbol internacional.

Leicy Santos, ex jugadora de Independiente Santa Fe, fue una de las primeras transferencias oficiales que se hicieron al exterior, el 4 de agosto de 2019 cuando fue cedida al Atlético de Madrid con opción de compra. En junio de 2020 el equipo español llegó a un acuerdo con Santa Fe para comprar los derechos deportivos de Santos. La colombiana se convirtió en la primera futbolista profesional en ser transferida al exterior, según Eduardo Mendez presidente de Santa Fe en entrevista para AS Colombia, la

totalidad del pase de la jugadora fue por 10 mil dólares.

Muchas son las jugadoras que buscan salir del país para formarse en otros equipos. Como lo mencionó Leicy Santos en entrevista para el Espectador “el hecho de que tantas jugadoras estén saliendo en este momento de Colombia es producto de que no hay una liga que realmente te garantice trabajo durante todo el año y te ofrezca un rendimiento a nivel futbolístico”. Santos añade que en Colombia no se puede mantener el ritmo de entrenamiento ni tener constancia porque están siempre a la deriva de si el torneo se juega o llega a su final.

Mientras no se cuente con una liga estable, todo el fútbol femenino en Colombia seguirá siendo un tema incierto. En el caso de las transferencias, como expone Feliz Burgos abogado especializado en derecho deportivo, varios entes reguladores del fútbol están trabajando en la regulación de estas, en compañía de las jugadoras, pero el camino a recorrer aun es largo. Mientras tanto, la venta y préstamo de jugadoras no aportará a la rentabilidad económica ni de la Liga ni de los equipos.

Pero las transferencias no son el único tema que está en el limbo en el fútbol femenino. Hay otro jugador importante en este partido que ayuda a que el deporte en general crezca y sea rentable, esto son los patrocinios.

SEGUNDO TIEMPO, TARJETA ROJA POR FALTA DE PATROCINIOS



Foto por: Camila Carrillo. Partido Fortaleza vs Equidad.

La Liga femenina para el año 2020, seguía siendo incierta hasta el 13 de febrero del mismo año donde se anunció que se jugaría. Jorge Enrique Vélez, presidente de la División Mayor del Fútbol Colombiano (Dimayor), aseguró en entrevista para RCN Radio, que el torneo no cuenta con un patrocinador y esto impide disputar un certamen largo por la falta de dinero. “Me hubiera gustado que el fútbol femenino tuviera un campeonato más largo, pero no tenemos patrocinador”, manifestó Vélez. Aunque se ha reunido con varias empresas, el presidente de la Dimayor no ha llegado a ningún acuerdo con estas, “así que me comprometí a hacer un torneo corto porque lo tiene que pagar la Dimayor”.

Según el departamento de mercadeo de la Dimayor, en entrevista para RCN radio, para ser patrocinador principal del campeonato femenino se necesita un tope mínimo de inversión entre 2.500 y 3.000 millones de pesos. Por ejemplo, en la Liga masculina el patrocinador oficial o principal es la plataforma de apuestas deportivas BetPlay, por esto el torneo lleva su nombre y además es la empresa que mayor inversión realiza para el desarrollo del certamen. Para ser un patrocinador secundario se requiere entre 500 y 1.500 millones, aspecto que dependerá de la extensión del torneo y del formato del mismo.

Para la Liga que se realizó en 2019, la Dimayor destinó 6.000 millones de pesos, de acuerdo con el departamento de mercadeo. Aunque el departamento manifiesta que todo el dinero salió de la Dimayor, según el Programa de Desarrollo Forward de la FIFA, se destinaron 500 mil dólares para apoyar e impulsar el desarrollo de la Liga femenina en el país. También se contó con el apoyo del Estado a través de Coldeportes, hoy Ministerio del Deporte, quienes aportaron 500 millones de pesos. Hasta el momento y debido a la falta de dinero como manifiesta Jorge Enrique Vélez, el torneo femenino continuaría pero con una duración entre dos y tres meses, como el que se realizó en 2019.

La constante búsqueda de patrocinios no solo es una necesidad para el desarrollo de la Liga. Los equipos de fútbol colombianos también carecen de patrocinadores, así lo cuenta Sofía Navarro, ex Gerente de Atlético Nacional femenino. Por ejemplo, el equipo de Medellín cuenta con tres patrocinadores: Wplay, Postobón y Nike. Estos patrocinadores están en el equipo femenino porque son también los patrocinadores del masculino, “hoy en día al fútbol femenino lo están viendo como un tema social, como un mercado a futuro”, añade Navarro. Estas marcas aportan a la institución en general pero es dinero que se debe repartir entre los dos planteles.

