

Análisis de la profesión periodística: el rol de la mujer en la televisión deportiva actual

Analysis of the journalistic profession: the role of the women in today's sports television

Antonio Vaquerizo Mariscal¹: Universidad Nebrija, España.

avaquerizo@nebrija.es

Luis Alonso-Martín-Romo: Universidad Nebrija, España.

lalonsoma@nebrija.es

Fecha de Recepción: (18/06/2024)

Fecha de Aceptación: (10/07/2024)

Fecha de Publicación: (16/07/2024)

Cómo citar el artículo (APA 7^a):

Vaquerizo Mariscal, A. y Alonso-Martín-Romo, L. (2024). Análisis de la profesión periodística: el rol de la mujer en la televisión deportiva actual [Analysis of the journalistic profession: the role of the women in today's sports television]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-378>

Resumen:

Introducción: El periodismo deportivo del siglo XX estuvo dominado por hombres, con poca representación femenina en la práctica deportiva y la cobertura mediática. Desde los años 80 y 90, la televisión en España comenzó a abrir camino para las mujeres, aunque el ámbito deportivo seguía siendo un desafío. En las últimas décadas, ha habido un aumento significativo de mujeres en roles destacados dentro de cadenas de televisión, reflejando una mayor inclusión. **Metodología:** El estudio combina entrevistas cualitativas con análisis cuantitativos de datos oficiales. Se entrevistaron a periodistas deportivas de medios como Movistar+, RTVE, Mediapro y Eurosport. También se analizaron datos sobre la presencia femenina en la televisión deportiva durante 2022 y 2023, proporcionados por la Asociación de la Prensa de Madrid y el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. **Resultados:** Los resultados muestran una mejora en la paridad de género en la televisión deportiva, con mujeres en roles visibles y de liderazgo en cadenas como RTVE, La Sexta y Antena 3 TV. Sin embargo, persisten disparidades en cargos directivos y narración de eventos deportivos. Las mujeres deportistas reciben más cobertura mediática cuando logran éxitos destacados. **Discusión y Conclusiones:** A pesar de los avances, la igualdad de género en el periodismo deportivo enfrenta obstáculos. Las periodistas deben demostrar constantemente su valía.

¹Autor Correspondiente: Antonio Vaquerizo Mariscal, Universidad Nebrija (España).

Persisten estereotipos y discriminación, especialmente en roles de narración y gestión. La creciente visibilidad de mujeres en el periodismo deportivo es una señal positiva, pero se necesita un esfuerzo continuo para alcanzar una verdadera igualdad de género.

Palabras clave: Mujer; Periodismo Deportivo; Deporte; Medios de Comunicación; Redacciones Deportivas; Televisión; Igualdad; Género.

Abstract:

Introduction: 20th-century sports journalism was dominated by men, with little female representation in both sports practice and media coverage. Since the 1980s and 1990s, television in Spain began to open the way for women, although the sports field remained a challenge. In recent decades, there has been a significant increase in women in prominent roles within television networks, reflecting greater inclusion. **Methodology:** The study combines qualitative interviews with quantitative analysis of official data. Sports journalists from media outlets such as Movistar+, RTVE, Mediapro, and Eurosport were interviewed. Data on female presence in sports television during 2022 and 2023, provided by the Madrid Press Association and the Ministry of Science, Innovation, and Universities, was also analyzed. **Results:** The results show an improvement in gender parity in sports television, with women in visible and leadership roles on networks like RTVE, La Sexta, and Antena 3 TV. However, disparities persist in executive positions and sports event narration. Female athletes receive more media coverage when achieving notable successes. **Discussion and Conclusions:** Despite advances, gender equality in sports journalism faces obstacles. Female journalists must constantly prove their worth. Stereotypes and discrimination persist, especially in narration and management roles. The increasing visibility of women in sports journalism is a positive sign, but continuous effort is needed to achieve true gender equality.

Keywords: Journalistic enterprise; immersive journalism; gamification; augmented reality; virtual reality; mixed reality; hologram; metaverse.

1. Introducción

En el siglo XX se consideraba el mundo del periodismo deportivo un terreno acotado a los hombres, al que apenas lograba acceder la mujer. Calvo y Gutiérrez (2016), en su investigación sobre el papel de la mujer como deportista y como periodista deportiva en la televisión, señalan que había una presencia escasa de la mujer deportista con respecto al hombre. Asimismo, el rol del hombre prevalecía como profesional de la información. Para estas autoras, los informativos deportivos refuerzan y perpetúan el deporte como un reducto masculino hecho por hombres. En esa línea, varios autores señalan que el deporte femenino solo se retransmite en televisión cuando se logra algún resultado extraordinario para el país, ya sea en cuanto a medallas olímpicas o mundiales (Bruce *et al.*, 2010).

A finales de los años 80 y principios de los 90 del siglo pasado aparecieron las televisiones autonómicas y las privadas. Su llegada llevó la pluralidad a la televisión española en casi todos sus ámbitos, sobre todo ideológicos, empresariales e informativos. Sin embargo, la mujer que había tenido cada vez mayor presencia en todas las secciones de las televisiones seguía teniendo "un techo de cristal" en el área deportiva. Sirva como ejemplo que la primera mujer que llegó a la redacción de deportes de Antena3 Televisión fue Teresa Lozano a finales de 1991. Habría de pasar más de un lustro para que otra mujer pudiera formar parte de esta sección.

Durante la última década del siglo XX, las redacciones deportivas se seguían nutriendo de profesionales principalmente masculinos y el papel de la mujer era prácticamente residual. En esas fechas periodistas como Paloma del Río o Julia Luna seguían siendo las únicas

especialistas que narraban acontecimientos deportivos. Sería en esos años cuando surgirían periodistas como Mónica Marchante, en *Canal Plus*, Raquel Criado, Chus Galán o María José Hostalrich, en Telemadrid, Silvia Barba en RTVE o Eva Turégano en Antena 3 TV. Mujeres cuya presencia en los medios sirvió para que muchas alumnas de las facultades de Comunicación españolas quisieran seguir sus pasos profesionales.

En los últimos años el papel de la mujer ha experimentado un cambio sustancial en los medios de comunicación. Cadenas tradicionales como RTVE, La Sexta o Antena 3 TV cuentan con mujeres como presentadoras de los informativos deportivos. Tales son los casos de Ana Ibáñez o Lara Gandarillas en RTVE, Carlota Reig o María Martínez en La Sexta, y Angie Reguerio, Rocío Martínez o Alba Dueñas de Antena 3 TV. En Movistar+, Susana Guash, Danae Boronat o Noemí de Miguel presentan varios de los espacios deportivos más importantes de la cadena de Telefónica. En una televisión deportiva como GolTV varias son las mujeres que presentan sus programas, entre ellas podemos citar a Gemma Soler o Alba Oliveros. Otro ejemplo significativo es Nira Juanco, una periodista de dilatada carrera en el mundo del periodismo deportivo y subdirectora del canal Fórmula1 de DAZN.

