

Mujeres en el periodismo deportivo: percepciones, narrativas y retos profesionales y de formación

Deybis Zapata CorreaUniversidad Católica Luis Amigó **Nicolasa María Durán Palacio**Universidad Católica Luis Amigó **Juan Esteban Rodríguez Gómez**Universidad Católica Luis Amigó **Néstor Julián Restrepo Echavarría**Universidad EAFIT <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.103572>

Recibido: 24 de junio de 2025 • Aceptado: 30 de octubre de 2025

Resumen. Este artículo analiza la percepción y el rol de las mujeres en el periodismo deportivo desde una doble perspectiva: la de mujeres periodistas profesionales y la de estudiantes de comunicación social. Mediante un enfoque de investigación mixto y con un diseño concurrente se aplicó una encuesta a estudiantes universitarias con preferencias por el ejercicio profesional del periodismo deportivo y se realizó un grupo focal con tres comunicadoras expertas en este campo mediático del deporte. El objetivo consistió en analizar las percepciones de mujeres profesionales y estudiantes de comunicación social acerca del rol que desempeñan y las barreras de género que enfrentan en el ejercicio del periodismo deportivo, escenario hegemonizadamente masculinizado pero que en las últimas décadas se ha visibilizado en él una significativa participación profesional femenina. Los hallazgos destacan las percepciones generalizadas de discriminación de género, desigualdad histórica de oportunidades laborales y estereotipos acerca de las competencias profesionales de las mujeres en el campo del periodismo deportivo. De igual manera, los resultados evidencian formas de resistencia y empoderamiento de las profesionales, así como el impacto positivo de referentes femeninos en las nuevas generaciones en formación. Esta investigación concluye con recomendaciones para las universidades con facultades de comunicación social, para los medios de comunicación y para el diseño de políticas públicas orientadas a promover y garantizar la participación de las mujeres profesionales en el periodismo con enfoque de género.

Palabras clave. Periodismo deportivo, mujeres periodistas, género, medios, estereotipos, comunicación social.

^{EN} Women in sports journalism: perceptions, narratives and professional and training challenges

Abstract. This article analyzes the perception and role of women in sports journalism from a double perspective: that of professional women journalists and that of Social Communication students. Using a mixed research approach and a concurrent design, a survey was applied to university students with preferences for the professional practice of sports journalism and a focus group was conducted with three female communicators who are experts in this field of sports media. The objective was to analyze the perceptions of professional women and students of Social Communication about the role they play and the gender barriers they face in the practice of sports journalism, a scenario hegemonically masculinized but which in recent decades has seen significant female professional participation. The findings highlight the generalized perceptions of gender discrimination, historical inequality of job opportunities and stereotypes about the professional competencies of women in the field of sports journalism. Likewise, the results show forms of resistance and empowerment of women professionals, as well as the positive impact of female referents in the new generations in training. This research concludes with recommendations for universities with faculties of Social Communication, for the media and for the design of public policies aimed at promoting and guaranteeing the participation of professional women in journalism with a gender perspective.

Keywords. Sports journalism, women journalists, gender, media, stereotypes, social communication.

Cómo citar: Zapata Correa, D., Durán-Palacio, N., Rodríguez Gómez, J. E y Restrepo Echavarría, N. (2026). Mujeres en el periodismo deportivo: percepciones, narrativas y retos profesionales y de formación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 32(1), 149-160. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.103572>

1. Introducción

El periodismo especializado ha crecido a la par de la industria deportiva. El periodismo deportivo es un campo especializado del periodismo que asume el informar, analizar y narrar acontecimientos en el deporte. Su evolución ha estado ligada al desarrollo de los deportes y las innovaciones tecnológicas en los medios de comunicación, patentados por el espectáculo mediático y la consolidación de un lenguaje especializado propio frecuentemente emotivo y sensacionalista (Boyle, 2006; Rowe, 2007). Para Işıl Vural y Masip (2021) la mayor innovación resulta ser la combinación del periodismo con la tecnología, que ha dinamizado el contenido deportivo al integrar datos que permiten mejorar las subáreas de gestión de este tipo de periodismo. Además de otras formas de expresión del deporte como los eSports que, como eventos, son considerados como una fuente de espectacularización de la hipermodernidad (Martín Ramallal y Jódar Marín, 2024). En esa misma lógica, Miranda Gaibor *et al.* (2025) ejemplifican la revolución de la Inteligencia Artificial (IA) como un elemento de soporte al crecimiento de este tipo de periodismo, frente a la automatización de procesos informativos, como la redacción de noticias a través de IA (Calvo Rubio y Ufarte Ruiz, 2021; Canavilhas y Giacomelli, 2023; Ruiz *et al.*, 2021).

Márquez-Ramírez y Torrijos (2017) establecen que frecuentemente al periodismo deportivo se le atribuye la misión de entretener e informar, lo que se interpreta como un ejercicio de infoentretenimiento, que conduce a una modificación de los estándares periodísticos tradicionales a diferencia de otras especialidades del ejercicio profesional. Pese a que el periodismo deportivo es considerado como una práctica periodística blanda, que no tiene rigor ni credibilidad, es un sector del periodismo impulsor y promotor del deporte (Boyle, 2017).

Frente a las realidades del campo del periodismo, los actores principales (periodistas deportivos) entienden la necesidad de desarrollar nuevas formas de comunicación a través de una preparación exhaustiva para que el contenido periodístico sea realmente especializado (Cueva, 2022), además requieren permanente investigación y actualización por lo competitivo de la especialidad (San Lucas Vanegas *et al.*, 2020). En este contexto, la innovación es entendida como un ejercicio técnico, que se afianza al adquirir nuevas competencias digitales, que inciden en el uso de plataformas digitales, inmersión en el metaverso o el uso de la IA (Canchanya Ayala, 2024; De la Paz, 2023). Cerca de finalizar la primera década de este siglo, Molina Vizcarra (2009) propone como función básica del periodismo deportivo el vínculo y la constitución de una red que ata a los medios, el deporte y las audiencias. Esta función ubica a este tipo de periodismo como un elemento clave para el crecimiento y mantenimiento del sector deporte frente a unas audiencias que representan un consumo deportivo. Existen otros autores, que se decanta por concebir este tipo de periodismo como fuente de entretenimiento, que tiene como aliado al deporte (San Lucas Vanegas *et al.*, 2020).

Históricamente la industria de la información deportiva se ha caracterizado por diversas disfunciones éticas (Faedo, 2023), con una baja diversidad en

la agenda deportiva y la desigualdad de género, que excluye a las mujeres, refiriendo el ámbito deportivo como un ejercicio hegemónico masculino (Rojas Torrijos y Jimeno López, 2019), tal configuración no sólo refleja y refuerza las percepciones culturales de los deportes como dominios connaturales de los varones, sino que además influye directamente en las dinámicas de género dentro de la profesión. En la actualidad, la discusión de género en el periodismo deportivo sigue siendo una cuestión de análisis permanente en la lógica de un ejercicio igualitario. Ramon *et al.* (2020) sostienen que el periodismo deportivo se ha caracterizado por la infra-representación de la mujer, el tratamiento sesgado y la segregación de las mujeres periodistas en las redacciones de los medios de comunicación. Ellas enfrentan barreras de género como discriminación, acoso sexual presencial o en redes sociales, brecha salarial y techo de cristal, lo que hace difícil que accedan a puestos de mayor visibilidad y liderazgo en la industria de la información deportiva (Ramdamm y Sâtre, 2024). Así mismo, los estereotipos impuestos a las mujeres van desde la subestimación, la objetivación, la búsqueda de valores extra, la utilización como gancho publicitario, los cuales subyacen respecto a la percepción de la mujer como profesional de la comunicación (Torres-Toukoudis *et al.*, 2022).

