



Universidad del
Rosario

Título

¿Cómo ha cambiado la trayectoria de las periodistas deportivas en Colombia?

Autor

María Paula Pineda Hernández

**Trabajo presentado como requisito para optar por el
título de Periodista**

Director, Tutor

Diego Alonso García

**Escuela de Ciencias Humanas
Periodismo y Opinión Pública
Universidad del Rosario**

**Bogotá - Colombia
2024**

Problema de Investigación:

Históricamente, el periodismo deportivo en Colombia ha estado marcado por ser un entorno masculino, en principio, debido a la cultura patriarcal en la que nos situamos. Sin embargo, durante las últimas décadas los medios de comunicación en el país han cedido espacio a periodistas deportivas, en donde la credibilidad que solía ser el principal obstáculo es remplazada por el profesionalismo y apropiación. (Restrepo, Rodríguez, 2015). Con el paso del tiempo la participación de las mujeres en el periodismo deportivo en Colombia se ha convertido en una realidad que se ha ido transformando y cada vez es más evidente la reducción de esta brecha de género en las redacciones de los medios deportivos.

Aunque en medios deportivos como Win Sports, ESPN y Caracol Radio, aún siguen vigentes los paneles netamente masculinos en programas como El Pulso del Fútbol, Balón Dividido y Saque Largo, en la mayoría de sus programas que están conformados por 6 periodistas en promedio, ya hay una cuota de al menos una o dos mujeres. De hecho, hoy no solo se ve a más mujeres trabajando como periodistas en los medios deportivos, sino que cada vez su participación es más relevante. Actualmente en Colombia las mujeres no solo ejercen como presentadoras, sino que hacen parte de los paneles de opinión, son comentaristas deportivas, realizan cubrimientos importantes e incluso, ocupan cargos directivos en las redacciones.

En este sentido, esta investigación pretende analizar cuál ha sido la trayectoria de las mujeres periodistas deportivas en Colombia y cómo ha ido cambiando su rol en los medios deportivos, pues podría pensarse que el panorama es cada vez más favorable para las mujeres y que las jerarquías en los medios de comunicación ya no son un asunto de género.

Justificación:

De acuerdo con Chaparro et al, 2022, a lo largo del tiempo las mujeres han sido reconocidas por sus limitaciones, por ser un sexo débil, complaciente y vulnerable. De hecho, antes del siglo XXI, no era frecuente la participación de una mujer en medios de comunicación

hablando y opinando sobre deportes, especialmente del fútbol, debido a que se trataba de un espacio totalmente dominado por el género masculino en el que la mujer tenía oportunidades escasas o nulas de participación. (Chaparro, Meneses, Parra, Saavedra, & Téllez, 2022). Aun así, hoy las mujeres se destacan en múltiples campos en los que hace algunos años, era impensable que fueran a ocupar. (Restrepo, Rodríguez, 2015).

En este sentido, según el Informe Mundial sobre la Condición de la Mujer en los Medios de Comunicación realizado por la UNESCO en el 2011, las mujeres periodistas solo hacen el 37% de las noticias que se difunden, el 63% restante están hechas por hombres. Así mismo, mientras que las mujeres solo representan el 28,7% de los puestos laborales en las empresas de comunicación, los hombres ocupan el 71,3% de los puestos. A esto se le suma la amplia diferencia salarial que hay entre ambos géneros. De acuerdo con el Financial Times, la brecha salarial que existe en el periodismo entre hombres y mujeres alcanza el 13%. Según el Proyecto de Supervisión de los Medios de Difusión a Nivel Mundial (GMMP) de la UNICEF, solo el 16% de los medios de comunicación posee una política de empresa sobre la igualdad de género. (Verdugo, 2019).

Ahora bien, aunque los medios deportivos tradicionalmente han sido espacios dominados por hombres, en Colombia desde hace un poco más de 20 años, se empezaron a escuchar voces femeninas hablando de fútbol, entre estas las de Liliana Salazar, Andrea Guerrero y Juliana Salazar. A pesar de que los inicios no fueron fáciles debido al rechazo que implicaba el simple hecho de ser mujeres, que no se les consideraba lo suficientemente preparadas y los estereotipos de los cuales suelen ser blanco, actualmente en diversos medios de comunicación se escucha a más mujeres hablando no solo sobre fútbol, sino sobre deportes en general. Aun así, la participación de las mujeres en las redacciones deportivas no termina de convencer al público y aún se encuentran personas que no respaldan este panorama. (Chaparro, Meneses, Parra, Saavedra, & Téllez, 2022).

De hecho, una encuesta realizada por la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP, 2018) señala que el 40% de las periodistas consultadas aseguraron que han sentido un trato diferencial por parte de sus jefes, compañeros o incluso por las fuentes de información, por

el solo hecho de ser mujeres; reconocen que han sufrido algún tipo de acoso y discriminación en las salas de redacción hacia ellas. Esto reafirma la compleja realidad a la que se enfrenta este género en el día a día. Sin embargo, sigue llamando la atención que hoy en día este tipo de comportamientos siguen siendo recurrentes, por lo que es evidente que sigue predominando el género masculino, antes que la capacitación y preparación académica en la asignación de cargos y roles en la sociedad. (Chaparro, Meneses, Parra, Saavedra, & Téllez, 2022).

De acuerdo con lo anterior, esta investigación pretende demostrar cómo ha cambiado la participación de las mujeres en el periodismo deportivo en Colombia y cómo se ha ido ampliando el espacio que ocupan hoy en día en los medios, no solo a partir de los diferentes avances que ha tenido el género en el campo, sino desde de la emergencia de nuevas plataformas que sido uno de los factores que ha permitido dar mayor visibilidad al rol de las mujeres en el periodismo deportivo.

Preguntas de investigación:

- ¿Cómo se ha transformado la trayectoria de las mujeres en el periodismo deportivo en Colombia?
- ¿Cuáles han sido los retos a los que se han enfrentado las mujeres periodistas deportivas en Colombia?

Objetivo general del producto periodístico:

Visibilizar cuál ha sido la trayectoria de las mujeres periodistas deportivas en Colombia.

Objetivo específico 1: Clasificar los roles que se le han otorgado a las mujeres en el periodismo deportivo.

Objetivo específico 2: Exponer cómo los de diferentes tipos de plataformas han permitido

dar mayor visibilidad a la participación de las mujeres en el periodismo deportivo.

Objetivo específico 3: Identificar los tipos de violencia de género que viven las mujeres periodistas deportivas.

