

Los desafíos económicos del fútbol femenino colombiano: Transformación de los discursos de
Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor en medios de comunicación entre 2021-2024

David Mauricio López Ramírez

CVLAC:https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002290501

Tutora de trabajo de grado:

Marcela Catalina Correa

Universidad Santo Tomás

Programa de Comunicación Social para la Paz

Bogotá D.C.

25 de octubre de 2024

Tabla de contenido

Resumen.....	6
Abstract.....	6
Planteamiento del problema	7
Pregunta problema	11
Justificación.....	11
Estado del arte.....	13
Objetivos.....	30
Objetivo general.....	30
Objetivos específicos	31
Marco teórico	31
Categorías de análisis	32
Poder simbólico de los medios de comunicación	32
Violencia simbólica	34
El poder del discurso.....	36
Medios de comunicación.....	38

Caracol Radio.....	39
Revista Semana	42
Telecafé.....	45
Metodología	47
Análisis Crítico del Discurso desde Teun van Dijk	48
Fases de la investigación.....	50
Fase 1: Revisión documental.....	50
Fase 2: Identificación y transcripción de los discursos.....	51
Fase 3: Análisis Crítico del Discurso (A.C.D.).....	53
Fase 4: Matriz comparativa	56
Marco referencial	59
Dimayor: Origen, torneos y clubes	60
Contexto sociocultural histórico del fútbol en Colombia	62
Liga Águila Femenina 2017.....	64
Liga Águila Femenina 2018.....	65
Liga Águila Femenina 2019.....	67

Liga Femenina BetPlay 2020.....	69
Liga Femenina BetPlay 2021.....	70
Liga Femenina BetPlay 2022.....	72
Liga Femenina BetPlay 2023.....	74
Liga Femenina BetPlay 2024.....	76
Resultados.....	78
Análisis crítico de los discursos (A.C.D.) de Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor (2021-2024).....	79
Discurso #1: Fernando Jaramillo: "Es corto el torneo femenino pero hecho con esfuerzo" (2021)	79
Discurso #2: Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor, habla de la Copa América Femenina Vicky en Semana (2022).....	88
Discurso #3: Fernando Jaramillo / Liga Femenina, apuestas deportivas y cupos internacionales (2023)	97
Discurso #4: Dimayor sobre la Liga femenina: “Es falso que no hemos recibido apoyo del Gobierno” (2024).....	103
Influencia de los medios de comunicación en la transformación de los discursos del presidente de la Dimayor.....	111

Semejanzas entre los medios de comunicación.....	112
Diferencias entre los medios de comunicación	113
Semejanzas entre los discursos respecto a aspectos económicos referentes al fútbol femenino (Recursos económicos, patrocinadores y salarios).....	114
Diferencias entre los discursos respecto a aspectos económicos referentes al fútbol femenino (Recursos económicos, patrocinadores y salarios).....	116
Conclusiones	119
Referencias.....	122
Anexos	136

Resumen

Esta investigación analiza los discursos mediáticos del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, sobre los aspectos económicos del fútbol femenino en Colombia entre 2021 y 2024. Utilizando el Análisis Crítico del Discurso (A.C.D.) de Van Dijk, el estudio identifica dinámicas de poder, exclusión y manipulación en estos discursos, así como su posible impacto en la percepción y desarrollo del fútbol femenino en el país. Los hallazgos evidencian que los discursos de Jaramillo reflejan los desafíos estructurales y culturales que enfrenta esta disciplina, obstaculizada por factores económicos y por una limitada visibilidad mediática. Además, se identificaron tensiones derivadas de la falta de inversión pública y privada, y de la influencia de investigaciones recientes sobre la transparencia en la Dimayor. En conjunto, este trabajo contribuye a la comprensión crítica de los mensajes mediáticos sobre el fútbol femenino y fomenta la capacidad de las audiencias para cuestionar los discursos oficiales en este contexto.

Abstract

This study critically examines the media discourse of Dimayor president Fernando Jaramillo on the economic aspects of women's professional soccer in Colombia between 2021 and 2024. Using Teun van Dijk's Critical Discourse Analysis (CDA), this research investigates power dynamics, exclusion, and manipulation within these discourses and their potential influence on the perception and development of women's soccer. The findings reveal that Jaramillo's messages address the structural and cultural challenges hindering the growth of women's soccer, limited by economic constraints and low media visibility. Additionally, recent inquiries into Dimayor's transparency further influence public trust in these discourses. Overall,

this study seeks to enhance critical understanding of the media's role in shaping perceptions of women's soccer, encouraging audiences to engage critically with official narratives within this domain.

Palabras claves: Fútbol Femenino, Colombia, Dimayor, Medios de comunicación, Visibilización, Comunicación.