Asimismo, el deporte femenino se ha hecho un hueco en los informativos deportivos de la televisión española. Los éxitos a nivel de equipos de las selecciones femeninas en deportes como el waterpolo, baloncesto, balonmano, gimnasia rítmica, natación sincronizada o fútbol, con la consecuente participación en mundiales y europeos, han hecho que su representación aparezca con mayor intensidad en los medios de comunicación. El gran momento por el que pasa el deporte femenino español ha supuesto que deportistas como Ruth Beitia, la única medalla de oro del atletismo femenino español en unos Juegos Olímpicos, Carolina Marín campeona olímpica y del mundo en bádminton, Mireia Belmonte campeona olímpica y del mundo en natación, o Alexia Putellas y Aitana Bonmatí, elegidas en los últimos tres años las mejores jugadoras del mundo en fútbol, lo que ha supuesto, que hallan gozado de muchos minutos en la televisión y la radio española. A esto se suma la numerosa producción periodística, reflejada en la prensa deportiva y nacional.

La notoriedad de las mujeres a nivel deportivo y periodístico ha experimentado, por tanto, una transformación acorde a los cambios que se han sucedido en la sociedad en las últimas décadas. Un hecho que queda reflejado en el seguimiento del mundial femenino de fútbol, celebrado en agosto de 2023, en el que la selección española se proclamó por primera vez en su historia campeona del mundo. Un hito que viene acompañado con la narración del evento, por primera vez en la televisión española, de una mujer, Alicia Arévalo.

La intención primordial, a través de este estudio, es evidenciar la diferenciación y comportamientos que provocan la brecha entre el hombre y la mujer, que desgraciadamente subsiste aún, desaparezca definitivamente y no exclusivamente en este ámbito.

2. Objetivos y Metodología

Este artículo se enfoca en verificar la paridad de competencias profesionales entre hombres y mujeres en el ámbito del periodismo deportivo en televisión. El objetivo principal radica en demostrar cómo la mujer ha adquirido un nivel equiparable de conocimiento al del hombre en este campo específico y, particularmente, a partir de su presencia en las pantallas televisivas. Este hecho, que es patente y destacable, nos lleva a realizar un estudio que analice y trate el fenómeno; un hecho ligado a un cambio de paradigma social, que se refleja en otras disciplinas y áreas laborales. Por lo tanto, este objetivo redundará en el reconocimiento de la evolución positiva que han experimentado en este entorno profesional.

Para llevar a cabo este estudio hemos adoptado una metodología mixta que combina los métodos cualitativos, a partir de una serie de entrevistas a profesionales del sector, y análisis cuantitativos basados en datos oficiales sobre la presencia de las mujeres en hechos comunicativos concretos durante los años 2022 y 2023. Este elemento nos proporciona un detalle mayor del alcance de los elementos estudiados, con el fin de contrastar los datos y apoyar con mayor rigor las afirmaciones de la metodología anteriormente descrita.

Esta metodología mixta tiene precedentes que es necesario mencionar. Autores como Lourdes Peschiera (2016), en su investigación sobre el tema ya sustentó su análisis metodológico en métodos cualitativos. Elena Calvo y Begoña Gutiérrez (2017) desarrollaron una metodología cuantitativa. Por su parte, Eva Gómez Collel, Pilar Medina-Bravo y Xavier Ramón (2017) aplicaron la técnica del análisis del contenido, combinando sus aproximaciones cuantitativa y cualitativa, basadas en las teorías desarrolladas por Bryman (2016). Métodos de análisis que se han llevado a cabo en el estudio de esta investigación y que siguen la línea de los trabajos desarrollados por otros investigadores. Del mismo modo, se utilizaron las dinámicas analítico-descriptivas. A través del análisis descriptivo se identifican determinados patrones que nos han ayudado a obtener una imagen real de los cambios significativos producidos en los últimos tiempos. En esta conjunción de análisis y descripción, el estudio sigue los paradigmas presupuestos descritos por Yin (2003), con respecto a la revisión de datos exhaustivos, en este punto extraídos de casos personalizados, que incluyen evidencias cualitativas y que nos permiten dar respuestas al fenómeno dentro de su contexto.

Esta perspectiva metodológica nos facilita la exploración de la naturaleza del fenómeno, con un enfoque dirigido a un hecho tan significativo como el ascenso del papel de la mujer en el sector audiovisual. Es importante el uso de este sistema metodológico, analizando los datos que nos han ofrecido de primera mano las protagonistas que son objeto de estudio y que nos han llevado a las conclusiones expuestas.

De igual forma, presentamos las siguientes tablas para sustentar el estudio cualitativo de la investigación. En la primera hemos recogido los nombres de las periodistas entrevistadas y sus características para poner en valor su elección. Y en la segunda, las preguntas realizadas a las profesionales televisivas para profundizar en el tema.

Tabla 1.

Periodistas entrevistadas

PERIODISTA	MEDIO	OBSERVACIONES
E1. Inmaculada Martínez	MOVISTAR+. Directora de la redacción de deportes.	Realiza tareas de gestión en Movistar+ desde hace más de 20 años.
E2. Mónica Marchante	MOVISTAR+. Redactora, presentadora y reportera	Una de las periodistas referencia de la televisión deportiva española
E3. Elena Jiménez	RTVE. Redactora, narradora y reportera.	Periodista con más de 30 años de experiencia en el mundo del deporte televisivo.
E4. Belén Ruíz	MOVISTAR+. Subdirectora de la redacción de deportes.	Profesional de dilatada experiencia en la gestión y en la redacción de noticias deportivas.

E5. Nira Juanco	MEDIAPRO. Subdirectora de DAZN Canal Fórmula 1.	Una de las periodistas deportivas especializadas en Fórmula 1 más importantes de España.
E6. Verónica González	EUROSPORT. Periodista y realizadora.	Realizadora de los eventos más importantes de la cadena.
E7. Estíbaliz Ortega	MOVISTAR+. Realizadora de programas deportivos.	Realizadora principal de la cadena en programas deportivos, en especial de Baloncesto.

Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 2.

Cuestionario: Perfil mujer periodista de deportes

Preguntas planteadas a las profesionales de la Televisión
1. ¿Cuál es el perfil que tiene en estos momentos la mujer periodista deportiva?
2. ¿El trabajo que se realiza está en igualdad con el hombre?
3. ¿Cuáles son las principales tareas que realizan las mujeres periodistas deportivas?
4. ¿Relación con el periodista masculino?
5. ¿Se ve un futuro de igualdad?
6. ¿Principales valores de la mujer periodista deportiva?

Fuente. Elaboración propia (2024)

3. Marco teórico

El periodismo deportivo ha sido desde el principio un desafío, un acicate para la mujer periodista (Peschiera, 2016). Se trata de un nicho reservado para el grupo profesional masculino que ha mirado con condescendencia, casi de reojo, a la mujer periodista deportiva, y han tenido hacia ella una relación paternal que no habían pedido. A lo largo de los años, la mujer ha tenido que demostrar en las redacciones deportivas sus conocimientos, cualificaciones y dotes de comunicación adecuadas para ser aceptadas. La periodista peruana Carola Román comentaba sobre estos aspectos que:

hace treinta o cuarenta años no podíamos imaginar que existieran tantas mujeres inmersas en lo que se refiere al periodismo deportivo [...] Tengo la suerte de haber nacido en una época donde se está aceptando más el papel de la mujer; ya no podemos hablar de una o de dos chicas en lo que se refiere al periodismo deportivo, ahora el abanico es mucho más amplio, podemos encontrar mujeres en los periódicos, en la televisión, en la radio y ya también comentando un poco de lo que es fútbol, el polideportivo [...] Ha sido muy complicado que la mujer ingrese en estos ámbitos pero

creo que se está logrando sobre todo con la preparación. (Peschiera, 2016, p. 193)

El siglo XX se caracterizó por ser el momento histórico destacado donde el mundo del deporte se hizo con un sitio fundamental y preferente en la sociedad. Una manifestación cultural que desde el principio fue absorbido en casi su totalidad por el segmento masculino de la población. Los deportes más vistos y seguidos eran los protagonizados por hombres y no se daba visibilidad al deporte femenino. En consecuencia, las redacciones deportivas de los medios eran un reducto de los hombres donde apenas osaban entrar las mujeres (García, 2017). Sin embargo, poco a poco ellas fueron introduciéndose en este mundo de hombres.