Estado del arte:

La percepción acerca de la participación y la trayectoria de las mujeres en el periodismo deportivo, así como el análisis de los roles de género que se ejercen en el ámbito deportivo no son temas ajenos en el mundo, sin embargo, cada país lo asume de diferentes maneras.

Particularmente en España, el periodismo deportivo se ha configurado históricamente como un entorno difícil para que las mujeres se desarrollen profesionalmente y la presencia de las mujeres como periodistas deportivas aún se considera como una asignatura pendiente. (Faedo, Ginesta, Corrius, 2022). Aunque el porcentaje del liderazgo de las mujeres en los medios de comunicación deportivos de prensa, radio y televisión ha aumentado, aún sigue siendo insuficiente y descompensado y las mujeres siguen teniendo que romper ese techo de cristal (Román-San-Miguel, Zambrano, Villarreal- Palomo, 2021; & Martínez, 2021). En este sentido, se ha evidenciado que la mujer periodista, especialmente en el ámbito del periodismo deportivo, suele recibir un trato diferenciador e incluso en ocasiones, discriminatorio. (Castilla, Linares, 2015; & González, 2020). De hecho suele ser un ámbito visiblemente masculinizado en el que se perciben múltiples desigualdades de género. (Ramon, Gómez, Figueras, Medina, 2020). Y en el que es bastante común que cada una de las mujeres que aparecen en cámara, lo hagan debido a que son atractivas y siguen los patrones de belleza impuestos por la sociedad. (Gómez, 2022). Sin embargo, la emergencia de nuevos medios de comunicación, en su mayoría creados por mujeres periodistas, suponen una doble estrategia de visibilización y empoderamiento para las periodistas y deportistas femeninas en las sociedades contemporáneas. (Andrade, 2020).

En Ecuador, aunque las mujeres están capacitadas para cumplir los mismos roles que los hombres, la inserción de las damas en la profesión del periodismo deportivo y otras ramas

de la comunicación no ha sido un proceso fácil. (Torres, Ochoa, 2021). De hecho, se ha evidenciado que la ideología de género influye directamente en el trabajo que ejercen las mujeres en el periodismo deportivo especialmente en los medios radiales en Quito. (Bonilla, Rivadeneira, 2021). Es tanto así que, en Loja, la presencia de la mujer en los medios de comunicación para reportar, comentar o presentar temas sobre deporte, es prácticamente nula. (Ontaneda, 2020.)

El panorama en Perú es similar, pues, aunque tanto hombres como mujeres, están cada vez más dispuestos a incursionar en el mundo de los deportes, la participación de las mujeres en el periodismo deportivo sigue siendo escasa. (Zamora, 2022). Actualmente su presencia está siendo más notoria poco a poco, generando un gran impacto en la audiencia y una influencia sobre las mujeres que desean ejercer el periodismo deportivo. (Avalos, Ruiz, 2022). Aun así, los patrones masculinos asentados en la sociedad siguen haciendo reflejando ciertas desigualdades en cuanto a la configuración de las identidades y las asignaciones de roles de uno y otro sexo en el periodismo deportivo. (Rivas, 2021). En México, por ejemplo, se ha evidenciado que, aunque históricamente se han presentado hechos que describen la participación de las mujeres dentro de los medios deportivos, se ha generado un estancamiento en el desarrollo de periodistas deportivas, no sólo como resultado de la misma cultura por la desacreditación basada únicamente en el hecho de ser mujer o por la falta de apoyo, sino también por la violencia que se ha generado en torno a las mujeres. (Negrete, 2020).

En Argentina, ESPN es una de las señales deportivas más importantes y es la que mayor cantidad de mujeres tiene en sus equipos de conducción. Sin embargo, aunque la incorporación de la mujer al mundo deportivo ha sido notoria y se ha producido con rapidez en las últimas décadas, los marcos socioculturales siguen reflejando ciertas desigualdades en cuanto a la configuración de las identidades y las asignaciones de roles de uno y otro sexo en este tipo de periodismo, como la falta de equidad entre periodistas mujeres y hombres o las connotaciones que hacen referencia a aspectos físicos de las mujeres. (Belasteguín, 2021). Aun así, a pesar de que en Argentina el fútbol hace parte la identidad cultural y nacional, las brechas de género no solo se limitan a las mujeres en el periodismo deportivo, históricamente

la cobertura del deporte ha estado reducida al universo masculino del fútbol y hasta ahora, se elige hablar de fútbol femenino para romper con la invisibilización histórica por parte de los medios. (Succi, Visciglia, 2021).

En Colombia desde finales del siglo XX se empezaron a escuchar voces femeninas hablando de fútbol y tal como en otros lugares del mundo, los inicios no fueron fáciles pues las mujeres eran rechazadas por el simple hecho de ser mujeres. Actualmente esto ha cambiado y en los medios de comunicación se escuchan múltiples voces femeninas hablando sobre fútbol. Sin embargo, la participación de estas mujeres no termina de convencer al público en un 100% y aún se pueden encontrar personas que no están de acuerdo. (Chaparro, Meneses, Parra, Saavedra, Téllez, 2022 & Sarcos, 2020). Es clara la inferioridad de la presencia femenina y la función que realizan en los programas televisivos, el mundo deportivo tiene a nivel mundial una deuda pendiente con las mujeres periodistas e incluso con las mujeres deportistas. De hecho, la poca participación que tiene la mujer se puede evidenciar no solo en los programas de Win Sports y Fox sport Latinoamérica, sino en cada cita deportiva. (Parra, Parra, 2019).

El esfuerzo de las mujeres por llegar a los medios deportivos y mantenerse allí ha sido mayor que el de los hombres, su credibilidad es más difícil de construir y no hay espacio para la equivocación, cualquier error significa desconocimiento y poca veracidad sobre sus conocimientos específicos en el área. (Prieto, 2017). Además, a esta desigual presencia se le suma el papel que cumplen algunas mujeres que han podido entrar en las secciones y redacciones deportivas. La mayoría solo se encargan de “servir de adorno”. Muchas tan solo presentan la sección deportiva en un noticiero o dan un par de datos en una transmisión en vivo. (Verdugo, 2019).