En el caso de la marca deportiva Nike, aporta al equipo femenino con indumentaria para los entrenamientos. Carlos Enrique Valencia, Gerente de mercadeo de Nike en Colombia comenta que, “el fútbol femenino es un negocio y ninguna empresa va a invertir plata sin esperar que tenga un retorno”, por eso marcas como Nike le apuestan a patrocinar el fútbol femenino, pero no desde la parte económica. Valencia añade que con el equipo femenino de Nacional las apoyan con toda su indumentaria tanto para los partidos como para sus entrenamientos y también en crear escenarios donde las jugadoras puedan entrenar cuando ya no estén concentradas con sus equipos.

Nike estuvo apoyando a las jugadoras que querían participar en la liga, en todo el proceso de entrenamiento, explica Manuela Acosta jugadora de Independiente Santa Fe. “En vez de darle dinero a la Dimayor lo que hicieron fue montar todo un escenario que se llamaba Nike Pro, donde nosotras entrenábamos martes y jueves de 6 a 8 am donde disponíamos de todo un cuerpo técnico”, menciona Acosta. La mediocampista asegura que esta marca es de las pocas que le apuesta al fútbol femenino, “nadie ha tomado la batuta en entender que esto es un mercado totalmente potencial, que también podría vender”.

Equipos como Equidad Seguros son patrocinados netamente por el club, “Equidad planeó un presupuesto específico para la duración del torneo y ese valor lo distribuyó en los tres meses que tuvieron las jugadoras de contrato”, asegura Sandra Salamanca directora técnica del equipo femenino. Hay marcas que se han interesado en patrocinar diferentes equipos femeninos, como la academia de inglés Smart que patrocina a Independiente Santa Fe y la compañía de seguros Allianz a Millonarios. Estas empresas solo están vinculadas al fútbol femenino.

Según el informe Football Annual 2019 realizado por la consultora independiente de valoración de marcas Brand Finance, “la práctica de agrupar el patrocinio de hombres y mujeres en un solo paquete es una de las razones clave de la pérdida de ingresos”. El promocionar el fútbol femenino como un producto igual al fútbol masculino hace más difícil la entrada de nuevas marcas, así lo explica Sebastián Cantillo experto en marketing deportivo, “el fútbol femenino tiene características muy diferentes al masculino por eso tiene una audiencia que se puede llamar nueva”.

Para que las empresas lleguen a patrocinar, los directivos deben tener una iniciativa para atraer estas marcas, manifiesta Sebastián Cantillo, “tiene que ser un escenario bien construido, tiene que mejorar el producto”. Con lo que

concuera Sofía Navarro, quien cuenta desde su experiencia en Atlético Nacional que las estrategias son de mercadeo, “es crear una unidad de negocio, buscar un objetivo, vender ese producto y crear líderes del fútbol femenino”.

La ex Gerente del equipo de Medellín, expresa que, por ejemplo, una de las estrategias en Nacional es que las jugadoras tienen que ser un producto de la institución “que el hincha compre lo que usa determinada jugadora y así atraer a las marcas”. Por esta razón están impulsando con Nike a las jugadoras en las campañas de mercadeo, “Carolina Arbeláez y Daniela Tamayo también son imagen del equipo en las tiendas de Nacional, para que las personas comiencen a tener a las jugadoras también como referentes”, cuenta Valencia.



Foto tomada de: Campaña Nike Atlético Nacional.

El patrocinio en jugadoras también es importante, no solo porque le aporta a un crecimiento económico, sino porque el ser abanderada de una marca lleva valores que pueden hacer que crezcan personalmente, afirma el Gerente de marketing de Nike Colombia. La mayoría de las jugadoras que cuentan con un patrocinio en el país son las que pertenecen a la Selección Colombia, según González Puche, son muchas las que no cuentan con este apoyo. Casos como los de Gavy Santos,

Manuela Acosta y María Morales que no cuentan con ningún patrocinio.

Manuela Acosta manifiesta que los patrocinios podrían ayudar a las jugadoras, “te pongo un ejemplo, los salarios que hay ahorita son muy bajos y un par de guayos que es nuestra indumentaria diaria podría ayudar, porque son elementos muy costosos”. La bogotana sugiere que el ingreso de marcas al fútbol femenino podría ayudar en temas de alimentación, entrenamiento y elementos esenciales para jugar fútbol.