Periodistas como Mari Carmen Izquierdo y Ana María Martínez Sagi, cuya referencia biográfica es muy significativa (Prada, 2008), se convirtieron en verdaderas pioneras al introducirse en el infranqueable mundo del periodismo deportivo. A partir de ese instante, las redacciones deportivas dejaron de ser un coto exclusivo de los hombres.

En los años 80 del siglo pasado surgieron dos de las periodistas deportivas más importantes de España: Olga Viza y María Escario. Dos mujeres que presentaron junto a un hombre, Matías Prats Luque, el momento más importante del deporte español, los Juegos Olímpicos de Barcelona 92. Olga Viza, una de las principales referencias de la televisión deportiva, también sufrió los efectos de las actitudes machistas en sus comienzos. En el programa de *La 2, Gent de paraula*, manifestaba que:

El problema son los *croupiers* (sic.) que reparten el juego periodístico. Se respira un aire involutivo. Es puro machismo. Hay una ley no escrita que dice que sí se contrata a una mujer tiene que ser una mujer estupenda. La talla tiene que estar dentro de la cabeza, no en el cuerpo. (Monegal, 2012)

En similares términos se expresaba hace unos años María Escario, uno de los rostros deportivos más importantes de la televisión deportiva de nuestro país: “cuando llegué a la redacción de deportes de TVE, me di cuenta de que los deportes estrellas -los más mayoritarios- estaban absolutamente copados por hombres” (Ferrero, 2015).

Otro de los referentes del periodismo deportivo de los últimos cuarenta años es la periodista de RTVE, Paloma del Río. La voz de los Juegos Olímpicos, una de las primeras periodistas en narrar en un certamen deportivo de esta importancia, sigue la senda abierta por Olga Viza y María Escario sobre la igualdad en el periodismo deportivo:

Era y sigue siendo machista. Hay mucho discurso de apoyo a las mujeres, pero a la hora de la verdad, las grandes oportunidades siempre se las dan a los chicos. Nosotras curramos como las que más y tenemos las mismas capacidades de análisis o sacrificio que ellos, pero en la mayoría de las cadenas son los tíos los que mandan. (Ferrero, 2015)

Aunque el estado inicial de la situación de la mujer en este campo informativo ha presentado ciertos niveles de condescendencia, discriminación o han servido como modelo de gancho estético, marcada por una dualidad del trabajo en función del componente sexual (Román et al. 2021), en los estudios más recientes que se han realizado al respecto se ha mostrado una visión de progreso y optimismo hacia la inclusión en términos de paridad, que ha supuesto la implementación de una serie de cambios en la manera en la que las mujeres son representadas en los medios, influyendo en el tono y, por supuesto, en el estilo de las informaciones. Varios autores inciden en esta idea (Rivero et al. 2015). En ese sentido, otros autores han concluido también que este cambio de paradigma proviene de un giro social algo más complejo, aunque ciñéndonos al sector de la comunicación, se concluye que estas novedades de inclusión

femenina vienen dadas por aspectos como la diversificación de la cobertura del deporte femenino y la ampliación de las disciplinas que se han comenzado a transmitir desde un punto de vista informativo (Alonso et al. 2022). Del mismo modo, estos autores abundan en elementos secundarios como la calidad técnica que fomenta una experiencia visual más atractiva, además del tratamiento y exposición de datos más elaborados (Alonso et al. 2022), que ha supuesto que un mayor número de mujeres se interesen no solo por el deporte en sí, sino por la rama del periodismo que, en este presente de amplio desarrollo técnico, aporta innumerables atractivos por la disciplina periodística especializada en el campo deportivo en su conjunto y que es vista por las estudiantes universitarias como un horizonte con proyección profesional, promoviendo un nuevo sentir vocacional.

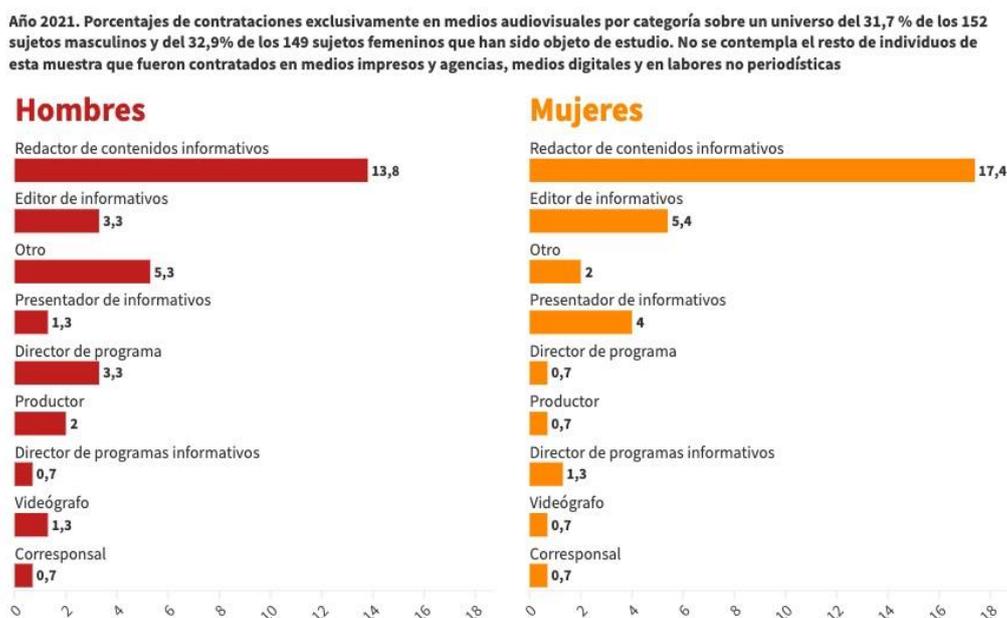
En todo caso, a pesar de todo, es un hecho claro que hay un consenso en todas las conclusiones de los investigadores sobre que aún se encuentran estudiantes femeninas que se autoexcluyen a la hora de apostar por esta disciplina comunicativa (Ramón, 2020; Vuyst y Raeymaeckers, 2019) debido en primer lugar a los estereotipos sobre la masculinidad preponderante en este campo

4. Resultados

4.1. Datos significativos

La Asociación de la Prensa de Madrid (APM) en sus Informes Anuales de la Profesión Periodística, destaca una mejora en la situación de la mujer en los medios audiovisuales. En cuanto al puesto de redactor se observa que hay una mayor presencia de periodistas femeninas que de hombres en las redacciones. Asimismo, se constata el papel destacado de las periodistas en puestos como: presentación y edición donde el porcentaje femenino supera a su homónimo masculino. Sin embargo, es en los cargos de dirección donde sigue habiendo una brecha de género y “esos puestos son ocupados mayoritariamente por hombres”. APM (2021; 2022; 2023)

