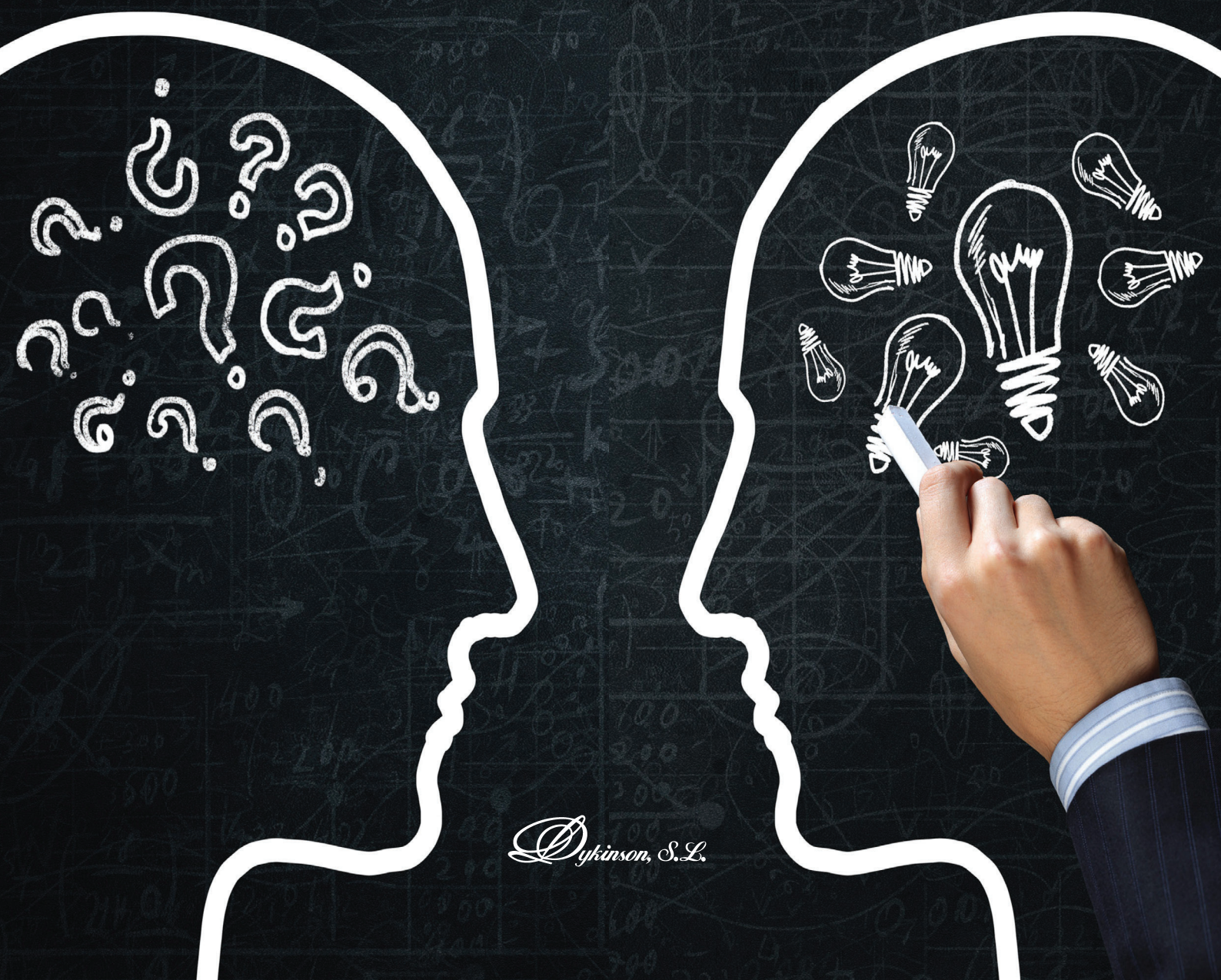


El género y su transversalización en la educación (formal y no formal), en la familia y en el deporte

Carolina Hamodi Galán
Laura Álvaro Andaluz
(Coordinadoras)



Dykinson, S.L.