Sin embargo, en la última década, medios de comunicación colombianos han cedido espacio a periodistas deportivas, en donde la credibilidad como gran obstáculo, es demolida por el profesionalismo y apropiación. (Restrepo, Rodríguez, 2015). De hecho, la participación de las mujeres en los escenarios deportivos ha generado una discusión presente en los debates de género y reivindicación femenina. Las continuas luchas por parte de las mujeres para crear

espacios de equidad han permitido que estas desarrollen sus habilidades en espacios que tradicionalmente, en sociedades machistas, eran considerados para hombres, tales como el fútbol. Del mismo modo, han llevado a que los medios de comunicación tengan la responsabilidad de visibilizar esta lucha, siendo fundamentales en la creación de discursos transformadores. (Arias, Núñez, Vargas, 2021). Hoy se ven mujeres futbolistas, hinchas y periodistas que disfrutan del fútbol, o sea que hay un horizonte esperanzador en este ámbito deportivo. Sin embargo, todavía el papel de la mujer está en segundo plano respecto al del hombre y es responsabilidad de la sociedad y de los entes encargados otorgarle a la mujer el lugar que se merece, y más importante aún, la mujer es la encargada de sí misma ella y debe posicionarse como es debido. (Cardona, Restrepo, 2018).

Por otro lado, también se revisaron artículos acerca de la emergencia de nuevas plataformas y su impacto en el periodismo deportivo.

En la actualidad, las redes sociales pertenecen a ciertos micro mundos vinculados a sí mismos, pues poseen herramientas con utilidades casi infinitas y que superan por mucho las pretensiones de sus creadores. De hecho, el entorno deportivo tiene un lazo particularmente fuerte con plataformas como Twitter. (Marroquín, 2019). El deporte y Twitter van muy unidos, lo que provoca que los potenciales seguidores de esta información se abastezcan de la red social para estar informados del día a día en todo lo relacionado con sus intereses deportivos. Noticias de última hora, exclusivas, programaciones, opinión; no solo de la mano de usuarios o profesionales de la información, sino también en el caso de los medios de comunicación. (Marcos, 2017). En los últimos años, algunos medios de comunicación dedicados al periodismo deportivo se están limitando a reproducir los datos y contenidos de las redes sociales sin hacer la respectiva exploración y verificación de los hechos noticiosos, esto evidentemente tiene como resultado noticias inexactas y muchas veces falsas. (Rentería, 2020). Tanto así que la prensa, la radio y la televisión con los años han ido perdiendo parte de su audiencia, especialmente entre los jóvenes que buscan nuevas alternativas para mantenerse informados. Hasta hace unos años la alternativa era Youtube, que ha llegado a desbancar a grandes periodistas y convertirse en el lugar más visitado para informarse en temas deportivos. Sin embargo, recientemente la plataforma que ha provocado un

crecimiento enorme y que sigue en ascenso es Twitch, donde muchos de los llamados “youtubers”, sin dejar sus canales, han comenzado a experimentar y a evolucionar comentando partidos, llegando a divertir con numerosos directos y hacer algo completamente diferente que consigue atraer y divertir al público joven. (Rodríguez, 2022). En una generación donde cada vez se consume más internet y menos medios tradicionales, ha sido casi una obligación para profesiones como el periodismo empezar a incursar en diferentes plataformas como las redes sociales y sitios web, con el objetivo de no quedar desactualizados y captar nuevas audiencias. La plataforma de streaming Twitch, que en un inicio estaba diseñada para contenido gamer exclusivamente, viene siendo un medio innovador donde periodistas pueden crear su propio contenido de una manera más independiente y al mismo tiempo interactuar con su público de manera más directa. (Céspedes, 2022).

En cuanto a los artículos periodísticos, estos se escribieron entre el 2017 y el 2023. De estos, 14 son reportajes, 10 son entrevistas, 5 son noticias y 6 perfiles.

En su mayoría, estos destacan la participación y el rol que ejercen las mujeres en el periodismo deportivo y además, visibilizan su experiencia como periodistas, pues en un espacio tan masculinizado como el fútbol, las mujeres han demostrado con creces que tienen todas las capacidades para ocupar otros roles en el deporte rey. (Cuervo, 2022, Barcelona, 2022, Russi, 2023, Romoleroux, 2023, Win Sports, 2023, Jiménez, 2022, Millán 2018, Colombia, 2021, Maraví, 2023, Quiroz, 2022, Maldonado, 2022, Barrera, 2020). Por ejemplo, Semana entrevistó a las periodistas deportivas Andrea Guerrero, Sarah Castro, Marina Granziera y Melissa Martinez para conocer sus puntos de vista acerca del momento por el que pasaba la Selección Colombia, sus jugadores, cuerpo técnico, y las posibilidades que tenían de clasificar al mundial de Qatar. (Fútbol, 2022). Además, hoy en día el fútbol da ejemplos de igualdad todos los días y muestra que es posible, aunque no parezca, que una mujer logre un espacio entre los grandes de un contexto que históricamente ha sido de hombres. (Manrique, 2019).

Aun así, desde los medios también se le da relevancia al sesgo y las brechas por las que deben

atravesar las mujeres para hacerse un lugar en el periodismo deportivo, pues evidente que demostrar la calidad de su trabajo no ha sido una tarea fácil. A las múltiples luchas que enfrentan las mujeres se le suma la desigualdad dentro del periodismo deportivo, en el que muchas mujeres se han venido abriendo espacio, pero que han sido tachadas por una parte del público, por el mismo hecho de ser mujeres y por no darles el mismo peso a sus comentarios, como se los dan a los hombres que cubren la fuente. (Deportes, 2020). El mundo del deporte fue considerado por décadas como un espacio "solo para hombre", por lo menos para la mayoría de las disciplinas deportivas. Sin embargo, en los últimos años, en Argentina, la discusión que abrieron las organizaciones feministas y deportivas comenzó a cambiar esa perspectiva no solo en el campo de juego, sino también en los medios de comunicación. (La Unión, 2023). A este panorama que no se presenta solo en Argentina sino en múltiples lugares del mundo, se unieron otros medios para ampliar la conversación. (Casas, 2023, Puerto, 2022, Brandan, 2023, Corti, 2022, ESPN Digital, 2022, PORTAL, 2022, Exclusivo Caras, 2023, Maldonado, 2022, El Informador, 2023, Freire, 2023).

Por ejemplo, la periodista Marion Reimers alzó su voz contra los estereotipos, la falta de representatividad y la violencia contra la mujer en medios deportivos en una entrevista con el medio DW. (Dannemann, 2023). Y según un informe del Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión, de las mujeres que ejercen el periodismo deportivo ocupan solo el 10 por ciento del staff de profesionales de las señales de radio y televisión dedicadas a los deportes, que en un 90 por ciento está integrado por hombres. (Grupo La Provincia, 2023).