La corta duración de la liga también afecta a que las empresas patrocinen, como lo explica González Puche, una empresa no va a patrocinar cuatro meses para luego dejar su patrocinio. El torneo tiene que ser un proyecto el cual se pueda invertir a largo plazo y se puedan tener esas retribuciones monetarias.

En Colombia el tema de los patrocinadores está representando un reto cada año para los equipos, como lo declaró el presidente de Independiente Medellín Raúl Giraldo, en entrevista para el diario La República, “actualmente es evidente que las empresas ya no invierten igual en el fútbol colombiano”. Los ingresos por publicidad y patrocinio cayeron 15% en 2017 mientras que en 2019 aumentaron tan solo un 2%, según datos de la Superintendencia de Sociedades. Por ejemplo, el equipo de fútbol Independiente Medellín, entre 2017 y 2018 pasó a recibir \$7.888 millones de pesos a \$8.000 millones en cuanto a ingresos por patrocinio y publicidad, lo cual representó un aumento muy plano. El patrocinio de los equipos colombianos en 2019 representó un 18% en sus ingresos totales.

El impacto que tienen los equipos y los torneos cuando llega un patrocinador es la sostenibilidad financiera, “pero hoy en día el fútbol femenino no da ganancias”, explica Sofía Navarro. Esto afecta a que muchas empresas no estén dispuestas a invertir por no tener una ganancia asegurada. La Dimayor sigue en busca de un

patrocinio que permita realizar un torneo más largo y estable. Su presidente Jorge Enrique Vélez insiste en que ha tenido propuestas para patrocinio pero que ninguna se ha podido concretar.

Jugadoras como Vanessa Córdoba, en conversatorio para la Universidad Externado de Colombia, reveló que tiene conocimiento de varias marcas que quieren invertir pero que no confían en los que dirigen el fútbol femenino. En este mismo conversatorio, Viviana Villa secretaria general de la Asociación de Futbolistas Colombianas, Afutcol, contó que en el 2018 se presentó un gran patrocinador para la Liga con el que se acordó que el valor de la inversión sería de 4.000 millones, en el momento de reunirse el patrocinador con la Dimayor esta pidió tres veces el valor acordado, por lo que el posible patrocinador desistió.

Según el informe Football Annual 2019, el fútbol femenino está infravalorado a nivel mundial en más de mil millones de dólares. De acuerdo con el análisis hecho por la consultora Brand Finance, el patrocinio destinado actualmente a las mujeres es de más de 1.200 millones de dólares en todo el mundo, lo que representa el ingreso por patrocinio de tan solo seis equipos del fútbol europeo. Bran Finance también concluye que la diferencia que existe entre el valor actual de patrocinio para el fútbol femenino y su potencial, nota la inequidad que enfrentan las mujeres en el financiamiento del deporte.

TIEMPO EXTRA, EL FÚTBOL FEMENINO ¿PROFESIONAL?



Foto tomada de: Postobón Liga Deportiva.

Aquí todas juegan por un mismo propósito y un mismo sentir. Aquí para todas, un balón de fútbol significa más que un deporte, un hobby o un simple juego. Para ellas, el fútbol es su vida diaria, su pasión, su lucha constante. Aquí el fútbol se juega por puro amor, convicción, deseo, y por eso semestre tras semestre ellas, las jugadoras de fútbol en Colombia, luchan por tener una Liga estable, con las condiciones adecuadas y donde la palabra profesional no sea una simple etiqueta.

Actualmente no se puede hablar de una Liga profesional, declara Carlos González Puche presidente de Acolfutpro, porque no es un torneo que retribuya y que brinde las condiciones necesarias para las futbolistas. Con lo que concuerda la defensa central del Atlético Huila Gavy Santos, “para mí el fútbol femenino acá en el país sigue siendo amateur, muy pocas podemos decir que somos jugadoras profesionales”. Santos cuenta que cada día están en la lucha de profesionalizar el fútbol femenino colombiano.

Pero para algunas jugadoras como Manuela Acosta y María Morales, si se puede hablar de fútbol profesional femenino en el país. “Hay varias cosas uno el contrato hace que sea una profesión, entendiendo que hay un pago, jugamos en campos profesionales y en la mayoría de los equipos brindan un entrenamiento profesional a las jugadoras”, comenta Acosta. Lo mismo opina Morales, agregando que es una liga profesional porque actualmente está regido y avalado por un ente regulador del fútbol colombiano como lo es la Dimayor.