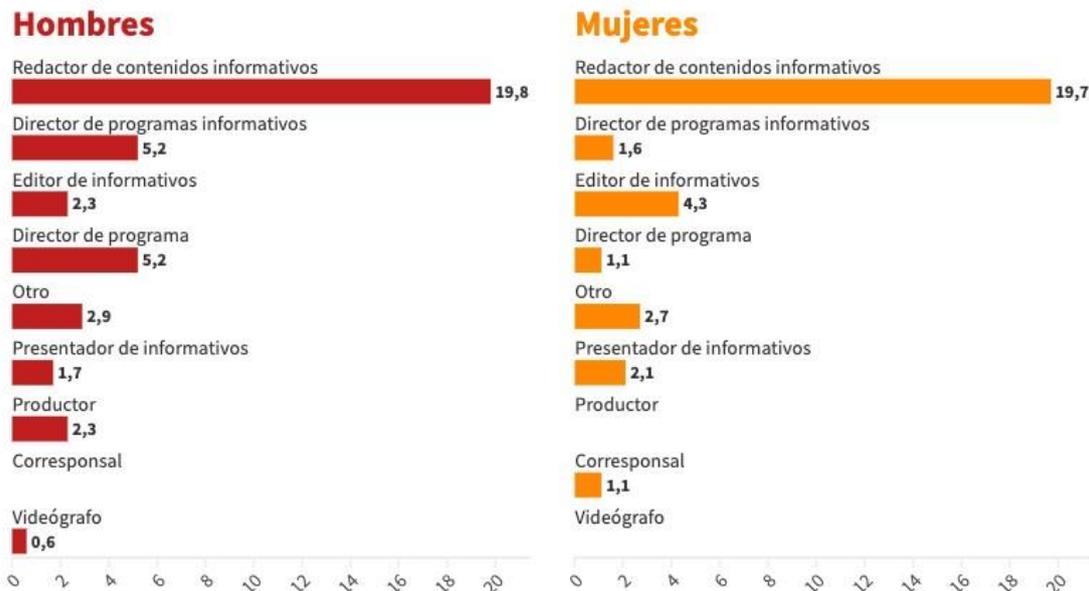
Figura 1.



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2021, APM: Encuesta Profesional, 2021. Cifras en porcentajes. Elaboración propia (2024).

Figura 2.

Año 2022. Porcentajes de contrataciones, exclusivamente en medios audiovisuales, por categoría sobre un universo del 40 % de los 172 sujetos masculinos y del 32,5% de los 188 sujetos femeninos que han sido objeto de estudio. No se contempla el resto de individuos de esta muestra que fueron contratados en medios impresos y agencias, medios digitales y en labores no periodísticas.



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2022, APM: Encuesta Profesional, 2022. Cifras en porcentajes. Elaboración propia.

Figura 3.

Año 2023. Porcentajes de contrataciones exclusivamente en medios audiovisuales por categoría sobre un universo del 35,9 % de los 164 sujetos masculinos y del 35,5% de los 178 sujetos femeninos que han sido objeto de estudio. No se contempla el resto de individuos de esta muestra que fueron contratados en medios impresos y agencias, medios digitales y en labores no periodísticas



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2023, APM: Encuesta Profesional, 2023. Cifras en porcentajes. Elaboración propia (2024).

Son también significativos los datos que reflejan las nuevas contrataciones para el puesto de editor de informativos siempre por encima de la media de ellos hombres que ocupan dicho puesto. Si bien el porcentaje se mantiene en una horquilla del 4,3 al 5,4 al tratarse de una de las actividades de más responsabilidad en el campo informativo, este dato se convierte en una evidencia de la preferencia y confianza de las empresas de comunicación que abre un cambio de paradigma en el modelo de paridad.

En los datos facilitados por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (2023), el número de alumnos matriculados en Periodismo e Información en el curso 2022-2023 en Grado y Ciclo fue de 21.934 estudiantes. En los números facilitados por el Ministerio el 57% de los alumnos matriculados eran mujeres y el 43% hombres. Estos datos vienen a refrendar la importancia y preponderancia de la mujer en las aulas de Periodismo en los últimos años.

Figura 4.

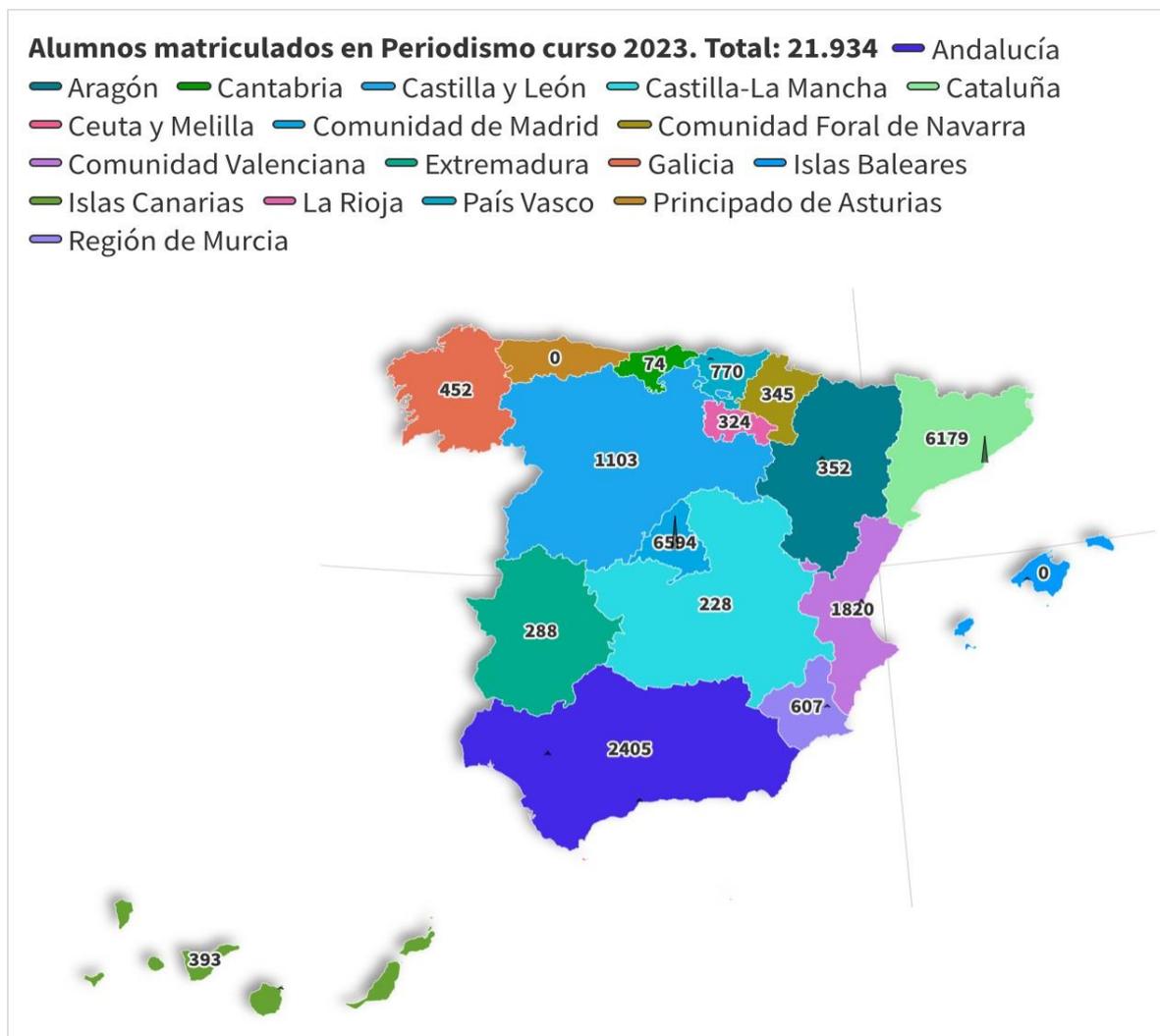
Porcentaje de estudiantes matriculados en Periodismo por sexo entre 2022-2023 en el total de universidades española



Fuente: Ministerio de Universidades. Académica_22EEU. Elaboración propia (2024).