Rojas Torrijos (2010) asegura que la incorporación de la mujer en el mundo del deporte es notoria, pero los marcos socioculturales históricos reflejan desigualdades en la configuración y asignación de identidades y roles entre hombres y mujeres en el periodismo deportivo. Cuando una mujer incursiona en este campo, desafía normas culturales arraigadas. La audiencia, y en ocasiones, sus mismas colegas cuestionan su autenticidad, su conocimiento o su profesionalismo simplemente por su género. Estas percepciones son el resultado de construcciones sociales de género que se transfieren a través de distintas instituciones, incluso los medios de comunicación. La forma en la que se presentan las periodistas deportivas en los medios contribuye a moldear estas impresiones, bien sea perpetuando o desafiando los estereotipos de género existentes.

En Colombia, según Buitrago Castillo (2023), las mismas periodistas deportivas destacan las conquistas y visibilidad que han obtenido desde que el tema de la condición de género se discute abiertamente. Asimismo, consideran que su presencia en el sector empieza a ser un hábito por la aceptación de las audiencias y por la apuesta de algunos medios de contar con ellas, donde incluso consiguen asumir cargos de alta responsabilidad. Sin embargo, como contraste, también señalan que todavía se debe trabajar en los estereotipos de inferioridad en torno a sus capacidades y conocimientos. De igual manera, frente a condiciones de dignidad desde lo contractual y lo salarial. Por último, solicitan eliminar toda forma de discriminación que les impida autonomía u oportunidades como las tienen los hombres. Coronel Puello (2024) ahonda en la dificultad que poseen las mujeres en el campo, toda vez que éstas deben demostrar sus capacidades desde su formación, mientras que a los hombres no se les requiere ni formación ni experiencia.

En un nivel contextual más específico, la práctica del ejercicio del periodismo deportivo por parte de

mujeres en Medellín, Colombia es baja, similar a lo que proponen Calvo Ortega y Gutiérrez San Miguel (2016), al referir que la mujer tiene una participación reducida como profesional de la información, con una ligera favorabilidad, cuando se trata del rol de reportería, además, ambos autores encontraron que el deporte femenino no presenta continuidad en el tiempo, lo que reduce la cobertura mediática (Organista *et al.*, 2021). El camino trazado por Esperanza Palacio Molina, la principal periodista deportiva que ha tenido la ciudad de Medellín, se ha ido disipando con el paso del tiempo, luego que las pocas mujeres que irrumpen en la escena del periodismo deportivo no les permiten asumir un rol con la rigurosidad y calidad de los contenidos, que las lleva a un rol secundario como es el caso de la reportería básica en transmisiones deportivas y generación de noticias deportivas sin acercarse a otros formatos periodísticos de mayor profundidad.

El otro contexto sobre el ejercicio periodístico tiene que ver con la escasa oferta de formación profesional. Las universidades de Medellín con programas de comunicación social en sus planes de estudio no tienen cursos regulares de formación en periodismo deportivo. En algunos casos se encuentran como cursos optativos o propuestas de cursos o diplomados que provienen de Extensión o formación continua. En cuanto a la cuestión gremial, en la ciudad se encuentra la Asociación Colombiana de Redactores Deportivos, capítulo Antioquia, que cuenta con 155 periodistas agremiados y del total de socios, 16 son mujeres, lo que representa el 10,2 % del total de socios de la entidad.

Si bien en investigaciones como las de Brisbane *et al.* (2021), Laucella *et al.* (2016) y Schoch (2022) se afirma que en las últimas décadas ha habido un aumento en la participación de las mujeres en el periodismo deportivo, Rovetto (2010) asegura que la condición androcentrista prevalece en los medios de comunicación con una tendencia a la exclusión y minusvaloración de la mujer. Asunto que se refleja en la superioridad numérica de los hombres frente a la relación de las mujeres, además de la concepción de que la llegada de la mujer al periodismo deportivo es catalogada como un reconocimiento superlativo, por ser considerado un ejemplo de superación (Torres Aguilar y Ochoa Ochoa, 2021). Schoch (2022) afirma que existe una inequidad en el cubrimiento de los temas deportivos. Los hombres cubren los temas más prestigiosos, mientras que las mujeres se limitan a cubrir deportes menos prestigiosos, los denominados deportes femeninos que son definidos como ejercicios periodísticos blandos.

A pesar de los avances en la profesionalización del periodismo deportivo, la inclusión de las mujeres en este ámbito sigue siendo un reto estructural para los medios de comunicación (Covarrubias, 2009). Tal como lo demuestran Hernández *et al.*, (2012), se trata de una tarea pendiente que evidencia las resistencias institucionales para garantizar la participación de las mujeres en condiciones de igualdad y equidad. El número de mujeres que se dedican al periodismo deportivo continúa siendo relativamente bajo, y esta especialidad sigue estando dominada por los hombres en todo el mundo, tanto en el plano de la producción de contenidos como en el consumo de espectáculos deportivos (Franks

y O'Neill, 2016). Este contexto resulta aún más problemático si se compara el crecimiento del sector periodístico deportivo y la escasa proporcionalidad de dicho avance con la participación femenina. La visión androcéntrica del ejercicio del periodismo deportivo obliga, muchas veces, a las mujeres a reproducir modelos de desempeño profesional masculinos en el desarrollo de la labor periodística, incluso en el plano discursivo (Pedraza Bucio, 2012). De igual forma, Wanta (2013) plantea que la cobertura del deporte practicado por mujeres sigue siendo insuficiente, en cantidad y en calidad, lo que aún constituye un desafío para el periodismo deportivo contemporáneo.

Por otro lado, los avances del feminismo han abierto caminos para las mujeres en el ejercicio periodístico. Sin embargo, su participación plena es aún un reto cuando se trata de transversalizar con enfoque feminista y de género, las prácticas cotidianas de los medios de comunicación. Como lo señalan Frutos y Ceballos (2024), una mirada feminista situada que atraviese todo el ejercicio, permite explicar mejor el mundo en el que vivimos. En este mismo sentido, Larrondo Ureta y García González (2024) expresan que el periodismo feminista más genuino es el que empodera a las mujeres a partir de una actuación profesional y socialmente responsable. De igual manera, el estudio de Garrido *et al.*, (2024), muestra los intentos de las periodistas en promover una agenda en el periodismo con enfoque de justicia social. Para Restrepo Díaz (2024) el periodismo feminista es clave para la reconfiguración de las narrativas mediáticas, al promover representaciones inclusivas y diversas de la realidad de las mujeres, que transforman culturalmente una sociedad en aspectos de equidad y justicia (Garrido y Zaptsi, 2021).