El género y su transversalización en la educación (formal y no formal), en la familia y en el deporte

Carolina Hamodi Galán
Laura Álvaro Andaluz
(Directoras)

Dykinson, S.L.

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro, incluido el diseño de la cubierta, puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 47)

Editorial DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid

Teléfono (+34) 91 544 28 46 - (+34) 91 544 28 69

e-mail: info@dykinson.com / www.dykinson.es / www.dykinson.com

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y autoras y no reflejan necesariamente la opinión de Dykinson S.L ni de los editores de la publicación; asimismo, los autores y autoras se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar

© Los autores
Madrid, 2023

ISBN: 978-84-1170-399-4

6.1.4 LA QUEENS LEAGUE COMO EL PARADIGMA DE LA POPULARIZACIÓN DEL FÚTBOL FEMENINO

Raúl Maján Navalón (Universidad de Valladolid, Departamento de Sociología y Trabajo Social, España); Carolina Hamodi Galán (Universidad de Valladolid, Departamento de Sociología y Trabajo Social, España)

Resumen y palabras clave:

La *Queens League* es una liga de fútbol femenina con 12 equipos presididos por influencers, streamers y exfutbolistas. Ofrece entretenimiento y espectáculo con partidos de fútbol 7 y reglas innovadoras. Esta comunicación analiza la visibilidad, alcance e impacto de *Queens League* en comparación con la Liga de Fútbol Femenina y sus correspondientes medios de comunicación o RRSS; y el papel de la primera en la popularización del fútbol femenino en los países iberofonos. Metodológicamente se ha buscado cuantificar las interacciones en diferentes contenidos de ambas ligas. Los resultados muestran que la *Queens League* tiene una mayor presencia en las redes sociales y una mayor participación de la audiencia en comparación con La Liga de Fútbol Femenino. Además, se puede seguir en abierto en varios canales de streaming, incluidos los influencers. Podemos concluir que esta liga se encuentra en lugar idóneo para ser el paradigma de la popularización del fútbol femenino.

Introducción

En el fútbol femenino existen desigualdades considerables en comparación con el masculino en áreas como financiamiento, atención mediática y oportunidades (Pfister et al., 2019). Las jugadoras también enfrentan discriminación en términos de salarios, condiciones de trabajo, oportunidades de desarrollo profesional (Marugán Pintos, 2019; Monforte Padilla, 2021), premios económicos o cobertura mediática en eventos como la Copa Mundial Femenina de la FIFA (FIFA, 2019).

Por ello, algunos países han implementado políticas y programas para promover la igualdad de género en el deporte, incluyendo el fútbol femenino (Camacho-Miñano et al., 2021) y así este deporte ha experimentado un crecimiento significativo en todo el mundo en términos de participación, visibilidad, atención y profesionalización (Abuín-Penas y Fontenla-Pedreira, 2020; Piedra, 2019).

Para abordar estas desigualdades, es esencial que las instituciones y organizaciones deportivas, como la FIFA, continúen implementando estrategias y políticas que fomenten la igualdad de género y el desarrollo del fútbol femenino (Camacho-Miñano et al., 2021)

Además, puede que las nuevas formas de comunicación y las nuevas maneras en las que se entiende el entretenimiento y cómo se consume cambie esta situación.

El 24 de febrero de 2023 a través del streaming²⁵ de la Kings League se presentó la *Queens League*. Esta liga es la contraparte femenina de la Kings League, creada por Gerard Piqué e Ibai Llanos (Hermana, 2023; Riquelme, 2023).

²⁵ "Es el consumo de contenidos de vídeo, audio, fotos, videojuegos, etc. a través de Internet" (Aulacm, s.f.)