Aun así, en Colombia la participación de las mujeres en el deporte cada día está tomando más fuerza. Por esto durante la Copa América Femenina de 2022 el Ministerio del Deporte y ONU Mujeres, con el apoyo de Win Sports, lanzaron la campaña #HazteFan del 'Deporte por la Igualdad', una iniciativa busca fortalecer el apoyo al deporte femenino, promover el acceso al deporte y a la igualdad de oportunidades. Además, de sensibilizar sobre el rol de la mujer en la actividad física y cerrar las brechas de género. (Win Sports, 2022). De hecho, según un estudio de TalkWalker, una plataforma de escucha digital las colombianas generan más de 13.000 conversaciones sobre fútbol al mes. (Win Sports, 2021).

Este cambio de panorama ha demostrado que hoy en día las mujeres también están ocupando nuevos cargos. Hoy vemos una invasión femenina en estudios de grabación, *sets* de televisión, salas de edición, estaciones de radio, salas de redacción de periódicos y revistas, redes sociales y en las calles, haciendo reportería. (Hernández, 2021). De hecho, hasta ocupan cargos directivos. Desde 2017, Sarah Castro es la directora del medio digital AS Colombia. (AS.com, 2017, Wills, 2021). E incluso, por su trayectoria, son cada vez más reconocidas, por ejemplo Andrea Guerrero tiene una amplia experiencia en radio y televisión y hasta el momento ha asistido a 4 Mundiales: Sudáfrica 2010, Brasil 2014, Rusia 2018 y Catar 2022. (Win Sports, 2023). Es el mismo caso de la periodista Diana Rincón, quien se convirtió en la primera periodista colombiana que comentó una final de torneo UEFA. (Perilla, 2022).

Marco conceptual:

- **Roles de género en el periodismo deportivo**

La palabra rol designa la función que una persona desempeña en un determinado contexto, el género, por su parte, hace referencia a una categoría que identifica “los roles socialmente construidos que expresan los valores, conductas y actividades que asigna una sociedad a las mujeres y a los hombres”. (Saldívar et al, p.5, 2015).

En este sentido, el concepto roles de género designa no sólo a las funciones referidas, sino también a los papeles, expectativas y normas que se espera que las mujeres y los hombres cumplan en una sociedad. Estas son establecidas social y culturalmente, y dictan pautas sobre cómo deben ser, sentir y actuar unas y otros, dependiendo en principio, del sexo al que pertenecen. (Saldívar et al, p.5, 2015).

De este modo, estos roles diferenciados para mujeres y hombres marcan también una posición en una estructura social que generalmente está delimitada sobre la desigualdad; entonces algunas actividades o características son socialmente valoradas como más importantes o superiores, mientras que otras se consideran inferiores o menos trascendentes. (Saldívar et al, p.5, 2015).

Las construcciones sociales determinan los espacios y el rol que ocupa una persona en una comunidad específica, esto mediante la construcción de imaginarios colectivos que se convierten en prácticas culturales e identitarias de colectivos. En sociedades machistas, dichas construcciones favorecen al hombre, con privilegios y un poder dominante sobre la mujer. (Arias et al, p.16, 2021).

De acuerdo con García (2020), la imagen de la mujer representa en todos los ámbitos del periodismo, un grupo infravalorado antes las posturas masculinas, demostrando no gozar de igualdad de condiciones. A partir de esto, Arias et al (2021), aseguran que se reconoce que existe un rol persuasivo que ejercen los medios de comunicación y como consecuencia, el producto femenino se ve disminuido en su consumo, teniendo una mayoría de rating y preferencia la audiencia que elige el fútbol masculino.

De hecho, según Castilla & Pérez (2015), los medios de comunicación muy a menudo obvian a las mujeres y sus actividades, proyectando imágenes estereotipadas o que las victimizan. En general, no reflejan el amplio y diverso papel que desempeñan actualmente en nuestra sociedad. En la prensa, es posible apreciar como el número de periodistas mujeres es mucho menor al número de hombres que ejercen esta profesión, siendo esta diferencia patente en cualquiera de los eslabones de la cadena que componen este oficio. El número de mujeres dueñas de medios es mucho menor al de hombres, el número de redactoras mujeres es mucho menor al de hombres, el número de presentadoras de programas deportivos en televisión es mucho menor al de hombres; y el número de mujeres locutoras de radio en el ámbito deportivo, no solo es mucho menor al de hombres, sino que es prácticamente inexistente. (p.3, 2015)

Por su parte, para Fernández (2015), la presencia de la mujer en los medios de comunicación deportiva es una de las asignaturas pendientes en el mundo del deporte. A pesar de la incorporación de la mujer a la práctica deportiva en los últimos 25 años en la sociedad, todavía no se contempla a la mujer desempeñando labores relacionadas con el deporte, a no ser de entrenadora de deportes considerados femeninos. Llama la atención la escasez de

mujeres periodistas especializadas en deporte. Su presencia se reduce normalmente a los deportes considerados femeninos, como la gimnasia, y a los pequeños bloques informativos, en las revistas especializadas y de ocio, dedicados a mantenerse en forma. Si bien es cierto que en las emisoras de radio empiezan a oírse voces femeninas hablando de fútbol, en los espacios deportivos de los fines de semana, no es menos cierto que no aparecen en los programas estelares deportivos, aunque esta tendencia parece que últimamente se está rompiendo, quien sabe si para captar a la audiencia femenina, que es una parte muy importante de cerca de 2,5 millones de oyentes de la radio deportiva nocturna. (p.25, 2015).

De hecho, desde la UNESCO (2021), señalan que, aunque en los últimos tiempos, la radiodifusión deportiva se ha vuelto más accesible a las mujeres, las cifras muestran que todavía hay una brecha notable. En la actualidad, un bajo porcentaje de las emisoras de deportes son mujeres, e incluso los presentadores de los días laborables en las emisoras de radio deportivas son mujeres. El número de mujeres que se dedican al periodismo deportivo sigue siendo relativamente bajo, y esta área particular de la información sigue siendo una especialidad predominantemente masculina en países de todo el mundo.

Aun así, según Castilla & Perez (2015), actualmente los medios de comunicación contribuyen de manera importante al proceso de socialización del género, a la vez que reflejan la situación de ambigüedad en que se encuentran hoy día muchas mujeres que, ante la rapidez de los avances y transformaciones sociales, ven acrecentada la posibilidad de ejercer múltiples roles, algunos de los cuales van mucha más allá de los ejercidos tradicionalmente por sus antecesoras. (p.12, 2015)

- **Brechas de género en el periodismo deportivo**

Las brechas de género se definen como la distancia que existe entre el acceso, el disfrute, la participación y el control de los recursos, servicios, oportunidades o beneficios sociales entre mujeres y hombres. Esas brechas están directamente relacionadas con las diferentes posiciones que ocupan los hombres y mujeres en la sociedad, así como la desigualdad en la distribución de recursos, acceso y poder. (PNUD, p.307, 2017).