La feminización del periodismo muestra una mayor presencia de las mujeres en los medios, no sólo en términos cuantitativos sino también en su paulatina incorporación —aunque con un insípido protagonismo— en lugares de toma de decisiones en las jerarquías organizacionales de los medios de comunicación (Peña-Fernández *et al.*, 2022). Sarrió *et al.*, (2002), advierten que, si bien comienzan a producirse fisuras en el llamado «techo de cristal» para la promoción profesional de las mujeres, las desigualdades persisten sobre todo en el acceso de las mujeres a los roles de liderazgo directivo en las empresas periodísticas. Estas limitaciones están asociadas a la permanencia de estereotipos de género, profundamente arraigados en la cultura profesional y organizacional de estas empresas (Dávila Jácome, 2024; Ganzabal Learreta *et al.*, 2023; Salido-Fernández, 2021).

Román-San-Miguel *et al.* (2021) concluyen que las actividades directivas en los medios deportivos asumidas por las mujeres son de menor importancia o con menor capacidad de decisión, respecto a los cargos ocupados por sus colegas varones. Esta desigualdad se relaciona con la persistente vinculación del deporte con lo masculino, lo que conlleva a una percepción generalizada de que las mujeres no están suficientemente preparadas para liderar en este ámbito. Según Pugo Arévalo y Álvarez Torres (2024), frente a los desafíos de las mujeres en el campo del periodismo deportivo, se requiere

de un proceso constante de posicionamiento profesional, donde la visibilidad y el reconocimiento de las mujeres periodistas, se conviertan en recursos clave para disputar espacios de poder. Así, para que las mujeres incursionen en el periodismo deportivo se requiere una formación sólida y especializada que abarque tanto el dominio del lenguaje técnico de las distintas disciplinas deportivas (Peschiera Chanamé, 2016), como la capacidad de análisis crítico y cobertura rigurosa de la información y la reseña deportiva.

Para finalizar, un aspecto importante en la experiencia de las mujeres que se desempeñan en periodismo deportivo es la exposición constante a diferentes formas de violencia simbólica: acoso, difusión de rumores, discursos misóginos en espacios físicos y digitales. Estas violencias no solo afectan su integridad emocional, sino que también deterioran su imagen pública y dañan su reputación profesional (Blanco-Castilla *et al.*, 2022). Esta situación pone en evidencia la magnitud de un problema social, cuya persistencia revela altos niveles de tolerancia institucional y una ausencia de instrumentos jurídicos eficaces de protección y acompañamiento para las mujeres periodistas deportivas. Frente al contexto general, la investigación se orientó desde la pregunta: ¿Cómo las mujeres profesionales y estudiantes de comunicación social perciben el rol, las barreras y las narrativas en el campo del periodismo deportivo actual?

2. Objetivos y metodología

El objetivo de este trabajo consistió en analizar las percepciones de mujeres profesionales y estudiantes de comunicación social acerca del rol que desempeñan y las barreras de género que enfrentan en el ejercicio del periodismo deportivo. Para esta investigación se utilizó una metodología mixta con un diseño y aplicación en paralelo o concurrente de las técnicas de recolección de información

(Onwuegbuzie y Johnson, 2006). Así, por una parte, se seleccionó una muestra no probabilística de estudiantes de género femenino interesadas en formación sobre Periodismo Deportivo (PD) e inscritas a programas de comunicación social de cuatro universidades de Medellín, Colombia. De esta manera, se aplicaron 42 encuestas en las que se indagó sobre percepciones, retos y narrativas del PD en Colombia. Para ello, se elaboró un cuestionario online usando la herramienta Google Forms. Este tipo de instrumentos permite plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada que permita la estandarización de la recogida de datos durante el trabajo de campo (Rodríguez Gómez *et al.*, 2014). A su vez, y en línea con lo indagado en las encuestas, se realizó un grupo focal mediado por las TIC's con tres mujeres comunicadoras sociales expertas en PD, creadoras de medios de comunicación con perspectiva de género y que actualmente trabajan en el sector. Una de ellas tiene 22 años y cuenta con seis años de experiencia, mientras las otras dos, con 29 años ambas, cuentan en promedio con siete años de trasegar en el sector. El grupo focal buscó generar un espacio y situación de interacción cómodo y natural para las personas, promoviendo que la entrevista grupal propiciara una conversación que entregara información con el detalle y profundidad sobre el objeto de la investigación (Sánchez Bracho *et al.*, 2021).

Seguidamente, la información obtenida en las encuestas fue sistematizada en Excel y la del grupo focal a través del software Atlas Ti, considerando las tres categorías establecidas: percepciones, retos y narrativas. Finalmente, para la presentación de resultados y posteriores reflexiones, se aplicó una triangulación concurrente o de «lado a lado» (Creswell, 2014). El análisis se presentó basado en tres categorías cualitativas (Tabla 1) que permiten evidenciar los hallazgos relacionados con el objetivo de la investigación.

Tabla 1. Categorías de análisis.

Categoría	Definición
Percepción	Proceso en el que los individuos organizan e interpretan las impresiones de sus sentidos con objeto de asignar el significado a su entorno (Robbins y Judge, 2009)
Retos	Disfrute y la satisfacción se alcanzan cuando una persona se enfrenta a un desafío que está en equilibrio con sus habilidades (Csikszentmihalyi, 1996)
Narrativas	Medio por el cual los humanos organizan, comprenden y dan sentido a sus experiencias, que construye realidades e identidad (Bruner, 1996)

Fuente: elaboración propia.

3. Resultados

El 61,9 % de las mujeres encuestadas se encontraron en un rango de edad entre los 19 y 24 años y un segundo grupo de encuestadas gravitó en un rango de edad entre 25 y 29 años, representando el 21,4 %. Es de resaltar que los 42 cuestionarios fueron contestados en su totalidad.

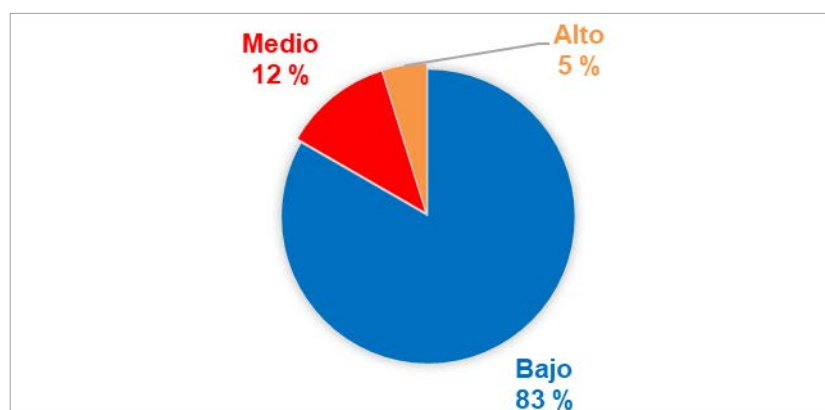
Por otra parte, el grupo focal realizado con tres mujeres en ejercicio del periodismo deportivo permitió entender aspectos importantes sobre las percepciones y los roles de las mujeres en el ámbito del periodismo deportivo de Medellín, Colombia,

particularmente sobre asuntos como barreras, discriminaciones, sesgos, búsquedas permanentes y desafíos.