Si se compara con la estructura económica que tiene el fútbol masculino en el país, no se puede hablar en el caso de las mujeres de fútbol profesional. “Este es un deporte que está en crecimiento, para mí es semiprofesional, porque no están los derechos de formación instaurados, no hay transferencias y las jugadoras no cobran un salario digno”, explica Navarro, recalcando que en cuestión de rendimiento de las jugadoras el nivel si es de profesionales.

En un deporte profesional es esencial que sus jugadores se dediquen 100% a su respectiva disciplina, como lo explica Sandra Salamanca directora técnica del equipo femenino de Equidad Seguros, y esto no sucede en la Liga de Colombia. Él deporte profesional se refiere a quien vive de este; amateur al que lo practica por gusto, así lo define el trabajo investigativo “profesionalismo y amateurismo deportivo” del diario El Universal, “y en su gran mayoría ellas lo practican por amor y por gusto más que por vivir de él” agrega Salamanca.

El fútbol se entiende como una profesión, ya que tiene unos soportes legales que lo establecen como tal y a su vez una autonomía bajo el mandato de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), la cual regula, controla y propone todas las reglas que giran alrededor de este deporte. Para que un jugador sea profesional, según el abogado Adrián Castro en su investigación “¿Cuándo podemos decir que un futbolista es profesional?”, tiene que practicar fútbol bajo una liga avalada por la federación de cada país, en este caso por la Federación Colombiana, tiene que desarrollarlo de forma voluntaria, de manera regular, bajo la organización de un club, tener un contrato y recibir un salario por esto.

En este contexto, las jugadoras de fútbol en Colombia y legalmente hablando, solo son profesionales durante la duración del torneo femenino, ya que en la mayoría de los casos en el momento que el equipo deja de participar en la liga los contratos del plantel se dan por terminados. De hecho, la asociación de Afutcol creada en abril de 2018, que protege los derechos de todas las jugadoras de fútbol del país, nace porque la gran mayoría de jugadoras el resto de los meses del año que no juegan ni tienen un contrato, deben reclasificarse como aficionadas y sus derechos quedaban desprotegidos, explica su vicepresidente María José García.

Existe una organización en el país, llamada Asociación Colombiana de Futbolistas

Profesionales (Acolfutpro), que también garantiza los derechos de los futbolistas y sus condiciones de vida, pero como afirma García, las jugadoras aficionadas “salen del espectro de Acolfutpro, es decir quedan desprotegidas”. La idea de Afutcol era trabajar de la mano con esta asociación y por ello realizaron una petición a su consejo, la cual fue rechazada explicando que estatutariamente no podían representar los intereses de jugadoras aficionadas. “Me parece que Acolfutpro desconoce de alguna manera la realidad que es inminente en Colombia y es que la mayoría de las jugadoras son aficionadas”, manifiesta García.



Foto tomada de: Antena 2

La profesionalización es un proceso que toma tiempo, como lo explica González Puche. Aunque el profesionalismo no solo lo hace firmar un contrato, percibir un dinero o jugar en una liga avalada por entes deportivos, una futbolista profesional debe tener las condiciones óptimas para su entrenamiento, su desarrollo deportivo y personal y garantías para ejercer su profesión de manera regular. Los logros conseguidos en los últimos años por las jugadoras, como la Copa Libertadores por el Atlético Huila y la medalla de oro en los Juegos Panamericanos, al igual que la buena participación de los equipos femeninos en torneos internacionales, son una muestra de que el nivel si es profesional pero que las condiciones de desarrollo del futbol no son las indicadas para ejercer este deporte como profesión.

Son varias las propuestas que se han puesto sobre la mesa desde organizaciones como Acolfutpro y las jugadoras. González Puche opina que lo que hay que lograr es un torneo con 12 o 14 equipos, porque no existe la estructura

económica para mantener a 20 equipos como se han jugado estas tres ligas. “Una menor cantidad de equipos haría que el torneo sea de más larga duración y se abriera las puertas para consolidar el fútbol profesional femenino”, expone Puche.

Este tipo de estrategias se han utilizado en países como España, considerada por la Unión Europea de Fútbol Asociación (UEFA), como una de las mejores ligas femeninas a nivel mundial. El Campeonato Nacional de Liga de fútbol femenino de España, ha tenido 32 ediciones desde su inauguración en 1988. La disputan anualmente 16 equipos y aún no se considera un torneo profesional.