Figura 5.

Estudiantes matriculados en Periodismo entre 2022-2023 en el total de universidades por comunidades autónomas.



Fuente: Ministerio de Universidades. Académica_22EEU. Fuente. Elaboración propia (2024).

Aunque el número de mujeres matriculadas en las titulaciones de periodismo desciende ligeramente en los últimos ocho de cursos académicos, sigue manteniéndose por encima de los estudiantes masculinos que eligen esta formación superior, experimentando una diferencia muy relevante en el último periodo de catorce puntos porcentuales, superando al de sus compañeros masculinos. El conjunto de datos demuestra que la mujer accede de forma predominante a las titulaciones del ámbito de la Comunicación. Y se constata que, en los últimos años, la presencia de las mujeres en los informativos y en los programas deportivos de las cadenas ha empezado a adquirir mayor relevancia.

4.2. La mujer periodista deportiva en la televisión desde la perspectiva de las profesionales

En los informativos deportivos, el deporte femenino tiene especial relevancia cuando las deportistas obtienen algún título en competiciones como Juegos Olímpicos, Mundiales o campeonatos europeos. En cuanto, a la información deportiva en televisión, cada vez más

mujeres se están abriendo camino. En el año 2023, más de la mitad de los presentadores de los informativos deportivos pertenecen al género femenino. Presentadoras como Ana Ibáñez, Fe López, Lara Gandarillas o Lourdes García Campos, reporteras como Silvia Barba o Elena Jiménez; narradoras como las veteranas Paloma del Río o Julia Luna, todas ellas en RTVE. En *Atresmedia* María Martínez y Carlota Reig (*La Sexta*), Alba Dueñas, Rocío Martínez y Angie Rigueiro (*Antena 3 TV*) presentan los deportes en esta cadena. En *Mediaset*, sin embargo, el papel de la mujer es prácticamente residual en los deportes; el recuerdo de un rostro femenino nos lleva a Sara Carbonero y hace varios años que dejó de realizar las labores de presentadora en la cadena de Fuencarral.

Si nos sumergimos en programas deportivos, fuera de las televisiones tradicionales hay que destacar a periodistas como Nira Juanco, subdirectora del canal de DAZN F1 e Izaskun Ruíz, reportera de DAZN en moto GP. Marta Sánchez Bellas o Laura Álvarez en *Eurosport*. En *Movistar+* nombres reconocidos como los de Mónica Marchante, Noemí de Miguel, Susana Guash o Danae Boronat. Precisamente, esta última comentaba que “por el hecho de ser mujer siempre has de estar demostrando tu valía” (La Vanguardia, 2019). En similares términos la periodista del diario catalán *El Periódico*, Sonia Gelma, manifestaba que “en el sector predominan los hombres y la mujer debe hacerlo realmente bien para hacerse un hueco en puestos de responsabilidad” (Pallás, 2019). Presentadoras, reporteras, redactoras, pero apenas hay mujeres narradoras o en puestos de responsabilidad.

4.3. Perfil de la periodista deportiva

En teoría, el periodista masculino y la femenina deben tener un perfil similar, basado en un entorno de trabajo sostenido en un plano de igualdad. Sin embargo, este supuesto no se lleva a la práctica. Este hecho se evidencia en la exposición del punto de vista de las profesionales entrevistadas que se han realizado en la presente investigación: a la periodista actual le apasiona el deporte, lo conoce y lo practica. Elena Jiménez, periodista de RTVE, en la entrevista realizada para esta investigación, indica que “últimamente no solo hay mujeres haciendo fútbol, también sienten pasión por los deportes del motor (Motos, Fórmula1)”.

Hoy nadie se cuestiona, o hay pocos que lo hagan que la mujer domine un determinado deporte, informativamente hablando. De hecho, Nira Juanco, subdirectora de DAZN o Noemí de Miguel, presentadora y reportera con una amplísima experiencia profesional en las labores informativas de la Fórmula 1 en *Movistar+*, han sido santo y seña de este deporte, por su conocimiento y su buen hacer. Como comenta Nira Juanco:

Antes no pasaba así, tú eras mujer y tenías que demostrar que sabías perfectamente que un monoplace tenía motor, cuatro ruedas como me pasó a mí cuando llegué por primera vez en 2009 a la Fórmula 1 como la primera mujer *pit reporte* española.

A medida que ha pasado el tiempo y gracias al esfuerzo de aquellas que no se han resignado a quedar al margen, las profesionales poco a poco van asumiendo diferentes roles que hasta hace poco estaban reservados a los hombres. En estos momentos en que el deporte femenino tiene mayor visibilidad “empieza a haber narradores, analistas... pero todavía con cuentagotas”, como subraya Belén Ruíz, periodista de *Movistar+*. En mayo de 2019, Danae Boronat se convirtió en la primera mujer en narrar un partido en la primera división del fútbol español; un Atlético de Madrid-Sevilla. Asimismo, narró junto a Sara Giménez la Copa Mundial Femenina de Fútbol 2019 (El Periódico, 2019). La aparición de mujeres en este ámbito deportivo ha suscitado la pregunta de un perfil concreto sobre dicha figura. Sin embargo, La veterana periodista de *Movistar+* Mónica Marchante, que desde hace muchos años forma parte del equipo de *El partidazo*, indica que “no hay un único perfil de periodista deportiva

femenina, como tampoco de periodista deportivo masculino”. Un comentario que deja bien a las claras la igualdad que debe prevalecer en el mundo del periodismo deportivo.

4.4. La igualdad en el trabajo, ¿Un hecho real?

Los principios internacionales de ética profesional del periodismo de la UNESCO en su artículo 9, además de la declaración de principios sobre la conducta de los periodistas de la Federación Internacional de Periodistas en el artículo 7 o la Resolución 1.003 del Consejo de Europa, en el artículo 33, desarrollan la necesidad de evitar cualquier tipo de discriminación y estereotipos por raza, género, religión, nacionalidad y discapacidad. “Pese a esta claridad normativa, sigue existiendo una clara discriminación de género en el periodismo deportivo” (Ramón, 2018).

La existencia de una discriminación de género es una cuestión que preocupa mucho a nuestras periodistas entrevistadas. En teoría el trabajo que deben realizar ambos géneros es el mismo, pero en la práctica “el trabajo de la mujer se mira con lupa, de un modo que no se haría con el trabajo de un hombre” como expresa la realizadora de *Movistar+*, Estíbaliz Ortega. En ese sentido y como se apuntaba anteriormente, a los hombres se les “presuponen conocimientos deportivos, mientras que en la mujer se cuestionan”. Sin embargo, otras periodistas como Mónica Marchante piensan que, ahora que la mujer ha entrado en el mundo de la narración deportiva, las tareas son las mismas. Por su parte, Nira Juanco comenta que:

quizás echo en falta aún más mujeres en puestos de responsabilidad o narrando acontecimientos deportivos, pero lo que sí noto es que se nos empieza a valorar igual que a un hombre. La información que damos es tenida en cuenta y se nos respeta.