3.1. Percepciones sobre la participación y equidad de la mujer en el periodismo deportivo

Como se puede ver en la Figura 1, la percepción histórica que tienen las mujeres sobre su participación en el campo del periodismo deportivo es insuficiente. El 83,3 % de las encuestadas dice que su rol en el ejercicio del periodismo es bajo.

Figura 1. Grado de participación histórica de la mujer en el periodismo deportivo.

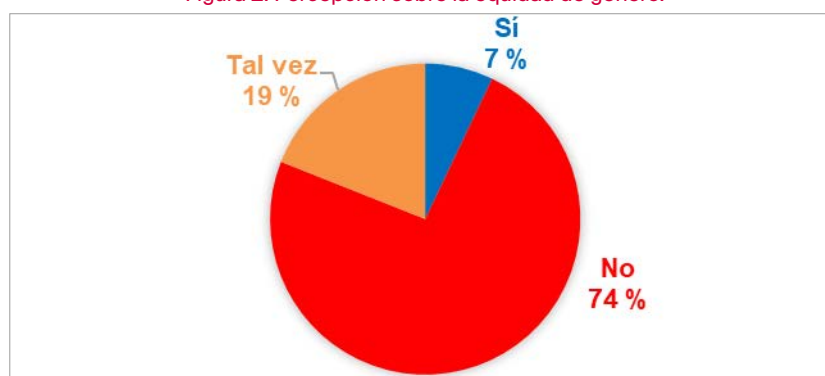


Fuente: elaboración propia.

Lo anterior encuentra similitud con lo expuesto en la Figura 2, donde se refrendan los asuntos de equidad de género, cuando las encuestadas

consideran con un 73,8 % que no existe en el periodismo deportivo prácticas relacionadas con la equidad de género.

Figura 2. Percepción sobre la equidad de género.



Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, las experiencias vividas por las expertas en el campo derivan en percepciones sobre las posturas de los colegas periodistas deportivos hombres, donde se marcan conceptos como egoísmo, machismo, dominación, prejuicios y estereotipos, catalogando a las mujeres como intrusas e infravalorando el trabajo que estas realizan en los medios de comunicación deportivos. Asunto que pasa de manera generacional, pues plantean que los hombres periodistas más jóvenes también asumen posturas similares frente a las mujeres colegas. A su vez, las mujeres encuestadas plantean que existe falta de integración de la mujer en su ejercicio profesional en relación con otros colegas y una baja valoración de las opiniones de ellas en el marco del ejercicio periodístico por una supuesta falta de conocimiento sobre el deporte.

Las expertas consultadas aseguran que el periodismo deportivo y quienes lo consumen tienen una tradición patriarcal con elementos referidos en cuanto al machismo estructural:

En la actualidad, a las mujeres las llevan a un medio de comunicación es por cumplir la cuota de inclusión y se desconoce el valor que puede tener una mujer en un escenario de comunicación para que cuente o

narre historias con perspectiva de género. (Participante 2)

Otra participante establece que «existe un sesgo de percepción del público hacia la mujer cuando opina de fútbol, subestiman la opinión de la mujer y no consideran el ejercicio profesional» (P3). Además, se asocia a la condescendencia e infantilización frente a las opiniones de la mujer. «Se permite que esté en los paneles de opinión, pero no le dan con autoridad la palabra a las mujeres, y no permiten que hablen mucho para no molestar a los hombres» (P1). Además, existe un uso arraigado de diminutivos con los nombres de las mujeres y las opiniones marcadas por el género, no por el valor que tiene la opinión. Otro aspecto importante es la percepción de belleza con una carga mayor para las mujeres:

A nivel general, a las mujeres les toca cumplir con unos estándares de belleza para poder llegar a los medios. A toda hora está la presión de que, si no estás arreglada o no cumples con ciertos asuntos de belleza no estás en televisión o en radio, contrario a lo que pasa con un periodista deportivo hombre, que no le exigen que sea bonito ni que esté organizado para ejercer su profesión. (Participante 2)

Las barreras que existen en el periodismo deportivo para las mujeres son culturales, que recaen en falta de criterio para hablar de deporte. Esto lleva a que las mujeres exploren otros escenarios que consideren más seguros:

En el mundo del deporte femenino se crean espacios seguros para ejercer la profesión. Pues aparte de tener colegas mujeres, se está hablando de deporte practicado por mujeres, que seguro es muy distinto al estar en el entorno del periodismo y la práctica deportiva masculina. (Participante 3)

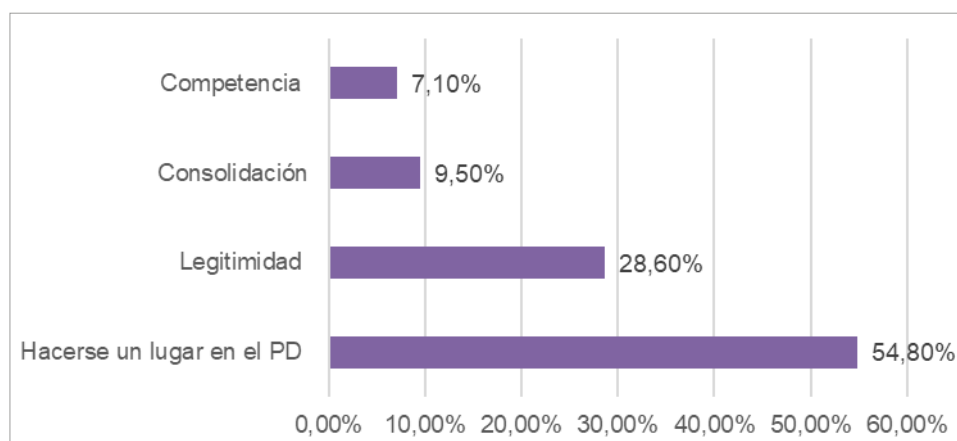
Otro asunto para destacar es referido a las posturas de las audiencias frente al desempeño de la mujer como periodista deportiva. Según el grupo de mujeres encuestadas, las audiencias tienen poca aceptación de la mujer en el escenario de la comunicación deportiva. Establecen prejuicios que llevan a desconfiar y deslegitimar el conocimiento que tiene sobre el deporte. Consideran una marginalidad con la mujer por las connotaciones que tiene el deporte en su estructura.

3.2. Desafíos de género para las mujeres en el periodismo deportivo

Desde esta investigación, se evidencia que los desafíos para las mujeres en el rol de periodistas deportivas son recurrentes. En todas sus acciones se devela una carga mayor de presión para desarrollar bien su profesión en comparación con los hombres. Constantemente las mujeres deben demostrar sus capacidades como profesionales para validar su estatus de periodista deportiva. Asunto que se incrementa cuando la periodista deportiva es joven. Factores que son asociados a falta de credibilidad. Al final, a las periodistas deportivas, se les implica lidiar con la complejidad de revertir estas situaciones.

La Figura 3 muestra los desafíos que consideran el grupo de mujeres encuestadas frente a su rol en el periodismo deportivo. Frente a la cuestión sobre cuáles son los principales desafíos en el periodismo deportivo, 23 de las 42 mujeres consultadas establecen que el principal desafío es hacerse un lugar en esa área. Mientras que 12 mujeres buscan legitimidad, cuatro de ellas les interesa consolidarse en el campo del periodismo deportivo y tres más se enfocan en el tema competitivo.