La *Queens League* es una competición de fútbol femenino que consta de 12 equipos presididos por influencers streamers y exfutbolistas, quienes gestionan los clubes participantes. Cada semana, los equipos se enfrentan en partidos todos contra todos a una vuelta hasta alcanzar los playoffs (Galán Feced, 2023; 'Liber' Díaz, 2023).

Los partidos de la competición se llevarán a cabo los sábados, comenzando el 6 de mayo de 2023 y terminando a finales de julio (Hermana, 2023; Riquelme, 2023). Los encuentros de la *Queens League* podrán verse en el Cupra Arena (Barcelona) y en línea a través de los canales de los streamers que compiten cada jornada, así como en los canales oficiales de la liga. Los equipos participantes en la primera edición de la *Queens League* incluyen clubes presididos por Gemita, Noe9977, Espe, xBuyer y MiniBuyer, Spursito, Adri Contreras, Morena Beltrán, TheGrefg, Violeta, Mayichi, Rivers y Paula Gonu (Galán Feced, 2023; 'Liber' Díaz, 2023).

La *Queens League* ofrece la oportunidad a todas las mujeres interesadas de formar parte de la competición. Las pruebas para la liga dieron inicio el 1 de abril, y las interesadas tuvieron que inscribirse en la página web oficial. Tras las pruebas físicas y de habilidad, las mejores jugadoras fueron seleccionadas en un draft el 16 de abril, siguiendo el estilo de la NBA (Galán Feced, 2023; 'Liber' Díaz, 2023).

Se trata de una competición que busca ofrecer espectáculo y diversión a través de partidos de fútbol 7 de corta duración (40 minutos) y con reglas novedosas. La competición ha generado gran interés gracias a la participación de streamers famosos y exfutbolistas conocidos (Hermana, 2023; Riquelme, 2023).

Objetivos

La presente comunicación busca principalmente:

- 1) Analizar la visibilidad, alcance e impacto de *Queens League* en comparación con la Liga de Fútbol Femenina y sus correspondientes medios de comunicación o RRSS.
- 2) Analizar el papel de la *Queens League* en la popularización del fútbol femenino en los países iberofonos²⁶.

Metodología

La metodología cuantitativa permitirá evaluar la repercusión de la *Queens League* frente a otros acontecimientos deportivos femeninos. El objetivo principal es determinar la visibilidad, alcance e impacto de esta liga en comparación con otros medios y eventos deportivos similares.

Para esta comunicación se llevará a cabo un estudio cuantitativo utilizando un diseño transversal para recolectar y analizar datos desde inicio de 2023 hasta el 01/04/2023 en un momento específico. Este enfoque permitirá comparar la *Queens League* en los medios de comunicación frente a otros acontecimientos deportivos femenino, sus perfiles en las redes sociales y la repercusión que tienen otros eventos deportivos en términos de alcance e impacto en la audiencia.

Análisis de las redes sociales: Se analizarán las principales redes sociales como Twitter, TikTok e Instagram para medir la repercusión de la *Queens League* en comparación con otros eventos

²⁶ Neologismo para referirse a la agrupación de regiones del planeta donde se utilizan idiomas derivados del latín ibérico, especialmente el español y el portugués (Armesilla Conde, 2022).

deportivos. Se examinarán variables como el número de seguidores, "me gusta", "compartidos" y "comentarios" para determinar el nivel de interacción y compromiso de la audiencia.

Análisis de métricas web: Se utilizarán herramientas de análisis web, como vidIQ o analisa.io, entre otras, para evaluar el tráfico, las páginas vistas y el tiempo de permanencia en los sitios web relacionados con la *Queens League* y otros eventos deportivos. Estas métricas permitirán evaluar el interés y la atención de la audiencia hacia la *Queens League* y otros eventos en el ámbito digital.

Se han seleccionado medios de comunicación nacionales e internacionales de habla hispana, principalmente sitios web de noticias y medios de *streaming*. La selección se ha basado en criterios como la relevancia para el público objetivo, la cobertura geográfica y la popularidad entre la audiencia. Por otro lado, en cuanto a valoración de los contenidos, se han elegido los cinco videos con más visualizaciones en cada red social.