De este modo se estudian las relaciones entre extremos, bien por sexo, bien por otras categorías sociales. Bien entre un valor general, y entre este valor y el que alcanzan los subgrupos, o estos con respecto a la media nacional. (PNUD, p.307, 2017). Entonces, la definición de brecha efectivamente está asociada a la noción de una acción que se tiene que hacer para que una población que se identifica como rezagada alcance mejores niveles de calidad de vida. (PNUD, p.308, 2017).

De acuerdo con Arias et al (2021), las inequidades de género están presentes en múltiples ámbitos de la vida en sociedad y en el deporte, en especial en el fútbol, se hacen particularmente evidentes. Los clubes de fútbol femenino, los medios de comunicación deportivos y los fanáticos del balompié, son en su mayoría, reflejo de la brecha de oportunidades entre hombres y mujeres. Además, se convierten en espacios en los que los estereotipos y los roles de género permean las relaciones establecidas en estos escenarios, reafirmando conductas históricamente machistas. (p.16, 2021).

El género femenino se basa en la variable de opresión que la sociedad impone, siendo sus homólogos masculinos los que no ostentan dicho valor discriminatorio. En un contexto social, esto tiene que ver con el entorno en el que la mujer desarrolla sus actividades, esa igualdad de derechos y oportunidades está sujeta al condicionamiento social. El hecho de que no se vea en evidencia las igualdades de derechos tiene que ver con las diferencias preestablecidas en la cuestión de género. La mujer lucha por obtener las mismas oportunidades que los hombres ya tienen. Estas ideas han infundido en las relaciones sociales de ambos géneros. Así mismo se ilustran en la manera sexista en la que los medios de comunicación se referencian a las mujeres, poniendo en evidencia el machismo y la figura del hombre como hegemónico y único participante en el fútbol. (Arias et al, p.19, 2021).

Entonces, la selección de información y preferencia en la transmisión encuadra la realidad de maneras específicas, la realidad presentada y el lenguaje que usan los medios influyen en la opinión y concepto del público. En la participación noticiosa de una mujer se analiza el lenguaje utilizado por la prensa, en ocasiones, se delibera una categorización de estigmas y

estereotipos que deja a las mujeres en un segundo plano, provocando una inequidad del lenguaje. Expresiones como “el fútbol es solo para los varones”, o en ideas generalizadas como, “las mujeres no saben sobre fútbol”, se observan dentro del periodismo que conforman una aberración de términos por género. (Arias et al, p.19, 2021).

En este sentido, como afirma García (2020), el periodismo demuestra ser una profesión que no se escapa de la brecha entre géneros, a pesar de que la representación de la mujer ha ido en aumento. Su situación laboral no ha mejorado desde su incorporación, considerando importante el conocimiento de obstáculos laborales que han tenido que protagonizar mujeres, que por su constancia e innovación han aportado ámbitos esenciales para la profesión. Y por el simple hecho de ser mujer, sus actuaciones no han tenido un reconocimiento igualitario en la actualidad. (p.5, 2020).

Tipo de medio elegido:

Sonoro

Detalle del Formato:

La investigación se presentará a través de un podcast que constará de 5 capítulos y tendrán una duración de aproximadamente 5 minutos cada uno.

Metodología:

Esta investigación se llevará a cabo a través de un análisis cualitativo, que incluirá fuentes primarias, secundarias y el desarrollo de entrevistas a profundidad a cinco periodistas deportivas de distintos medios de comunicación en Colombia.

Teniendo en cuenta que cada una de estas periodistas representa una trayectoria diferente, Sarah Castro de Diario AS y Caracol Radio, Valentina Peña de W Radio y La Chica de la F1 en TikTok, Melissa Martínez de ESPN Colombia y Caracol Radio, y Diana Rincón de

ESPN Colombia son las mujeres periodistas deportivas que harán parte de esta investigación.

Esto con el fin de conocer cuáles son sus perspectivas acerca del panorama actual para las mujeres como periodistas deportivas en los medios, cuál ha sido su trayectoria en el periodismo deportivo, cómo ha cambiado su participación en los medios, identificar si han sido víctimas de violencia de género en las redacciones y clasificar cuáles son los retos que han tenido que atravesar para hacerse un espacio en el campo, así como analizar si su papel como periodistas deportivas se reduce a los medios de comunicación o si también se han acogido a las nuevas plataformas para visibilizar su trabajo.

A partir de esto, se realizará un producto sonoro, podcast, que se dividirá en 5 capítulos a través de los cuales se pretende visibilizar la trayectoria de cada una de las periodistas escogidas y evidenciar que con el paso del tiempo la participación de las mujeres se ha hecho más notoria en el periodismo deportivo en Colombia, pues cada vez no solo se van viendo redacciones más equitativas, sino que incluso cada vez obtienen cargos más importantes.

Por medio de cada uno de estos capítulos, que tendrán una duración de 5 minutos aproximadamente, se realizará una entrevista a profundidad a cada una de las periodistas seleccionadas para esta investigación.

Perfiles:

Sarah Castro Lizarazo:

Sarah Castro nació en Bogotá en 1985 y es politóloga de la Universidad Nacional y especialista en periodismo de la Universidad de los Andes. Inició su carrera en medios como periodista deportiva cubriendo al club Independiente Santa Fe y a la Selección Colombia para Terra Networks, hizo parte del equipo de prensa del DC United, equipo de la MLS y fue reportera en Telemundo. Coordinó la información de eventos como los Juegos Olímpicos de Londres, trabajó como editora digital de deportes de Radio Caracol y

actualmente es la directora de AS Colombia y hace parte del Var Caracol.

Juliana Salazar Meza:

Juliana nació en Manizales y estudió Comunicación Social en la Universidad de Manizales. Ha trabajado en radio en Todelar y en televisión en CM&, Telecafé, Canal Une y Señal Colombia, en prensa en el periódico La Patria e instituciones deportivas y educativas. Además, fue Coordinadora de Televisión en Pereira del Mundial Sub 20 de Fútbol, trabajó con el Once Caldas cuando fue campeón de la Copa Libertadores 2004, fue Jefe de Prensa de Colombia en los Juegos Centroamericanos y del Caribe en Mayagüez, Puerto Rico y periodista y comentarista deportiva con Caracol Radio. Actualmente es presentadora del programa Sportcenter para ESPN Argentina.