Figura 3. Desafíos de las mujeres en el periodismo deportivo.



Fuente: elaboración propia.

Desde el lado de las expertas, aseguran que los desafíos de la profesión tienen que ver con la preparación en condiciones normales, eso requiere estar constantemente actualizados del acontecer deportivo:

Hay que asumir desafíos en todo momento, en especial para que nos tomen en serio por ser mujeres. Esto implica mayor preparación para que seamos validadas como periodistas en un gremio machista por naturaleza. Entonces los desafíos se convierten en luchas constantes por mantenerse en un medio lleno de complejidades para una mujer, en donde toca asumir roles con dobles esfuerzos para continuar en el ejercicio. Además, un desafío mayor es la búsqueda de cambiar mentalidades, en Colombia, se lleva mucho tiempo buscando un trato igualitario para las mujeres en temas laborales. (Participante 1).

Otra participante también propone «dos desafíos tenemos en el periodismo deportivo: humanizar

el deporte para acercarlo a los asuntos de género y hacer un periodismo que aporte a la historia del deporte» (P2). La credibilidad se convierte en un desafío relevante para las mujeres:

La credibilidad es el principal desafío en el periodismo deportivo. No es un asunto de género es por igual para hombres y mujeres. La base del periodismo es la verdad y los periodistas son las voces que cuentan esas verdades y no se está haciendo bien la tarea. En el actual contexto de desinformación estamos sumergidos en un periodismo a medias sin contrastar fuentes, sin verificación alguna y ese asunto debe ser un reto permanente para todos los que hacen cualquier tipo de periodismo. (Participante 3)

Con las expertas entrevistadas emergió un desafío constante al momento de ejercer el periodismo deportivo y tiene que ver con la sexualización:

Las mujeres que ejercemos el periodismo deportivo [luchamos] contra la sexualización

constante. En mi carrera me he sentido sexualizada en distintos espacios por el hecho de ser mujer. Siento que este asunto se ha naturalizado y no debería ser así. (Participante 3)

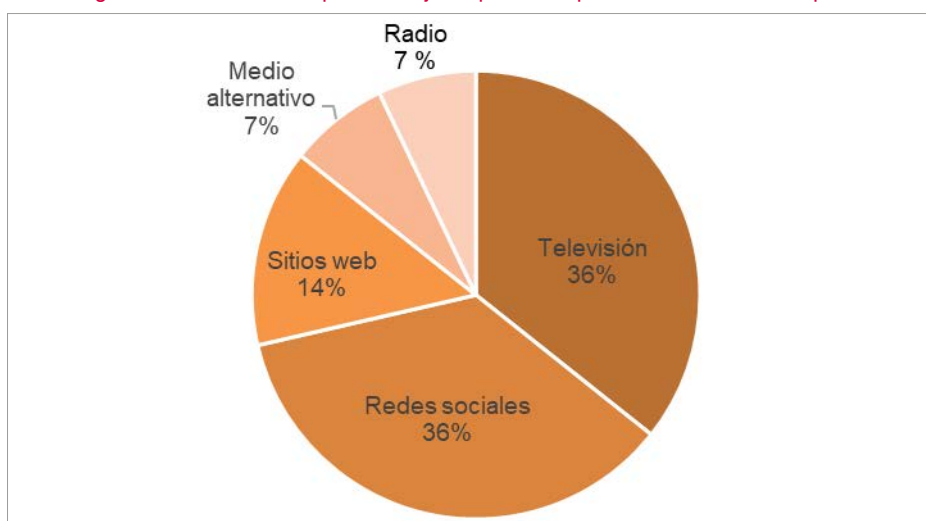
En definitiva, los asuntos de género (para este punto específico, la sexualización), la humanización, la credibilidad y la preparación son dimensiones fundamentales para establecer los desafíos, según las expertas consultadas. Incluso, son respuestas equiparables con las obtenidas por las estudiantes. Por lo cual, es claro que, independientemente de la edad de las encuestadas, de su momento formativo o de su experiencia con el periodismo deportivo, el tema o la discusión en esta materia está abierto al contexto general de la sociedad y no desarrollado exclusivamente en el aparataje de los medios de comunicación.

3.3. Narrativas de género

Las narrativas que están usando las mujeres en el campo del periodismo deportivo son relevantes para esta investigación. Los resultados de la categoría narrativas establecen las rutas que están usando las mujeres en su ejercicio profesional se dan en el uso del lenguaje, mayor sensibilidad, inclusión, emotividad y contexto sobre los hechos noticiosos. Existe una eliminación de clichés periodísticos para establecer narraciones más empáticas cercanas y sin generar el protagonismo que le corresponde al deportista.

En la Figura 4, se presentan los medios usados en la actualidad por las mujeres para incorporar sus narrativas en el deporte. Estos resultados ponen en igualdad de uso un medio tradicional como lo es la televisión y las redes sociales. En tercer lugar, aparecen las plataformas digitales (sitios web).

Figura 4. Medios usados por las mujeres para incorporar narrativas en el deporte.



Fuente: elaboración propia.

A partir del uso de los medios presentados en la Figura 4, se hizo la exploración de qué tipo de periodismo se podría hacer a partir de las narrativas y medios actuales. Se encontró gustos por el periodismo basado en historias, periodismo con pedagogía, con enfoque de género, especializado en narrativas digitales (podcasts) y periodismo investigativo en el deporte.

En el ejercicio con las expertas se profundizó en el escenario actual para generar nuevas narrativas:

Se han creado medios alternativos con propuestas muy interesantes sobre género. Muchos de estos proyectos se han gestado en las universidades y se han mantenido en el tiempo con las dificultades que tiene la creación de medios alternativos en nuestro contexto. Esto sumado al crecimiento digital son ventanas para llegar a otras audiencias, que gustan de las formas como se informa el deporte. (Participante 1)

El crecimiento del entorno digital se ha convertido en una nueva plataforma para consolidar el deporte con perspectiva de género:

Las redes sociales y el entorno digital son aliados en la creación de nuevas narrativas

sobre la perspectiva de género. Todo lo que se ha conseguido en el medio es a través de lo digital. Los retos son desmitificar el deporte femenino para que sea consumido por las audiencias en general, que termina siendo una cuestión de generación de cultura al respecto. (Participante 2)

4. Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos en esta investigación se inscriben en un campo tensionado entre el avance tecnológico del periodismo deportivo y la persistencia de estructuras culturales que reproducen exclusiones de género. Tal como se planteó en la introducción, el periodismo deportivo ha evolucionado de forma acelerada al ritmo de la industria del espectáculo competitivo, integrando nuevas formas de expresión como los eSports, la inteligencia artificial y el metaverso (Martín Ramallal y Jódar Marín, 2024; Miranda Gaibor *et al.*, 2025). Sin embargo, esta modernización convive con dinámicas conservadoras, especialmente en lo referente al acceso de las mujeres al ejercicio profesional en condiciones de equidad.