Esta selección es la siguiente:

- Redes sociales: TikTok, Instagram, YouTube y Twitch.
- Webs de noticias: DANZ, RELEVO, FULL ESPORTS.
- Medios de *streaming*: TikTok, Instagram, YouTube y Twitch.
- Fuentes de análisis: La Liga de Futbol Femenina y la Queens League.

Asimismo, se señalan las siguientes decisiones metodológicas para el análisis:

- Para TikTok no se tendrá solo en cuenta la cantidad de visualizaciones, sino la relación de estos con los `likes` (me gusta) y los comentarios. Ya que por el tipo de algoritmo que tiene, un video puede ser visto muchas veces, pero su repercusión y su engagement (grado de interacción) no tienen el mismo alcance.
- Twitter no se analiza en comparativa ya que la Liga de futbol femenina no dispone de uno propio sino que queda centralizado en la @LaLiga.
- YouTube no se analiza en comparativa ya que la Liga de futbol femenina no dispone de uno propio sino que queda centralizado en la @LaLiga.
- Twitch no se analiza en comparativa ya que la Liga de futbol femenina no dispone de uno propio.
- Instagram no se analiza en comparativa ya que la Liga de futbol femenina no dispone de uno propio.
- La tasa de participación de vidIQ se calcula sumando las veces compartido, el número de me gusta y el número de comentarios, y dividiéndolo por el número de visualizaciones.
- La liga no puede ser comparada en medios de *streaming* ya que no tiene TikTok, Instagram, YouTube y Twitch.

Resultados y discusión.

Valorando en primer lugar las cuentas de TikTok de ambas ligas de futbol femenino.

La Liga de Fútbol Femenino, @ligaf tiene 33.000 seguidores y 318.4k me gustas. Las analíticas de este perfil son 5 % Calculo promedio de participación por vidIQ. Este perfil tiene 98 videos. (@ligaf, s.f.)

La *Queens League* Oysho, @queensleague tiene 125.500 seguidores y 699.4k de me gustas. Las analíticas de este perfil son 8 % Calculo promedio de participación por vidIQ. Este perfil tiene 14 videos. (@queensleague, s.f.)

La información extraída es la siguiente:

Tabla 1. Análisis de videos en TikTok.

Cuenta/Video	Visualizaciones	Compartido	Me gusta	Comentarios	Fecha	Participación (vidIQ)
LaLigaF						
OMG, Natalia	6.600.000	709	49.500	144	24/01/2023	1%
ENGEN SAID NO	1.800.000	142	59.900	142	28/03/2023	5%
Just enjoy... 🤩 WEIR	1.100.000	56	5.671	6	28/03/2023	1%
La carrera de @Linda Caicedo y el control de Weir	676.500	133	31.300	206	26/03/2023	5%
🔥 MÁXIMA GOLEADORA	438.400	16	5.050	18	22/03/2023	1%
Queens League						
Aitana, hazlo 🙏🙏	1.900.000	491	176.100	779	24/02/2023	9%
El penalti de Paula Gonu en la Queens League Oysho	1.900.000	351	86.700	331	24/02/2023	5%
El Rayo de Barcelona también marca penaltis en la Queens League Oysho	1.300.000	32	39.900	90	25/02/2023	3%
LAS Y LOS PRESIS DE LA QUEENS LEAGUE OYSHO	1.100.000	378	108.700	473	24/02/2023	10%
Así han sido las pruebas de la Queens League Oysho	949.700	301	73.500	268	01/04/2023	8%

Nota: Análisis de los cinco videos más vistos de cada una de los perfiles (@queensleague, s.f.; @LaLigaF, s.f.) atendiendo a las visualizaciones, las veces compartido, los me gusta, los comentarios, la fecha y la participación atendiendo a vidIQ.