Melissa Martínez:

Melissa nació en 1986 en Soledad, Atlántico, estudió Comunicación Social en la Universidad Autónoma del Caribe. Comenzó a trabajar como presentadora en Telecaribe, en 2006 pasó a ser corresponsal de fin de semana de Noticias RCN en Barranquilla, posteriormente se desempeñó como “patrullera de la noche” en el mismo canal y ahí pasó a ser una de las periodistas del programa Fútbolmanía RCN. Desde 2018 pasó a hacer parte del equipo de deportes de Fox Sports Colombia y actualmente es una de las panelistas de ESPNFSshow y hace parte de la mesa del Var Caracol.

Diana Rincón:

Nació en Bogotá y estudió Comunicación Social en la Universidad Sergio Arboleda, inició en el mundo del periodismo deportivo como redactora y fotógrafa del portal web de Independiente Santa Fe, fue periodista y presentadora de TeleAmiga y panelista y reportera desde cancha con Radio Capital. Tiene experiencia en medios como RCN Televisión y Caracol Radio, se desempeñó como periodista, presentadora de noticias y reportera en campo de juego durante más de 9 años en Win Sports y además ha hecho parte del equipo de

Telemundo cubriendo grandes eventos deportivos como el Mundial de la FIFA Rusia 2018, Copa América Brasil 2019, el Mundial de la FIFA Qatar 2022. Actualmente es panelista en ESPN Colombia.

Valentina Peña:

Valentina tiene 24 años y estudió Comunicación Social en la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga. Valentina ha incursionado en plataformas como Instagram y TikTok en las que tiene su cuenta (@lachicadelaf1) en donde habla sobre automovilismo, comentó las incidencias de los encuentros de la Selección Colombia Femenina Sub-20 durante el mundial de Costa Rica junto a Ricardo Henao y Luis Antonio Pazos, trabajó como periodista y reportera por casi dos años en Win Sports y actualmente es editora de deportes en W Radio.

Batería de preguntas:

1. ¿Por qué escogieron el periodismo deportivo?
2. ¿De dónde viene su gusto por los deportes?
3. ¿Cómo empezó su participación en los medios deportivos?
4. ¿Qué barreras ha percibido que existen para las mujeres al ejercer el periodismo deportivo?
5. ¿A qué retos se han enfrentado a lo largo de su profesión?
6. ¿Qué roles han ejercido durante su trayectoria como periodistas deportivas?
7. ¿Consideran que existe un sesgo frente al tratamiento de la información deportiva por parte de las mujeres?
8. ¿Qué tanta competencia hay en el campo?
9. ¿En algún momento de su carrera se ha visto vulnerada o discriminada en el campo por el hecho de ser mujeres?
10. ¿Ha sido víctima de violencia de género durante su trabajo como periodista deportiva?
11. ¿Qué tienen las mujeres para aportarle al periodismo deportivo?
12. ¿Creen que existe una necesidad de “desmasculinizar” la labor del periodista deportivo?

13. ¿Qué desafíos ven de cara al futuro para las mujeres en el periodismo deportivo?
14. ¿Cómo ha influido la emergencia de nuevas plataformas en su trabajo como periodistas?

Desarrollo:

El podcast se realizará a partir de tres etapas, preproducción, producción y postproducción. Durante la preproducción se establecerán las fechas y los espacios en los que se realizarán las entrevistas; se diseñará la escaleta y estructura del podcast, la introducción, musicalización y guión técnico que se utilizará a lo largo de las grabaciones; además, se establecerá la estrategia de redes

sociales. En la producción se llevarán a cabo las grabaciones y el desarrollo de las entrevistas, para esto se implementará la metodología planteada en la etapa de preproducción. Finalmente, la postproducción constará del montaje y edición del podcast.

Referencias:

Aguilar, M. M. T., & Ochoa, R. (2021). Inserción de la mujer en el periodismo deportivo ecuatoriano. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 5(2), 17-28.

Arias, N. A., Núñez, J. A. & Vargas, W. F. (2021). Inequidad de género en el tratamiento de información sobre fútbol en periodismo deportivo televisivo: Win Sports, ESPN y Fox Sports. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12749/13763>.

AS.com. (5 de diciembre de 2017). Sarah Castro, líder en deportes con AS Colombia. AS Colombia.

https://colombia.as.com/colombia/2017/12/05/masdeporte/1512511103_844514.html

Avalos Sotelo, J. A., & Ruiz Baca, O. R. (2022). El empoderamiento de la mujer y el periodismo deportivo femenino, en la televisión peruana durante los últimos 2 años (2020-2022).

Barcelona, J. (8 de marzo de 2022). Mujeres que abren camino en el periodismo deportivo. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20220308/8106866/mujeres-abren-camino-periodismo-deportivo.html>

Barrera, D. (8 de marzo de 2020). Marisa Lara, la mujer que abrió puertas en el periodismo deportivo. Diario AS. https://mexico.as.com/mexico/2020/03/08/masdeporte/1583622370_056204.html

Belasteguin, S. (2021). Análisis del rol de las periodistas mujeres en los programas deportivos de ESPN entre 2019 y 2020.

Bonilla Berrones, D. I., & Rivadeneira Gordillo, F. W. (2021). Periodismo deportivo y género: los roles de las mujeres en la labor del periodismo deportivo radiofónico en la ciudad de Quito (Bachelor's thesis, Quito: UCE).

Brandan, I. (7 de marzo de 2023). El rol de la mujer en el periodismo deportivo: ¿cuánto cambió su lugar en esos medios?. C5N. <https://www.c5n.com/sociedad/el-rol-la-mujer-el-periodismo-deportivo-cuanto-cambio-su-lugar-esos-medios-n101986>

Calvo Ortega, E., & Gutiérrez San Miguel, B. (2016). La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homólogo masculino. Revista Latina de Comunicación Social, (71), 1230-1242.

Campos García, A. (2021). Nuevas esferas para el periodismo deportivo: YouTube y Twitch. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Canela Andrade, M. (2020). La emergencia del periodismo deportivo femenino: Una doble estrategia de visibilización de las mujeres en el ámbito de la comunicación y del deporte. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Cardona, E. Y. R., & Soto, J. A. R. (2018). El rol de la mujer: una perspectiva sociocultural en el fenómeno del fútbol. *Ánfora*, 25(44), 157-176.

Casadiego, M. C. (2018). Cinco décadas de mujeres periodistas deportivas. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/40059>.

Casas, P. (9 de febrero de 2023). Cinco mujeres para romper el sesgo de género en los deportes en televisión. El País. <https://elpais.com/television/2023-02-10/cinco-mujeres-para-romper-el-sesgo-de-genero-en-los-deportes-en-television.html>

Castilla Pérez, A., & Linares Robles, E. (2015). El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo. Trabajo Fin de Grado en Periodismo.