Los hallazgos revelan un escenario persistente de exclusión, discriminación y resistencia que afrontan

las mujeres en el campo del periodismo deportivo. A partir del análisis concurrente de encuestas y del grupo focal, se verifica que tanto las estudiantes como las profesionales coinciden en una percepción crítica sobre la participación femenina en este campo, así como en los obstáculos estructurales de género que limitan su ejercicio pleno. También en los distintos ámbitos sociales, económicos y políticos, las mujeres se enfrentan a un sistema patriarcal que les condiciona sus posibilidades dentro de cierto sector o campo profesional. Esto, en el periodismo deportivo parece tener una mayor complejidad al ser un espacio que conecta a la sociedad con el entretenimiento y por lo cual las discusiones sobre género pueden ser trivializadas o en último caso no admitidas por considerarse molestas o contradictorias a la diversión que inspira el deporte.

Aunque diversas investigaciones como las de Schoch (2022), Brisbane *et al.* (2021), Laucella *et al.* (2016) y de Buitrago Castillo (2023) en Colombia, develan un aumento en la participación de las mujeres en el campo, uno de los hallazgos más significativos de la investigación, es la percepción generalizada, incluso de las estudiantes en formación, de una escasa participación histórica de las mujeres en el periodismo deportivo. Este dato se vincula con la percepción de que los medios perpetúan modelos patriarcales que naturalizan la presencia masculina como un patrón de legitimidad en el ámbito deportivo. Las estudiantes encuestadas y las profesionales entrevistadas identifican esta situación como una reproducción de estereotipos de género, que se traduce en una constante deslegitimación de la voz, el conocimiento y la experiencia de las mujeres, asunto que coincide con los estudios de Faedo (2023); Rojas Torrijos y Jimeno López, (2019), en donde se documenta que esta configuración discriminadora y excluyente no solo perpetúa estereotipos de género, sino que también limita el horizonte profesional de las mujeres, asignándoles roles secundarios o ligados exclusivamente a su imagen. Esta afirmación refuerza lo planteado por Rojas Torrijos y Jimeno López (2019), quienes discuten que la configuración histórica del periodismo deportivo responde a una lógica excluyente que afecta directamente las dinámicas profesionales.

Los medios, los colegas hombres y las audiencias, siguen siendo responsables de las instancias en las que se encuentran las periodistas deportivas en este campo. No se le puede endilgar una responsabilidad primigenia y directa a las mujeres sobre su situación, pues dichos actores reproducen y legitiman las prácticas machistas en la cotidianidad. En este sentido, más allá de la formación permanente e intentos de las periodistas deportivas bajo espacios alternativos de comunicación, es requerida una reflexión profunda que transite todos los contextos sociales y que empiece a considerar transformaciones que deslegitimen la ridiculización o el sarcasmo que parece inocente o ingenua, la sexualización en las interacciones sociales y la supuesta debilidad de las mujeres en los entornos laborales. Asimismo, los desafíos que enfrentan las mujeres para hacerse un lugar en el periodismo deportivo aparecen marcados por la necesidad de demostrar permanentemente sus capacidades, enfrentar la sexualización, adaptarse a dinámicas laborales masculinizadas y disputar

espacios de legitimidad profesional, tal como lo expone Torres-Toukourmidis *et al.* (2022), que revela cómo las mujeres periodistas son valoradas más por su apariencia que por sus competencias. La presión por cumplir con estándares estéticos impuestos, la infantilización de sus opiniones y la exclusión de espacios de decisión refuerzan la idea de una cultura mediática hostil, donde el género condiciona el ejercicio de la profesión. Estas experiencias concuerdan con lo descrito en la literatura sobre info-entretenimiento deportivo (Márquez-Ramírez y Torrijos, 2017), donde el rigor periodístico se ve desplazado por lógicas de espectáculo que operan con criterios sexistas y de mercado.

De otro lado, la percepción crítica de las estudiantes respecto a sus posibilidades de inserción profesional en el periodismo deportivo refleja una conciencia sobre las desigualdades de género que aún persisten. Ellas no solamente identifican la exclusión en los medios, sino también en las actitudes del público y de los propios compañeros de estudios y trabajo, esto sugiere que las barreras no son únicamente institucionales, sino también culturales e intergeneracionales. Esta evidencia permite afirmar que las transformaciones necesarias no se limitan al ámbito técnico, sino que requieren un replanteamiento radical de los valores que sustentan la práctica periodística deportiva. Por ende, la discusión no solo debe centrarse en la cantidad de mujeres profesionales que puedan acceder al campo, es decir, el asunto no es solo de carácter cuantitativo, sino también cualitativo, en la medida en que se requieren transformaciones de orden estructural.

No obstante, los hallazgos también abren un panorama esperanzador. Las profesionales expertas participantes del grupo focal narran estrategias de resistencia que van desde la producción de medios independientes con enfoque de género hasta la formación de narrativas más inclusivas, sensibles al género y contextualizadas. El desarrollo de estas iniciativas —comúnmente nacidas en escenarios universitarios o en redes digitales— exponen el surgimiento de una contracultura periodística que debate los cimientos patriarcales del relato deportivo hegemónico. Este asunto se entrelaza con el oficio crítico del periodismo feminista, como lo esbozan Frutos y Ceballos (2024), Larrondo Ureta y García González (2024), y Garrido *et al.* (2024), quienes están de acuerdo con la idea de que el periodismo con perspectiva de género no es solamente una manera de incorporar a las mujeres en el periodismo deportivo, sino un desafío por democratizar las narrativas mediática y hacerlas más justas. En este contexto, las mujeres periodistas no se presentan como víctimas del sistema, sino también como promotoras del cambio que controvierten sentidos, crean nuevos públicos y desafían creencias arraigadas.

En conclusión, la discusión de los resultados también deja ver los obstáculos que enfrentan los modos de resistencia de las mujeres en el periodismo deportivo. Con todo, los esfuerzos personales y colectivos, la ausencia de respaldo institucional, la precariedad laboral y la falta de políticas con enfoque de género en las organizaciones mediáticas siguen instituyendo barreras estructurales que imposibilitan el afianzamiento de estas acciones transformadoras.

5. Contribución de autores

Conceptualización	Ideas; formulación o evolución de los objetivos y metas generales de la investigación.	Autores 1, 2, 3 y 4
Curación de datos	Actividades de gestión para anotar (producir metadatos), depurar datos y mantener los datos de la investigación (incluido el código de <i>software</i> , cuando sea necesario para interpretar los propios datos) para su uso inicial y su posterior reutilización.	Autores 1 y 3
Análisis formal	Aplicación de técnicas estadísticas, matemáticas, computacionales u otras técnicas formales para analizar o sintetizar datos de estudio.	Autores 1 y 3
Adquisición de fondos	Adquisición del apoyo financiero para el proyecto que conduce a esta publicación.	Autores 1, 2 y 3
Investigación	Realización de una investigación y proceso de investigación, realizando específicamente los experimentos, o la recolección de datos/evidencia.	Autor 1 y 3
Metodología	Desarrollo o diseño de la metodología; creación de modelos.	Autor 3
Administración del proyecto	Responsabilidad de gestión y coordinación de la planificación y ejecución de la actividad de investigación.	Autor 4
Recursos	Suministro de materiales de estudio, reactivos, materiales, pacientes, muestras de laboratorio, animales, instrumentación, recursos informáticos u otras herramientas de análisis.	Autores 2 y 3
Software	Programación, desarrollo de <i>software</i> ; diseño de programas informáticos; implementación del código informático y de los algoritmos de apoyo; prueba de los componentes de código existentes.	Autor 1 y 3
Supervisión	Responsabilidad de supervisión y liderazgo en la planificación y ejecución de actividades de investigación, incluyendo la tutoría externa al equipo central.	Autor 4
Validación	Verificación, ya sea como parte de la actividad o por separado, de la replicabilidad/reproducción general de los resultados/experimentos y otros productos de la investigación.	Autor 3
Visualización	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la visualización/presentación de datos.	Autor 1
Redacción / Borrador original	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la redacción del borrador inicial (incluyendo la traducción sustantiva).	Autor 1
Redacción / Revisión y edición	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado por los miembros del grupo de investigación original, específicamente revisión crítica, comentario o revisión, incluidas las etapas previas o posteriores a la publicación.	Autor 1, 2, 3 y 4