En cuanto a presencia en las redes sociales, la *Queens League* tiene un mayor número de seguidores y me gustas en TikTok, en comparación con La Liga de Fútbol Femenino. Además, la participación de la audiencia en los videos de la *Queens League* es mayor, con un promedio de 8% en la tasa de participación por vidIQ, frente al 5% de la Liga de Fútbol Femenino.

Los videos más populares de la *Queens League* tienen una media de visualizaciones de alrededor de 556.136, mientras que los videos más populares de La Liga de Fútbol Femenino tienen una media de visualizaciones de alrededor de 169.088. Esto es algo a tener en cuenta, ya que, La LigaF tiene 98 videos contra los 15 de la *Queens League*.

Por otro lado, La Liga de Fútbol Femenino no tiene Twitter, Instagram o YouTube. Además, no dispone de canales de *streaming* en abierto como puedan TikTok live, Instagram live, YouTube live o Twitch. En concreto La Liga de Fútbol Femenino se retransmite por *streaming* en DAZN. Esta es una plataforma de *streaming* deportiva que es líder en su campo, ha logrado su crecimiento ofreciendo un amplio repertorio que incluye algunas de las competiciones más importantes del mundo (Boullosa, 2023).

Se puede decir ante esto que la *Queens League* tiene una presencia más fuerte y una mayor participación de la audiencia en las redes sociales en comparación con La Liga de Fútbol Femenino. Aunque La Liga de Fútbol Femenina esté disponible en DAZN, se trata de una

suscripción bajo pago de 18 euros. La posibilidad de la Queens League de ser seguida en abierto y de manera gratuita por TikTok y Twitch, y sobre todo los canales y redes de los streamers de referencia como puedan ser Ibai Llanos, Gemita, Espe, Juan Guarnizo, xBuyer y MiniBuyer, Spursito, Adri Contreras, TheGrefg, Violeta, Mayichi, Rivers y Gerard Romero; hace que esta repercusión sea mucho mayor de lo que en un principio pueda parecer.

Conclusiones y propuestas de mejora.

En conclusión, en base a los datos extraídos se refleja que, pese a que el 6 de mayo de 2023 empieza la *Queens League*, está teniendo un impacto en el fútbol femenino y como este se consume. Si bien es cierto, que esta repercusión viene generada por el propio impacto de la Kings League, es algo a tener en cuenta.

Esta comunicación es solo un primer paso y se debe seguir investigando en este aspecto, tanto mejorando la metodología y las herramientas utilizadas (ya que con un mayor análisis estadístico de las métricas de los perfiles y atendiendo otras variables la imagen extraída puede ser más clara) como analizando el impacto que tendrá el evento durante y posteriormente a su desarrollo.

Otro campo que se abre es el análisis de los comentarios, pues pese no haberlo añadido en esta comunicación, se han identificado que por lo general los comentarios de la *Queens League* eran más negativos que los de La Liga de Fútbol Femenina. Esto puede significar en parte que, aquellas personas que han generado engagement presentan menos interés por el fútbol femenino propiamente dicho, ya que, no lo han buscado *per se*, sino que vienen directamente la Kings League.

Se puede concluir que, la *Queens League* se encuentra en lugar idóneo para ser el paradigma de la popularización del fútbol femenino en los países iberófonos, pero debe continuar analizándose y estudiándose las dinámicas sociológicas que se producen en las redes sociales, ya que, pueden ser un reflejo de lo que están consumiendo y bullendo en nuestra sociedad.

Referencias bibliográficas.