Céspedes Luque, D. A. (2022). Periodismo deportivo y nuevas tecnologías: Twitch como herramienta digital de difusión.

Chaparro Jaimes, J. S. S., Meneses Cristancho, Y. E., Parra Marchena, E. N., Saavedra Guerrero, N. S., & Téllez Sampayo, S. S. (2022). Una voz por escuchar: Las voces femeninas del periodismo televisivo en el fútbol colombiano y argentino.

Colombia. (09 de marzo de 2021). Periodista deportiva colombiana, única latinoamericana seleccionada entre los 10 mejores del mundo. Infobae. <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/03/09/periodista-deportiva-colombiana-unica-latinoamericana-seleccionada-entre-los-10-mejores-del-mundo/>

Corti, D. (10 de agosto de 2022). Mujeres y deporte: persisten desigualdades y están poco representadas en los medios. Chequeado. <https://chequeado.com/el-explicador/mujeres-y-deporte-persisten-desigualdades-y-estan-poco-representadas-en-los-medios-de-comunicacion/>

Cuervo, D. (30 de julio de 2022). El grito de gol en la voz de una mujer. Radio Nacional de Colombia. <https://www.radionacional.co/actualidad/deportes/periodistas-deportivas-narrando-futbol-colombiano-cancha-alterna>

Dannemann, V. (2 de enero de 2023). Marion Reimers: "Se espera que seamos complacientes y silenciosas". DW. <https://www.dw.com/es/marion-reimers-se-espera-que-seamos-complacientes-y-silenciosas/a-64264381>

Deportes. (20 de febrero de 2020). Polémica declaración sobre las mujeres en el periodismo deportivo. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/polemica-declaracion-de-jorge-bermudez-sobre-las-mujeres-periodistas-deportivas-464228>

Diana Orozco. (13 de diciembre de 2020). Esther Collado: "Cada vez se valora más la opinión de la mujer". Diario AS. https://as.com/futbol/2020/12/13/mas_futbol/1607814055_897570.html

El informador. (8 de marzo de 2023). Abrirse paso en un mundo dominado por hombres. El Informador. <https://www.informador.mx/deportes/Dia-de-la-Mujer-2023-Abrirse-paso-en-un-mundo-dominado-por-hombres-20230308-0002.html>

ESPN Digital. (16 de marzo de 2022). Relatos: lo difícil de hacer periodismo de deportes para las mujeres en Guatemala. ESPN. https://espndeportes.espn.com/futbol/guatemala/nota/_/id/10045110/historias-mujeres-comunican-sobre-deportes-guatemala

Exclusivo Caras. (2 de febrero de 2023). "Cuando sos mujer tenés que demostrar mucho más". Caras Uruguay. <https://www.caras.uy/noticias/exclusivo-caras/cuando-sos-mujer-tenes-que-demostrar-mucho-mas.phtml>

Faedo, N. I., Ginesta, X., & Corrius, M. (2022). ¿Evolución o involución? Análisis de los roles de las mujeres periodistas deportivas en la producción informativa de Mundo Deportivo y

Marca. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 9(18), 182-206. Fernández Ochoa, M. (2015). Rol de la mujer en el periodismo deportivo. Canal CDM.

Freire, N. (4 de marzo de 2023). La mujer avanza a través del deporte. MARCA.

<https://www.marca.com/radio/2023/03/05/64023e2b46163f88378b45af.html>

FLIP. (2018). UN ESTADO DEPREDADOR DE LA LIBERTAD DE PRENSA.

Fútbol. (15 de enero de 2022). Las periodistas deportivas toman la palabra: ¿Colombia irá a Catar?. Semana. <https://www.semana.com/deportes/articulo/las-periodistas-deportivas-toman-la-palabra-la-seleccion-colombia-ira-a-catar/202243/>

García Martínez, L. (2021). ¿Existen desigualdades para las periodistas deportivas en el fútbol en televisión?.

González Borrallo, E. (2020). Mujer y periodismo deportivo. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Grupo La Provincia. (22 de febrero de 2023). Un informe evidenció que solo el 10% de periodistas de señales deportivas son mujeres. Grupo La provincia. <https://www.grupolaprovincia.com/sociedad/un-informe-evidencio-que-solo-el-10-de-periodistas-de-senales-deportivas-son-mujeres-1106159>

Hernández, A. (2 de febrero de 2021). Mujeres, al timón en los medios. El Espectador. <https://www.elespectador.com/entretenimiento/cine-y-tv/mujeres-al-timon-en-los-medios-article/>

Jorge Jimenez. (9 de mayo de 2022). Periodismo deportivo: la pelota estuvo en la cancha de ellas. La República. <https://larepublica.pe/sociedad/2022/05/08/arequipa-mujeres-en-el-periodismo-deportivo-la-pelota-estuvo-en-la-cancha-de-ellas-lrsd>

La Unión. (8 de marzo 2023). ¿Cuánto cambió en los últimos años el rol de la mujer en el periodismo deportivo?. La Unión. <https://www.launion.digital/deportes/cuanto-cambio-ultimos-anos-rol-mujer-periodismo-deportivo-n126148>

Maldonado, V. (29 de abril de 2022). El nuevo rostro femenino del deporte: “Quiero que la gente no solo sepa de fútbol”. Diario AS. https://chile.as.com/deporte_femenino/el-nuevo-rostro-femenino-del-deporte-quiero-que-la-gente-no-solo-sepa-de-futbol-n/

Manrique, C. (8 de marzo de 2019). En medio de la tormenta, una periodista que brilla en el fútbol colombiano. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/juliana-salazar-periodista-brilla-en-el-futbol-colombiano-335348>

Maraví, J. (8 de marzo de 2023). “Entrevistar a Arturo Vidal cuando no hablaba con nadie, me hizo sentir la mujer más empoderada del mundo”. El Comercio. <https://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/dia-de-la-mujer-milena-merino-entrevistar-a-arturo-vidal-cuando-no-hablaba-con-nadie-me-hizo-sentir-la-mujer-mas-empoderada-del-mundo-dia-internacional-de-la-mujer-8-de-marzo-noticia/?ref=ecr>

Marcos Carretón, G. D. (2017). Periodismo deportivo en Twitter. Análisis del uso de la red social por parte de los profesionales de la información.

"Marroquín, M. (2019). ""TWITTER Y EL PERIODISMO DEPORTIVO EN COLOMBIA: ANÁLISIS DEL USO DE ESTA RED "

Millán, F. (12 de junio de 2018). ¡Que ruede el balón!. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/carrusel/periodistas-deportivas-y-mundial-rusia-2018-229504>.