No todas las periodistas piensan de la misma forma y creen que, por ejemplo, el mundo del fútbol se sigue manteniendo como un reducto de los hombres, “el papel de la mujer sigue estando en un segundo plano de relevancia, sobre todo si hablamos de fútbol, hace que sean muy pocas mujeres las que “juegan” en igualdad de condiciones”.

Las periodistas continúan pensando que algunas tareas siguen reservadas mayoritariamente para el hombre y es el género masculino el que las sigue acaparando casi por completo. En especial en la narración, en las tertulias y en la gestión, “se está avanzando, aunque numéricamente sigue habiendo una clara desigualdad. El análisis y la narración siguen copadas principalmente por hombres”, como comenta Belén Ruiz.

En una televisión pública como es *RTVE* y gracias al II Plan de Igualdad entre Mujeres y Hombres (2022-2026), el equilibrio está asegurado. De forma, como manifiesta Elena Jiménez “la desigualdad se va reduciendo porque se basa en las cuotas: que haya el mismo número de directivos que de directivas”. De hecho, las últimas presidentas del Consejo de Administración de Radio Televisión Española han sido mujeres. El 27 de marzo de 2024, Concepción Cascajosa sustituía en el cargo a Elena Sánchez (RTVE, 2024).

4.5. Un techo de cristal. La dictadura de los cánones de belleza

Uno de los estereotipos con los que han tenido que vivir las profesionales de los medios es el hecho de presentar un gran atractivo físico para triunfar en la televisión. Un tópico que es del todo injusto, falso y sexista.

En ese sentido Mónica Marchante cree que “las mujeres aún tenemos un techo de cristal y nuestra presencia en pantalla se ve restringida con la edad, cosa que no sucede con los

hombres". Y eso nos lleva a tratar el estereotipo de la periodista atrayente, pero poco preparada. Por un lado, habría que hablar de la periodista o de la presentadora veterana, con amplio recorrido profesional y que, normalmente, ha tenido que superar muchas dificultades para poder crecer; y por otro, la de la joven presentadora seductora y poco formada, como apuntan algunas y algunos periodistas.

Juanco subraya sobre este tema que "aunque aún hay mucho por hacer, creo que la mujer periodista deportiva poco a poco se va desvinculando de esa imagen que ha dominado durante años de ser simplemente guapa y no tener conocimientos deportivos". Estereotipos que van quedando atrás. De hecho, como han comentado gran parte de nuestras entrevistadas, "el periodista masculino respeta y valora cada vez más el papel de la mujer periodista y lo asume con más naturalidad que hace veinte años" (Inmaculada Martínez).

En cuanto a la dictadura de los cánones de belleza, Susana Guash comentaba que "a ellos no se les pide ni ser sexys, ni guapos. Ese es un hándicap que arrastramos, aunque luego ninguna se mantiene mucho tiempo solo por ser guapa. Está demostrado." (Blanes, 2016). Uno de los grandes referentes del periodismo deportivo, María Escario, manifestaba que, "ahora se valora el físico, básicamente porque quien la pone es un hombre. Y eso solo pasa en el caso de las mujeres, porque el presentador con que sea gracioso ya puede ser feo, que presenta igualmente" (20minutos, 2015).

4.6. Un futuro de igualdad

Como comentábamos anteriormente, la televisión pública española ha sacado hace apenas un año el II Plan de Igualdad entre Mujeres y Hombres Corporación RTVE (2022-2026); un ambicioso plan de cuatro años en el que ambos géneros tengan los mismos derechos. Es un paso más para que el mundo de la comunicación no se divida en hombre y mujeres sino en buenos o malos profesionales (RTVE, 2022). Sin embargo, para que se cumpla esta premisa deben permitir el acceso a los puestos de responsabilidad a las profesionales, algo que se ve aún lejano en el tiempo, según comenta Mónica Marchante:

a lo largo de los años la mujer periodista ha ido subiendo peldaños y escalando hacia una meta de igualdad. Hasta hace poco era impensable ver un partido de fútbol femenino en televisión, disfrutar con las *guerreras* de balonmano o ver como ganan medallas las selecciones nacionales femeninas; todo ello se ha conseguido con un enorme esfuerzo.

Cada día se visibiliza más el deporte femenino y, por ende, a la mujer periodista. Como comenta Nira Juanco:

si comparo como estaba el panorama cuando empecé en este mundo del periodismo deportivo en 2006, que éramos muy poquita y siempre con la etiqueta de "niña mona" a cómo estamos ahora se han dado pasos de gigante. Así qué, ¿por qué no vamos a conseguir que se nos tenga más en cuenta para cargos de relevancia?

Las periodistas entrevistadas creen que se va avanzando progresivamente en materia de igualdad. Cada vez hay más mujeres que practican y consumen deporte y eso tiene una extraordinaria importancia, ya que se "acaba trasladando a las vocaciones y al periodismo deportivo" como señala Belén Ruíz. Sin embargo, para que esa brecha se cierre definitivamente hay que superar algunos obstáculos y, como subraya Inmaculada Martínez, "la mujer periodista que quiera dedicarse al mundo deportivo tiene que hacer un esfuerzo para formarse de manera integral y no tener lagunas en sus conocimientos". La mujer periodista tiene unos

valores intrínsecos que suponen una carga positiva para el desarrollo de su trabajo: tesón, exigencia, humildad, ganas de aprender, dedicación, capacidad de trabajo, vocación y pasión por la profesión y “muchacha paciencia para aguantar tonterías” (Estíbaliz Ortega). Otro de sus valores intrínsecos que señala Elena Jiménez, que la hace en general diferente de su colega masculino es la empatía: “creo que la mujer tiene un sexto sentido que ayuda a tener empatía en los rodajes y más química en las entrevistas con los deportistas”.

Junto a todos los valores destacados habría que añadir el valor principal de la profesión periodística: contar la verdad. Y eso significa contemplar la ética deportiva y estar bien informados. Por ello, apunta Juanco que, “hay límites que hay que respetar y no te puedes saltar. Hacerlo hace que pierdas tu credibilidad y todo el respeto y crédito profesional”.

A todo lo visto, habría que añadir además varias cualidades necesarias para el perfil del periodista deportivo: el conocimiento del deporte, el aprendizaje en todas las áreas de la televisión deportiva, la formación en el ámbito digital, en la edición y en las redes sociales, así como competencias específicas narrativas y las oportunas para la presentación en radio y televisión, el dominio de idiomas y el manejo de las distintas herramientas que se emplean en el audiovisual.

La evolución experimentada en los últimos años ha supuesto que la mujer periodista deportiva haya sido requerida por su formación y conocimiento para formar parte del mundo de la docencia, ya sea en cursos de grado o posgrado.

4.7. Revisión por cadenas generalistas

En este artículo hemos querido estudiar el papel preponderante que desempeña la mujer en la sociedad actual y en los medios de comunicación en general. En ese sentido hay que destacar que es en la televisión dónde la profesional de la comunicación deportiva va logrando una mayor visibilidad. Para constar si esa aseveración es cierta se han analizado los informativos de deportes de las principales cadenas tradicionales de España: *RTVE, Antena 3TV, Telecinco, Cuatro y La Sexta*. El objetivo es conocer el rol que desempeña la mujer periodista en sus informativos deportivos.