- Abuín-Penas, J., y Fontenla-Pedreira, J. (2020). Representación de género en la comunicación en Twitter de la Selección Española de Fútbol. *Comunicación y género*, 3(2), 139-149. <http://dx.doi.org/10.5209/cgen.68677>.
- Armesilla Conde, S. (2022). *Iberofonía y Socialismo*. Última Línea.
- Aula CM. (s.f). *Qué es streaming: significado, definición y plataformas*. Aula CM. <https://aulacm.com/que-es/streaming-stream-streamer-significado-definicion-plataformas/>.
- Boullosa, A. (8 de abril de 2023). *DAZN España: qué deportes ofrece, precio y cómo ver online*. DAZN News España. <https://www.dazn.com/es-ES/news/otros/dazn-espana-que-deportes-ofrece-precio-y-como-ver-gratis-online/13xp97bl4w5vl1ov50pynlhn7f>.
- Camacho-Miñano, M.J., Gómez-López, M., y Alfaro, É. (2019). Igualdad de género en el deporte universitario: situación actual y actuaciones para el cambio. En Marugán Pintos, B. (Ed.), *El deporte femenino, ese gran desconocido* (pp. 71-87). Universidad Carlos III de Madrid, Instituto de Estudios de Género. <http://hdl.handle.net/10016/28386>.

- Evans, A.B., y Pfister, G.U. (2021). Women in sports leadership: A systematic narrative review. *International review for the sociology of sport*, 56(3), 317-342. <https://doi.org/10.1177/1012690220911842>.
- FIFA (2019). *FIFA Women's World Cup France 2019™*. FIFA. <https://www.fifa.com/tournaments/womens/womensworldcup/france2019>.
- Galán Feded, C. (24 de febrero de 2023). *Qué es la Queens League, la liga de fútbol femenina de la Kings League*. Business Insider España; Business Insider España. <https://www.businessinsider.es/queens-league-1205682>.
- Hermana, D. (8 de febrero de 2023, actualizado 5 de abril de 2023). *¿Qué es la Queens League?: dónde y cómo ver, equipos y participantes de la liga femenina de streamers de Piqué, Casillas, Agüero e Ibai Llanos*. DAZN News España. <https://www.dazn.com/es-ES/news/f%C3%BAAtbol/queens-league-que-es-cuando-empieza-quienes-participan/1a027v0vmdtfg15nsjqyr1ieni>.
- 'Liber' Díaz, C. (24 de febrero de 2023). *Presentación Queens League: cuándo es y cómo verlo*. Movistar ESports. https://esports.as.com/bonus/kings-league/Presentacion-Queens-League-verlo_9_1659824002.html#:~:text=La%20Queens%20League%20se%20anunciar%C3%A1,liga%20creada%20por%20Gerard%20Piqu%C3%A9.
- Liga F. [@ligaf]. (s.f.). *Liga Profesional de Fútbol Femenino*. TikTok. Recuperado 27 de febrero de 2023, de <https://www.tiktok.com/@ligaf>.
- Markovits, A.S., y Hellerman, S.L. (2003). Women's soccer in the United States: yet another American 'exceptionalism'. *Soccer & Society*, 4(2-3), 14-29. <https://doi.org/10.1080/14660970512331390805>.
- Marugán Pintos, B. (2019). Análisis sociológico del deporte femenino. En Marugán Pintos, B. (Ed.), *El deporte femenino, ese gran desconocido*, 45-68. Universidad Carlos III de Madrid, Instituto de Estudios de Género. <http://hdl.handle.net/10016/28399>.
- Monforte Padilla, I. (2021). Deporte y mujer. Especial referencia al fútbol. <http://hdl.handle.net/10366/150780>.
- Pfister, G., Fasting, K., Scraton, S., y Vzquez, B. (2013). Women and football—a contradiction? The beginnings of women's football in four European countries. In *The European Sports History Review*, 1-26. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315038209-13/abstracts>.
- Piedra, J. (2019). La perspectiva de género en sociología del deporte en España: presente y futuro. *RES. Revista Española de Sociología*, 28(3), 489-500. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7365737>.
- Queens League Oysho. [@queensleague]. (s.f.). La liga de las reinas. TikTok. Recuperado 27 de febrero de 2023, de <https://www.tiktok.com/@queensleague>.
- Riquelme, S. (24 de febrero de 2023). Todo lo que necesitas saber de la *Queens League* Oysho. Relevo; Relevo. <https://www.relevo.com/futbol/queens-league-necesitas-saber-20230207191159-nt.html>.