Negrete, D. 2020. Vulnerabilidad de la mujer en la cobertura periodística deportiva en Colima. Ontaneda Andrade, S. E., Sandoya Valdiviezo, C. T., & Sánchez Martínez, H. (2020). La mujer como periodista especializada en deporte. *Questión*.

Parra Tabares, C., & Parra Tabares, V. (2019). El papel de la mujer en los programas televisivos deportivos Fox Sport Radio y Kick Off-Win Sport (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).

Perilla, W. (25 de mayo de 2022). La periodista Diana Rincón es un verdadero orgullo y la sigue rompiendo en ESPN Latam. Bolavip. <https://bolavip.com/co/otros/Verdadero-orgullo-la-periodista-colombiana-que-si-la-esta-rompiendo-en-ESPN-20220525-0015.html>

Pinilla Gómez, T. (2022). La mujer como periodista deportiva. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

PNUD, UNFPA. ONU MUJERES, CEPAL. (2017). *Brechas de Género y Desigualdad: De los Objetivos de Desarrollo del Milenio a los objetivos de Desarrollo Sostenible*. Bogotá.

PORTAL. (16 de noviembre de 2022). Invisibilizadas las mujeres en el deporte, dice Ana Laura Cruz, periodista deportiva UAEMéx. PORTAL. <https://diarioportal.com/2022/11/16/invisibilizadas-las-mujeres-en-el-deporte-dice-ana-laura-cruz-periodista-deportiva-uaemex/>

Prieto, J. (2018). El rol femenino en el periodismo deportivo colombiano. (Trabajo de grado). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá - Colombia.

Puerto, L. (27 de octubre de 2022). Periodismo: una profesión ejercida por mujeres, pero liderada por hombres. Revista Capital. <https://capital.es/2022/08/27/periodismo-profesion-mujeres-directivos/>

Quiroz, S. (13 de octubre de 2022). El partido de Milena Merino: su rol para visibilizar a las periodistas deportivas que la preparó para su nuevo debut profesional. Infobae. <https://www.infobae.com/america/peru/2022/10/13/milena-merino-debutara-como-comentarista-como-fueron-sus-inicios-y-la-revancha-que-la-llevo-a-ser-periodista-deportiva/>

Ramon Vegas X, Gómez-Colell E, Figueras-Maz M, Medina-Bravo P. Las mujeres como

outsiders en el periodismo deportivo: percepción de las estudiantes y personas expertas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 2020;26(3):1183-94. DOI: 10.5209/esmp.64526

Rentería Monroy, J. F. (2020). Redes sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(166-182), 667-687. Recuperado a partir de <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/215> Reñón Reñón, L. (2021). Las voces femeninas del periodismo deportivo: narraciones de partidos de fútbol.

Restrepo Chica, C., & Rodríguez Arango, S. L. (2015). Mujeres al Camerino: rol de la mujer en el periodismo deportivo.

Rivas Huamán, R. P. (2021). Experiencias, funciones y desafíos en el rol profesional de mujeres del periodismo deportivo en la ciudad de Lima, 2020.

Rodríguez Dujó, J. (2022). La repercusión de las nuevas plataformas en el periodismo deportivo. Román-San-Miguel, A., Zambrano, R. E., & Villarreal-Palomo, A. (2021). Periodismo deportivo dirigido por mujeres. *Austral Comunicación*, 10(1), 301-320.

Romoleroux, M. (9 de marzo de 2023). Día Internacional de la Mujer Cali: mujeres que brillan en periodismo deportivo. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/colombia/cali/mujeres-que-brillan-en-el-periodismo-deportivo-del-valle-del-cauca-748255>

Russi, A. (8 de marzo de 2023). Las mujeres, cada vez con más 'cancha' en el fútbol colombiano. *El País*. <https://www.elpais.com.co/deportes/futbol-colombiano/las-mujeres-cada-vez-con-mas-cancha-en-el-futbol-colombiano.html>

Saldívar Garduño, A., Díaz Loving, R., Reyes Ruiz, N. E., Armenta Hurtarte, C., López Rosales, F., Moreno López, M., ... & Domínguez Guedea, M. (2015). Roles de género y diversidad: Validación de una escala en varios contextos culturales. *Acta de investigación psicológica*, 5(3), 2124-2147.

Sarcos Araujo, J. A. (2020). Análisis de las periodistas deportivas en los medios de comunicación en Colombia.

Subirats Aguilar, G. (2021). Periodismo femenino. Construcción de roles y perspectiva de género: el caso de la Copa del Mundo Femenina de Fútbol de 2019.

Succi, A. Visciglia, V. (2020). El fútbol es para futbolistas: Un análisis de la desigualdad de género en la cobertura periodística de la Copa Mundial Femenina 2019.

UNESCO. (2021). *UNESCO*. Obtenido de UNESCO:

<https://webarchive.unesco.org/web/20220626154800/https://es.unesco.org/themes/igualdad-genero-medios-deportivos>

Verdugo Romero, J. P. (2019). Con ojos de mujer. Cuatro periodistas que cambiaron de color el periodismo deportivo en Colombia.

Wills, C. (11 de junio de 2019). Periodismo deportivo, más allá de narrar goles.

Canal trece. <https://canaltrece.com.co/noticias/periodismo-deportivo-toma-el-control/>

Win Sports. (7 de junio de 2022). Colombia, en el top-10 de países donde las mujeres conversan más de fútbol. Win Sports. <https://www.winsports.co/mas-futbol-internacional/noticias/colombia-en-el-top-10-de-paises-donde-las-mujeres-conversan-mas-de-futbol-34525>

Win Sports. (29 de julio de 2022). #HazteFan del 'Deporte por la Igualdad' y cerremos las brechas de género en la sociedad. Win Sports. <https://www.abc.es/deportes/futbol/mundial/christina-graf-primera-mujer-comentarista-mundial-futbol-20221124020523-nt.html>

Win Sports. (31 de enero de 2023). ¡Trayectoria y liderazgo! Liliana Salazar y su pasión por el periodismo deportivo. Win Sports. <https://www.winsports.co/programas/primer->

[toque/trayectoria-y- liderazgo-liliana-salazar-y-su-pasion-por-el-periodismo-deportivo-72733](#)

Win Sports. (10 de marzo de 2023). Andrea Guerrero: una mujer talentosa y entregada al fútbol. Win Sports. <https://www.winsports.co/programas/primer-toque/andrea-guerrero-una-mujer- talentosa-y-entregada-al-futbol>

Zamora Córdova, M. C. (2022). La participación femenina en el ejercicio del periodismo deportivo en Piura-2022.