La Real Federación Española de Fútbol (RFEF) creó un modelo para impulsar el fútbol femenino español y llegar a una profesionalización. Por esto, en 2019 la RFEF estableció que la liga femenina tendrá dos divisiones, una primera clasificatoria para las competiciones europeas, que estará integrada por entre 8 y 16 equipos e incluirá tres competiciones como son Liga, Copa y Supercopa, según la Agencia EFE.

La segunda división, contará con 32 equipos, en donde se competirá en dos grupos, uno por la fase de ascenso y otro por la fase de descenso. Los clubes participantes tendrán que adquirir una Licencia RFEF, disponer entre 18 y 22 jugadoras, cuenta la Agencia EFE, y contar con una infraestructura administrativa, deportiva y equipamientos mínimos suficientes. Este proceso se planteó con un plazo de cuatro años, con miras a la profesionalización y consolidación del fútbol femenino.

Desde el ente regulador del fútbol mundial se ha creado un plan para la profesionalización total del fútbol femenino. La FIFA en cabeza de Sarai Bareman CEO del fútbol femenino en la FIFA, ha fijado tres metas: mayor visibilidad, un reparto más equitativo de los recursos y el compromiso de los clubes, cuenta Bareman en entrevista para el portal español Expansión.

La CEO declara para este portal, que el fútbol femenino necesita el respaldo de una estructura sólida y debe incluirse en la estrategia general de los clubes e instituciones, además de tener representación en todos los procesos de toma de decisiones. “El fútbol femenino solo será 100% profesional cuando los clubes, las ligas y las instituciones que forman parte de la FIFA se muestren decididos a hacerlo profesional. Es así de simple”, concluye Bareman.

Sin embargo, desde la Federación Internacional de Fútbol no se obliga a ningún país a tener una liga profesional femenina. La única obligación, como cuenta Feliz Burgos abogado especializado en Derecho Deportivo, es que los equipos masculinos que participen en torneos internacionales tengan equipo femenino, “no dice que tenga que ser profesional, existe un vacío en esa norma”, agrega Burgos.

Según la FIFA el fútbol femenino mundial carece de una estructura económica, cultural y administrativa sólida, lo que ha impedido su crecimiento y ha retrasado su posicionamiento en el mundo del balompié. Por esta razón la FIFA planteó una estrategia para el fútbol femenino desde 2017 con proyección al 2026.



Fuente: Estrategia Fútbol Femenino Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA)

En Colombia se sigue trabajando por el crecimiento y mejora de las condiciones del

fútbol femenino. Desde Acolfutpro se han presentado peticiones a la Federación, Dimayor y al Ministerio de Trabajo, en las cuales se encuentra el acordar cómo va a ser el torneo femenino y una minuta única de trabajo tanto para hombres como mujeres. Desde la Defensoría del Pueblo, cuenta Diana Rodríguez, delegada para los Derechos de las Mujeres, en el conversatorio sobre fútbol femenino de la Universidad Externado, se presentó una insistencia ante la Corte para que analice que está pasando en el fútbol femenino.

Desde esta entidad se creó una mesa de conversación que hasta octubre del año 2019, de las dos realizadas, ni la Federación ni la Dimayor habían asistido. También se le solicitó nuevamente a la FIFA que haga el seguimiento al fútbol femenino acá en Colombia. Pero hasta el momento no se ha recibido ninguna respuesta. Pilar Delgado, miembro de la Comisión Mujer y Deporte del Comité Olímpico Colombiano, en el conversatorio manifestó el apoyo total al crecimiento del fútbol femenino y contó sobre el programa “Atleta excelencia” donde apoyan a 18 futbolistas colombianas.

Las jugadoras no se han quedado atrás. Manuela Acosta junto con otras jugadoras realizaron un posible formato de la Liga y se lo pasaron a la Dimayor y a la Federación. En esta se realizó la investigación de cuánto costaba hacer un torneo, cuánto costaba abrir los estadios, referente a la logística. Además, se les pasó un formato potencial de patrocinadores, marcas dispuestas a invertir en el fútbol femenino. Junto con esto propusieron los temas que requieren, en su opinión, ser concertados con la Dimayor:



Estos temas propuestos para diálogo aún no se han trabajado del todo desde la Dimayor o la Federación de Fútbol Colombiana. Y aunque la incertidumbre de la liga femenina persistía hasta inicios de 2020, el 13 de febrero la Dimayor anunció mediante un comunicado de prensa que sí se realizará una cuarta edición del torneo.