6. Referencias bibliográficas

- Blanco Castilla, E., Fernández Torres, M. J. y Cano Galindo, J. (2022). Desinformación y discurso de odio hacia las periodistas deportivas. *Profesional de la Información*, 31(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.13>
- Boyle, R. (2006). *Sports journalism and the print media tradition*. SAGE Publications Ltd.
- Boyle, R. (2017). Sports Journalism: Changing journalism practice and digital media. *Digital Journalism*, 5(5), 493-495. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1281603>
- Brisbane, G. J., Ferrucci, P. y Tandoc, E. (2021). Side-by-Side Sports Reporters: A Between-Subjects Experiment of the Effect of Gender in Reporting on the NFL. *Communication & Sport*, 11(1), 115-134. <https://doi.org/10.1177/2167479521995462>
- Bruner, J. (1996). *Realidad mental y mundos posibles*. Editorial Gedisa.
- Buitrago Castillo, F. Periodismo deportivo femenino en Colombia: conquistas, desafíos y disparidades. En: Torrestoukoumidis, Á., De Santis, A. y Rojas-Torrijos, J.L. (Eds). *Periodismo deportivo en Iberoamérica. Casos y desafíos* (pp. 49-69). Editorial Abya-Yala, 2023,. <https://doi.org/10.17163/abyaups.20>
- Calvo Ortega, E. y 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. <https://doi.org/10.4185/rlds-2016-1143>
- Calvo Rubio, L. M. y Ufarte Ruiz, M. J. (2021). Inteligencia artificial y periodismo: Revisión sistemática de la producción científica en Web of Science and Scopus (2008-2019). *Communication and Society*, 34(2), 159-176. <https://doi.org/10.15581/003.34.2.159-176>
- Canavilhas, J. y Giacomelli, F. (2023). Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: estudio en Brasil y Portugal. *Revista de Comunicación*, 22(1), 53-69. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3005>
- Canchanya Ayala, A. (2024). Nuevos rumbos en la práctica del periodismo deportivo. *Lemma: Revista de Comunicación*, 2(1). <https://doi.org/10.20511/lem.2024.v2n1.2025>
- Covarrubias, R. (2009). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde

- la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco. *Razón y Palabra*, 14(69). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330056>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Fluir. Una psicología de la Felicidad*. Editorial Kairós.
- Cueva, N. (2022). Periodismo deportivo con especialización. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 12(2), 70-76. <https://doi.org/10.31207/rch.v12i2.319>
- Dávila Jácome, A. G. (2024). De maestras y escritoras a periodistas: Evolución y actualidad del periodismo femenino en Ecuador. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 9, 83-100. <https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.6>
- De Frutos, R. y Ceballos, A. (2024). Periodismo feminista: prácticas organizativas, dinámicas periodísticas y agenda setting. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 10, 74-93. <https://doi.org/10.7203/drdcd.v0i10.292>
- De La Paz, J. C. (2023). Innovar en periodismo deportivo. Aportes desde una perspectiva interdisciplinar. *Universitas*, 38, 19-42. <https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.01>
- Faedo, N. I. (2023). El papel de las mujeres en la producción de piezas periodísticas: análisis de Mundo Deportivo y Marca durante Qatar 2022. *Obra digital*, 24, 93-104. <https://doi.org/10.25029/od.2023.388.24>
- Franks, S. y O'Neill, D. (2016). Women reporting sport: Still a man's game? *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 17(4), 474-492. <https://doi.org/10.1177/1464884914561573>
- Ganzabal Learreta, M., Meso Ayerdi, K., Pérez Dasilva, J. y Mendiguren Galdospin, T. (2023). Edadismo y desigualdad de género en la profesión periodística. un desencuentro con las nuevas competencias digitales. *Revista de Comunicación*, 22(2), 189-206. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3198>
- Garrido, R. y Zaptsi, A. (2021). Arquetipos, Me Too, Time's Up y la representación de mujeres diversas en TV. *Comunicar*, 29(68), 21-33. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-02>
- Garrido, R., Zaptsi, A. y Vera, B. (2024). Análisis Psicosocial de las Nuevas Representaciones Sociales del Periodismo (Feminista): El Caso de The Morning Show. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 10, 122-147. <https://doi.org/10.7203/drdcd.v0i10.290>
- Hernández, A., Osorio, J. y Zapata, D. (2012). *Periodismo deportivo: Entre líneas, voces e imágenes*. Imprenta Departamental de Antioquia.
- Işıl Vural, Z. y Masip, P. (2021). *Data Journalism as an innovation in social communication: The case in sports industry*. *European Public & Social Innovation Review*, 6(1), 42-55. <https://doi.org/10.31637/epsir-2021-145>
- Larrondo Ureta, A. y García González, C. (2024). Periodismo y activismo comunitario por la igualdad de género: iniciativas innovadoras de la redacción colaborativa de Chicas Poderosas. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 10, 218-238. <https://doi.org/10.7203/drdcd.v0i10.284>
- Laucella, P. C., Hardin, M., Bien-Aimé, S. y Antunovic, D. (2016). Diversifying the Sports Department and Covering Women's Sports: A Survey of Sports Editors. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(3), 772-792. <https://doi.org/10.1177/1077699016654443>
- Márquez Ramírez, M., y Rojas Torrijos, J. L. (2017). ¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura del FIFAGate en la prensa deportiva de México y España. *Cuadernos. info*, (40), 173-188. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1009>
- Martín Ramallal, P. y Jódar Marín, J. (2024). eSports y espectacularización de eventos. El caso de League of Legends. *Doxa Comunicación*, 38, 333-357. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a1955>
- Miranda Gaibor, C. G., Rodríguez Galán, A., Larrea Naranjo, C. A. y Ruales Parreño, R. G. (2025). Transformando el juego: La revolución de la inteligencia artificial en el periodismo deportivo. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 11, 86-100. <https://doi.org/10.32719/26312514.2025.11.6>
- Molina Vizcarra, J. (2009). Periodismo deportivo 3.0. *Razón y Palabra*, 69. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330053>
- Onwuegbuzie, A. J. y Johnson, R. B. (2006). The validity issues in mixed research. *Research in the schools*, 13(1), 48-63. <https://www.researchgate.net/publication/228340166>
- Organista, N., Mazur, Z. y Lenartowicz, M. (2021). "I Can't Stand Women's Sports": The Perception of Women's Sports by Polish Sports Journalists. *Communication and Sport*, 9(3), 372-394. <https://doi.org/10.1177/2167479519876886>
- Pedraza Bucio, C. (2012). Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes. *Derecho a Comunicar*, 4, 46-69. <https://biblat.unam.mx/hevila/Derechoacomunicar/2012/no4/4.pdf>
- Peña Fernández, S., Larrondo Ureta, A., Pérez Dasilva, J. Á., Meso Ayerdi, K., Mendiguren Galdospin, T., Ganzabal Learreta, M. y Agirreazkuenaga Onaindia, I. (2022). The Gender Gap in Journalism. Characteristics and Perception. *Área Abierta*, 22(2), 173-183. <https://doi.org/10.5209/arab.79087>
- Peschiera Chanamé, L. (2016). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo. *Correspondencias & Análisis*, 6, 185-196. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.10>
- Puello, María. (2024). El rol de la mujer en el Periodismo Deportivo en Colombia desde la mirada de las profesionales del canal RCN Radio de la ciudad de Cartagena, Colombia. *Revista de investigación multidisciplinaria, Iberoamericana*. 10.69850/rimi.vi4.120.
- Pugo Arévalo, W. y Álvarez Torres, C. (2024). Incidencia de la mujer en el periodismo deportivo del Azuay – Ecuador. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 15(2), 64-86. <https://doi.org/10.31207/rch.v15i2.449>
- Radmann, A., y Sätre, A. (2024). Female Sports Journalists: The More Things Change, the More They Stay the Same. *Media and Communication*, 12, Article 8200. <https://doi.org/10.17645/mac.8200>