Para ello se han estudiado los años 2022 y 2023 y en concreto la muestra recoge los datos de: 28-29 de octubre de 2022 y 27-29 de octubre de 2023 (informativos del mediodía y de la noche). El horario de análisis sugerido nos permitirá tener un conocimiento más completo del tema de investigación, ya que se concentra en las franjas de mayor demanda informativa.

4.7.1. Antena 3TV

La televisión ha cambiado la forma de concebir la información deportiva, ya no está sujeta a las noticias más habituales que se emiten en los demás medios y se han centrado en informaciones más sociales dentro del mundo deportivo. La mujer ha adquirido un papel principal en la sección de deportes de la cadena. Rocío Martínez, Alba Dueñas o Angie Rigueiro han tomado el relevo de Manu Sánchez, presentador de los deportes de Antena 3 desde el principio de la cadena.

En los últimos dos años, se puede apreciar que el papel de la mujer periodista en los deportes de Antena 3 tiene una gran relevancia. Cada vez hay más voces femeninas, aunque las noticias sobre deporte femenino son todavía escasas.

4.7.2 La Sexta

En diciembre de 2011, *La Sexta* y *Antena 3 TV* se fusionaron. En sus principios fue una televisión con hondo calado deportivo. Desde sus pantallas se pudo ver la Fórmula 1 y los partidos de la liga de fútbol. Los presentadores de los informativos diarios son: Josep Pedrerol, al mediodía, y Carlota Reig, por la noche. El informativo del fin de semana lo dirige y presenta María Martínez. Por lo tanto, hay una importante presencia femenina delante de las cámaras.

Una vez analizados los datos de los últimos dos años se aprecia que el papel de la mujer periodista varía a lo largo de la semana. En *Jugones*, programa deportivo de la cadena, la mujer tiene poco peso y su presencia y su visibilidad es escasa. Sin embargo, los fines de semana, cambia sustancialmente por la presencia de María Martínez como presentadora. Algo que llama la atención es la nula presencia del deporte femenino en sus informativos. En la mayoría de los casos se circunscriben a unas breves imágenes que comenta el presentador.

4.7.3. Telecinco

Telecinco es junto a *Antena 3 TV* de las primeras televisiones privadas en aparecer. Muchos logros en el campo que nos ocupa se han visto en la televisión de *Mediaset*, sin embargo, se echa en falta dar relevancia a las deportistas procurando dar visibilidad a sus logros, y en el ámbito del periodismo deportivo dar mayor relevancia y presencia a las profesionales de los informativos deportivos. Las noticias deportivas en *Telecinco* son cosa de hombres. Todos sus presentadores son varones: José Antonio Luque y José Javier Santos en los informativos diarios y Matías Prats los fines de semana.

4.7.4 Cuatro

En enero de 2011 *Telecinco* y *Cuatro* se fusionaron y formaron el primer gran grupo privado de nuestro país, *Mediaset*. *Cuatro* apostó desde el principio de sus emisiones por el deporte. El dúo formado por los periodistas deportivos Manolo Lama y Manu Carreño propuso una nueva forma de entender y emitir los deportes. La salida de Manolo Lama hizo que la duración de los programas deportivos redujera su duración.

Cuatro que en un principio apenas daba visibilidad a la mujer en sus informativos deportivos, ha dado un giro importante. El informativo deportivo del mediodía es presentado por Lucía Taboada y Luis García. En cuanto al fin de semana, la información deportiva es presentada por Joseba Larrañaga. La presencia y visibilidad de la mujer en la realización de las piezas emitidas durante los informativos ha experimentado un ascenso extraordinario. Sin embargo, sigue faltando mayor presencia del deporte femenino en sus noticias deportivas.

4.7.5 RTVE

RTVE ha querido buscar la igualdad entre todos los trabajadores de su corporación sin distinción de género y para ello elaboró un plan de igualdad en el año 2018 (RTVE, 2018). En sus informativos y programas la presencia de la mujer está en un porcentaje similar al del hombre.

Dicha igualdad que se aprecia en la comparecencia de las mujeres en los informativos deportivos de la cadena. Ana Ibáñez presenta los deportes en el telediario del mediodía y Lara Gandarillas el de la noche. Los fines de semana, el encargado de presentar los deportes es Marcos López y, en ocasiones, Nico de Vicente.

A pesar del plan de igualdad elaborado por RTVE, en los informativos dedicados a los

deportes aún queda camino por recorrer. El objetivo final que es la paridad entre ambos géneros queda todavía lejos, si lo comparamos con el resto de las secciones del telediario. Cada vez hay más mujeres que elaboran las noticias, pero todavía están algo lejos del protagonismo del varón. En cuanto al deporte femenino, tiene muy poca relevancia en los telediarios y solo si ha habido algo realmente importante, se le da algo de visibilidad.

Tabla 3.

Vídeos realizados por periodistas masculinos y femeninos en las televisiones generalistas en el espacio de deportes de los informativos.

Año 2022. Periodo analizado 28-30 octubre					
	RTVE 11 vídeos	A3TV 10 vídeos	LA SEXTA 34 vídeos	TELECINCO 5 vídeos	CUATRO 7 vídeos
HOMBRES	6 VTR (54,54%)	3 VTR (30%)	27 VTR (79,41%)	4 VTR (80%)	5 VTR (71,42%)
MUJERES	5 VTR (45,56%)	7 VTR (70%)	7 VTR (20,59%)	1 VTR (20%)	2 VTR (28,58%)
Año 2023. Periodo analizado 27-29 octubre					
	RTVE 17 vídeos	A3TV 7 vídeos	LA SEXTA 26 vídeos	TELECINCO 5 vídeos	CUATRO 24 vídeos
HOMBRES	10 VTR (58,82%)	2 VTR (28,57%)	20 VTR (76,92%)	4 VTR (80%)	14 VTR (58,33%)
MUJERES	7 VTR (41,18%)	5 VTR (71,43%)	6 VTR (23,08%)	1 VTR (20%)	10 VTR (41,67%)

Fuente: Elaboración propia (2024).

4. Conclusiones

Como se observa de los datos expuestos en este artículo, se pone de manifiesto el posicionamiento que la mujer ha ido adquiriendo en el ámbito del periodismo deportivo en televisión. Este hecho queda refrendado por la trayectoria profesional y las opiniones vertidas por las periodistas entrevistadas. Para ellas, las mujeres tienen la suficiente pasión y los conocimientos necesarios para poder desarrollar una carrera en igualdad con su homólogo masculino.

Estas profesionales han conseguido una mayor visibilidad en pantalla y muchas de ellas son los rostros de los deportes de cadenas de televisión como RTVE (Ana Ibáñez o Lara Gandarillas), Atresmedia (Rocío Martínez o Alba Dueñas), La Sexta (María Martínez y Carlota Reig). Se evidencia que, aunque mayoritariamente las cadenas televisivas generalistas han evolucionado en este sentido, marcando un nuevo paradigma con su presencia en pantalla, en medios como Cuatro o Telecinco, el papel del hombre es muy superior al de la mujer. Su papel en estos casos se limita a posiciones con un peso específico más limitado, aunque no de menor importancia.