Para llegar a esto, fue necesario realizar una reunión entre el presidente de la institución Jorge Enrique Vélez, los gerentes de los departamentos que integran la Dimayor y las representantes de las 457 futbolistas del país, Vanessa Córdoba y Manuela Acosta, “con la intención de lograr acuerdos que permitan la realización de la Liga Femenina del 2020 y establecer un proyecto atractivo y auto sostenible para las futuras ediciones” asegura el comunicado. Estas fueron las otras conclusiones que dejó la reunión:

Que conforme se aprobó en Asamblea Extraordinaria de la DIMAYOR del 30 y 31 de octubre de 2019, la Liga Femenina tendrá su cuarta edición en el año 2020, iniciando en abril.

Que para garantizar el desarrollo de la liga femenina se trabajará conjuntamente y de manera unificada entre la DIMAYOR y las jugadoras para obtener los apoyos necesarios y suficientes para la realización de la liga y su crecimiento en los siguientes años.

Que para estos fines, las representantes de las jugadoras y la DIMAYOR atenderán los diferentes aspectos que comprende la liga femenina, en las áreas de Mercadeo, Comunicaciones, Planeación Deportiva y demás temas a fines.

DIMAYOR, las representantes de las jugadoras y el Ministerio del Deporte con su ministro Ernesto Lucena, se han comprometido en trabajar de manera directa para lograr el crecimiento del fútbol femenino en nuestro país.

Comunicado oficial Dimayor

Según Vanessa Córdoba, en entrevista para El Tiempo, es imposible como jugadoras no sentir alegría al pasar de no tener liga, a tener algo. Pero recalca que no es la liga que quieren y por la que están trabajando, pero si es un gran paso. “Lo aceptamos como parte del proceso, pero no es el objetivo final”, manifiesta la arquera. En esta reunión no se entablaron temas de contratos ni de condiciones de la liga, no fue una reunión de negociación, “nosotras fuimos con la intención de que nos dieran respuestas, porque éramos más de 400 personas sin trabajo”, expone Córdoba. Se tocaron temas como el de los patrocinios, a lo que la Dimayor manifestó que ha sido una labor complicada el conseguir empresas que patrocinen la liga. Tanto Manuela como

Vanessa expresan que es difícil que una marca patrocine con una liga que no está estructurada, una liga que no se sabe cuándo empieza ni cuando termina.

A diferencia de la edición 2019, en esta liga 2020 se planeó que participarían 18 equipos divididos en 3 grupos y que a mediados de abril volvería a rodar el balón para las mujeres. La mayoría de equipos acordaron que a finales del mes de marzo las jugadoras firmarían su contrato. Sin embargo, debido a la

pandemia mundial que se enfrenta, el fútbol tanto masculino como femenino quedó suspendido. Solo 7 equipos de la liga femenina ya habían firmado contrato con sus jugadoras antes de la coyuntura, el resto de planteles dejaron a las futbolistas sin contrato, por lo tanto, no reciben un sueldo ni cuentan con ninguna prestación laboral.

A la fecha, cuenta el periodista Daniel Chalela en

su artículo “fútbol femenino en tiempo de coronavirus”, solo América, Nacional y Santa Fe enviaron a sus futbolistas a casa con el 50% de su salario, sesiones de entrenamiento virtuales y ayudas en las necesidades básicas. Otros clubes como Millonarios, una semana después de realizar los temas contractuales, decidió terminar de mutuo acuerdo los contratos de trabajo.

La Liga Femenina 2020 aún no tiene una fecha de inicio, incluso es incierto si se jugará este año. Ernesto Lucena, Ministro del Deporte, comentó en entrevista para RCN radio, que la liga femenina iniciaría un mes después que la masculina pero no se mencionó fecha alguna para retomar entrenamientos. La Dimayor presentó ante el Ministerio del Deporte y al Ministerio de Salud un protocolo de bioseguridad para retomar el fútbol colombiano, en donde se

incluyó el fútbol femenino y la intención del ente regulador por jugar el torneo en la actual temporada.

Son 475 mujeres, deportistas, que están a la expectativa de su futuro en el mundo del balompié. La confirmación de una nueva edición del certamen, hizo crecer la ilusión de las jugadoras, que hoy siguen a la expectativa y luchan por tener una liga estable y con todas las óptimas condiciones. En ellas se mantiene la convicción de jugar y seguir luchando por lo que tanto aman hacer: jugar al fútbol.