- Ramon, X., Gómez Colell, E., Figueras Maz, M. y Medina Bravo, P. (2020). Las mujeres como outsiders en el periodismo deportivo: percepción de las estudiantes y personas expertas. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 26(3), 1183-1194. <https://doi.org/10.5209/ESMP.64526>
- Restrepo Díaz, C. (2024). Una aproximación al periodismo Feminista en Colombia: escenarios, roles y perspectivas. *Comunicación y Género*, 7(2), e94732. <https://doi.org/10.5209/cgen.94732>
- Robbins, S. y Judge, T. A. (2009). *Comportamiento organizacional*. Pearson Prentice Hall.
- Rodríguez Gómez, D., Meneses Naranjo, J. y Fabregues Feijoo, S. (2014). *Técnicas de investigación social y educativa*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/funlam/titulos/114041>
- Rojas Torrijos, J. (2010). La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista. *Vivat Academia*, 113. <http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/DATOSS.htm>
- Rojas Torrijos, J. y Jimeno López, M. Á. (2019). La presencia de las mujeres deportistas en la prensa regional en España. Un análisis de la fotografía de portada. *Communication Papers Media Literacy & Gender Studies*, 8(16), 33-44. https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v8i16.22357
- Román San Miguel, A., Zambrano, R. E. y Villareal Palomo, A. (2021). Periodismo deportivo dirigido por mujeres. Análisis de la presencia de las mujeres en cargos directivos de medios de comunicación. *Austral Comunicación*, 10(01), 301-320. <https://doi.org/10.26422/aucom.2021.1001.ara>
- Rovetto, F. (2010). Androcentrismo y medios de comunicación: La representación de las mujeres en la prensa de actualidad. *Cuadernos. Info*, 27, 43-52. <https://doi.org/https://doi.org/10.7764/cdi.27.21>
- Rowe, D. (2007). Sports journalism: Still the «toy department» of the news media? *Journalism*, 8(4), 385-405. <https://doi.org/10.1177/1464884907078657>
- Ruiz, M., Rubio, L. y Verdú, F. (2021). The ethical challenges of journalism in the era of artificial intelligence. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 673-684. <https://doi.org/10.5209/ESMP.69708>
- Salido Fernández, J. (2021). Revisión de los estudios sobre el liderazgo y la autoría femenina en los medios: el caso de la prensa deportiva. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 16, 29-50. <https://doi.org/10.24137/raeic.8.16.3>
- San Lucas Vanegas, R., Tolozano Lapierre, M. y León Espinoza, I. (2020). Estrategias de comunicación en el periodismo deportivo en el Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(3), 340-354. <https://doi.org/https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33373>
- Sánchez Bracho, M., Fernández, M. y Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107-121. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Sarrió, M., Barberá, E., Ramos, A. y Candela, C. (2002). El techo de cristal en la promoción profesional de las mujeres. *Revista de Psicología Social*, 17(2), 167-182. <https://doi.org/10.1174/021347402320007582>
- Schoch, L. (2022). The Gender of Sports News: Horizontal Segregation and Marginalization of Female Journalists in the Swiss Press. *Communication and Sport*, 10(4), 746-766. <https://doi.org/10.1177/2167479520951162>
- Torres Aguilar, M. M. y Ochoa Ochoa, R. (2021). Inserción de la mujer en el periodismo deportivo ecuatoriano. *Revista Killkana Sociales*, 5(2), 17-28. <https://doi.org/10.26871/killcanasalud.v5i2.868>
- Torres Toukoudidis, Á., De Santis, A. y Tamay Crespo, Á. (2022). *Reflexiones sobre periodismo deportivo: experiencias, retos y expectativas*. Editorial Abya-Yala.
- Wanta, W. (2013). Reflections on Communication and Sport. *Communication & Sport*, 1(1-2), 76-87. <https://doi.org/10.1177/2167479512471334>

Deybis Zapata Correa. Doctorando en Educación de la Universidad Católica Luis Amigó. Magister en Comunicación Organizacional, Universidad Pontificia Bolivariana. Comunicador social de la Universidad Católica Luis Amigó. Docente investigador de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó. Experto en comunicación organizacional y comunicación deportiva. Integrante del grupo de investigación Urbanitas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6066-6432>

Nicolasa María Durán Palacio. Doctora en Filosofía, Universidad Pontificia Bolivariana. Magister en Psicología, Universidad San Buenaventura. Especialista en Psicología Clínica, Universidad del Norte. Profesional en Psicología de la Universidad San Buenaventura. Docente investigadora la Escuela de Posgrados y de la Facultad de Ciencias Sociales, Salud y Bienestar de la Universidad Católica Luis Amigó. Integrante del grupo de investigación Estudios de Fenómenos Psicosociales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5492-6931>

Juan Esteban Rodríguez Gómez. Doctor en Administración, Universidad EAFIT. Magister en Comunicación Organizacional, Universidad Pontificia Bolivariana. Sociólogo de la Universidad de Antioquia. Docente investigador de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó. Experto en organizaciones sociales. Integrante del grupo de investigación Urbanitas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7843-3100>

Néstor Julián Restrepo Echavarría. Doctor en Política, Comunicación y Cultura, Universidad Complutense de Madrid, Magister en Estudios Latinoamericanos mención Política, Universidad de Salamanca,

Especialista en Estudios Políticos con énfasis en Geopolítica, Universidad EAFIT. Politólogo, Universidad Nacional de Colombia. Comunicador Social, Universidad Luis Amigó. Profesor Titular de la Escuela de Artes y Humanidades Universidad EAFIT, experto y analista en comunicación política. Hace parte del grupo de investigación A1 Comunicación y Estudios Culturales de la Escuela de Humanidades de EAFIT, pertenece al grupo de Investigación 4U en Comunicación y Política con las universidades EAFIT, ICECI, UNINORTE y CESA. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2881-1249>