A pesar de los avances en igualdad en el mundo deportivo, aún se aprecia la brecha que existe entre el género femenino y el masculino en lo que se refiere a la narración y a la gestión. La mayoría de los narradores de los eventos deportivos son hombres. Sin embargo, en los últimos tiempos, cada vez hay más mujeres que se han adentrado en este mundo, tal es el caso de Danae Boronat, la primera mujer en narrar un partido de fútbol, Alicia Arévalo que contó a

través de RTVE la victoria de España en el Mundial femenino de fútbol o Alba Oliveros en GolTV. Ellas son sólo un ejemplo de periodistas que siguen la senda de las pioneras Julia Luna o Paloma del Río en RTVE. Como sus predecesoras, el progresivo aumento de mujeres egresadas en las carreras de Comunicación y en concreto de Periodismo, hace palpable el cambio de paradigma y su mayor presencia cualificada en los medios, concretamente en sus áreas de especialización deportiva.

La mayor visibilidad de la mujer en el área de la comunicación deportiva resulta gratificante y enriquecedora, aunque colegimos del estudio que más de la mitad de las informaciones las siguen realizando sus homólogos masculinos. Se busca la equiparación profesional y, en general el mayor peso específico de la mujer, evidenciada en las escaletas de los medios televisivos en lo que se refiere a la presencia del deporte femenino en las pantallas.

Como se deduce de los datos, el periodismo deportivo femenino tiene todavía camino por recorrer, pero la evolución descrita es muy halagüeña, generando una nueva realidad que en términos generales va asociada a la evolución que la sociedad occidental está experimentando en los últimos tiempos.

5. Referencias

- 20 minutos (6 de septiembre de 2015). María Escario: “Claro que existe machismo en la información deportiva”. 20 minutos. <https://n9.cl/0vfnv>
- Alonso Delgado, V. L., Pujadas Martí, X. y Ariel Scharagrodsky, P. (2022). Introducción: Mujeres, deportes y medios de comunicación en el siglo XX. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 19, 8-14. <https://dx.doi.org/10.12795/RIHC.2022.i19.01>
- Blanes, P. (2016). El machismo salvaje del periodismo. *Revista Líbero*. <https://n9.cl/e7kgz>
- Bruce, T., Hovden, J. y Markula, P. (2010). *Sportswomen at the Olympics. A Global Content Analysis of Newspaper Coverage*. Sense Publishers.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5ª edición). Oxford University Press
- Calvo, E. y Gutiérrez, 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/RLCS-2016-1143>
- El Periódico (13 de mayo de 2019). Danae Boronat, primera mujer en narrar en TV un partido de Liga. *elPeriódico*. <https://acortar.link/U3Qev3>
- Ferrero, C. (2015). No creo que Del Bosque le diga a Ramos “sé un hombre y ponme un gin tonic”. *SModa, El País* <https://smoda.elpais.com/placeres/un-gin- tonic-por-favor/>
- Franks, S. y O’Neill, D. (2014). Women reporting sport: Still a man’s game? *Journalism*, 17(4), 474-492. <https://doi.org/10.1177/1464884914561573>
- Gómez, E., Medina-Bravo, P. y Ramón, X. (2017). La presencia invisible de la mujer deportista en la prensa deportiva española. Análisis de las portadas de Marca, As, Mundo Deportivo y Sport (2010-2015). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 23(2), 793-810 <https://doi.org/10.5209/ESMP.58016>

- Heraldo de Aragón (17 de enero de 2023). Las mujeres que hacen deporte en España superan por primera vez el 50%. *Heraldo*. <https://n9.cl/xnsqn>
- La Vanguardia (16 de diciembre de 2019). Periodistas deportivas. *La Vanguardia* <https://n9.cl/a47d6>
- Méndez, M. (30 de mayo de 2022). Deportes Cuatro, de buque insignia con Los Manolos a quedarse sin programa y diluirse como micro sección. *elDiario*. <https://acortar.link/tBQaJc>
- Ministerio de Cultura y Deporte (2022). *Encuesta de hábitos deportivos 2022*. <https://bit.ly/45WhLH1>
- Monegal, F. (29 de junio de 2012). Solo contratan a las guapas. *El periódico de Catalunya*.
- Pallás, J. (2019). Periodistas deportivas. *La Vanguardia*. <https://acortar.link/yfflFk>
- Peschiera, 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>
- Prada, J. M. (2008). *Las esquinas del aire: en busca de Ana Martínez Sagi*. Editorial Planeta.
- Ramón, X. (4 de septiembre de 2018). *Deporte femenino y periodismo deportivo: entre la invisibilidad y el sexismo*. Fundación Gabo. <https://n9.cl/c7q4ii>
- Rivero Santamarina, D., Meso Ayerdi, K. y Peña Fernández, S. (2015) La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 566-583. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1060>
- Román-San-Miguel, A. (2017). Las mujeres en el Periodismo Deportivo. Fuera del imaginario común. En T. Núñez Domínguez y A. Míguez Salas, (Coord.) *Re-Creando imaginarios*, 48-57.
- Román-San-Miguel, A., Elías Zambrano, R. y Villarreal-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(1), 301-320. <https://doi.org/10.26422/aucom.2021.1001.ara>
- RTVE (27 de marzo de 2024). Concepción Cascajosa, nueva presidenta interina de RTVE. *rtve* <https://lc.cx/cATXey>
- RTVE (8 de marzo de 2018). Plan de diversidad de género. *rtve*. <https://n9.cl/sned2p>
- Vuyst, S. y Raeymaeckers, K. (2019). Gender as a multi-layered issue in journalism: A multi-method approach to studying barriers sustaining gender inequality in Belgian newsrooms. *European Journal of Women's Studies*, 26(1), 23-38. www.elperiodico.com/es/noticias/tele/solo/-contratan-las-guapas-1992401
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage.

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis. **Validación:** Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis. **Análisis formal:** Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis. **Curación de datos:** Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis. **Redacción-Preparación del borrador original:** Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis. **Redacción-Revisión y Edición:** Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis. **Visualización:** Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis. **Supervisión:** Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis. **Administración de proyectos:** Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis. **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Vaquerizo Mariscal, Antonio y Alonso-Martín-Romo, Luis.

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Conflicto de intereses: Esta investigación no presenta conflictos de intereses.

AUTORES:

Antonio Vaquerizo Mariscal

Universidad Nebrija.

Doctor en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Director del Máster en Periodismo y Retransmisiones Deportivas de la Universidad Nebrija. Profesor de asignaturas de Grado y Posgrado en la misma Universidad. Periodista con más de 30 años de experiencia, ha desarrollado su carrera profesional en Medios de Comunicación como: Antena 3 Televisión, Telemadrid o Movistar+. Asimismo, en su proyección investigadora ha publicado artículos en revistas de primer nivel, escrito capítulos de libro en editoriales de gran prestigio y realizado ponencias en congresos de especial renombre.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-8166-6693>

Luis Alonso Martín-Romo

Universidad Nebrija.

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y licenciado en Filología. Máster Executive MBA por IEDE y Máster de Radio Nacional de España. Acreditado por ANECA. Trabajó en diferentes emisoras de radio y televisión y fue responsable de producción de doblaje para plataformas internacionales de TV. Es profesor Universitario desde 2006. Actualmente es director del Máster en Periodismo en Televisión de la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija. Cuenta con varias publicaciones relacionadas con la literatura y los medios de comunicación, los procesos de percepción de la manipulación informativa y las nuevas tecnologías, además de estudios sobre los medios y su influencia en la difusión de las Humanidades y el pensamiento crítico.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-1913-823X>