Planteamiento del problema

No hay certeza sobre los orígenes del fútbol femenino en Colombia a raíz de la falta de información, no obstante, Rosero (2015) afirmó que en 1991 la División Aficionada del Fútbol Colombiano (DIFUTBOL) organizó el primer campeonato aficionado femenino con el respaldo de la Federación Colombiana de Fútbol (FCF), la selección de Valle sería la campeona en aquel momento, este acontecimiento marcó un hito en lo que se convertiría en una lucha constante de las mujeres por conseguir la profesionalización del fútbol femenino en Colombia.

Sería hasta el año 2017 cuando finalmente se iniciaría la Liga Profesional Femenina en Colombia, esta primera edición contó con la participación de 18 equipos profesionales y la competencia se jugó únicamente en la primera mitad del año entre febrero y junio, debido a la falta de planeación no hubo competencia en el segundo semestre (Futbolred, 2018). Fukuda, et al. (2022) aseguran que el inicio de la Liga representó un paso importante en la búsqueda de la equidad y la inclusión de la mujer en el marco del fútbol en Colombia, esto dado que, hasta ese momento, en el país, el fútbol se consideraba un deporte únicamente masculino a nivel profesional.

En las siguientes ediciones fluctuaron la participación de los equipos; en 2018 se inscribieron 23 equipos, siendo esta la mayor participación de clubes en la historia de la Liga Profesional Femenina (Niño, 2022), pero en la edición del 2023 solo se contó con 17 equipos profesionales, repitiendo el quorum del 2022 y manteniendo el formato de todos contra todos en el que un equipo descansó por jornada (Infobae, 2023). Esta situación impide que en Colombia se establezca una cultura alrededor del fútbol femenino pues no se logra consolidar un equipo profesional, y, por lo tanto, permea constantemente el crecimiento y el desarrollo del fútbol femenino en todas las direcciones.

La División Mayor del Fútbol Profesional en Colombia (Dimayor en adelante) fue fundada el 26 de junio de 1948, y de conformidad con su objeto estatutario es la entidad de carácter privado que se encarga de organizar, administrar y reglamentar los campeonatos del Fútbol Profesional Colombiano (Dimayor, 2013). Según el sitio web de la Dimayor la visión de la organización es “ser un referente institucional a nivel nacional y continental para el 2026 fortaleciendo el espectáculo del fútbol profesional colombiano, a través de una gestión óptima, transparente y equitativa de las competencias y sus recursos” Dimayor (2023).

Osorio y Taborda (2021) mencionan qué el fútbol femenino en Colombia como problemática se puede manejar no solo desde un aspecto social y cultural, sino también como un problema estructural, esto se debe a que en el país existe una notoria diferencia entre lo que es el fútbol masculino y el fútbol femenino en temas de organización, patrocinadores, salarios, visibilización, discriminación, entre otros tantos. Esta afirmación deja en evidencia la falta de responsabilidad de la Dimayor ante las distintas problemáticas que arrojan al fútbol profesional femenino; la realidad es que la profesionalización, el desarrollo de la competencia y la

consolidación de una cultura futbolera femenina en el país se convirtió en un reto complejo, lleno de obstáculos y excusas por parte de la organización que las rige.

Por otro lado, Osorio y Taborda (2021) abordan la importancia de los canales televisivos y la responsabilidad social que tienen en la selección y transmisión de sus contenidos, pues estos medios de comunicación tienen incidencia en la toma de decisiones y la construcción de opinión de su audiencia, lo cual puede llegar a generar una preferencia de una persona sobre un contenido específico a raíz de la manipulación de los contenidos por parte de los medios de comunicación. En referencia a la manipulación de los contenidos de los medios en el fútbol femenino en Colombia, Osorio y Taborda (2021) afirman que este es programado y televisado en las franjas con menos audiencia (en la mañana y sobremesa) y solamente la gran final se televisa en la franja “prime time” generando que muchas personas ni siquiera lleguen a observar un partido de la competencia retrasando el desarrollo y el crecimiento de esta, en relación con esto Tussell (2009) sostiene:

“(…) El fútbol es sin duda el deporte que acapara una mayor atención en los medios de comunicación, aunque solo en su modalidad masculina. Según un estudio realizado por la revista “Consumer”, el deporte, junto con la política y la economía, ocupan la mayor parte del tiempo de los diferentes telediarios; a pesar de esta cobertura mediática, su dedicación al deporte femenino es muy escasa” (Tusell, 2009, p. 7).

Ruiz (2011) afirmó que “el fútbol se ha configurado como el paradigma deportivo de la modernidad”, esto haciendo alusión a la hegemonía del fútbol masculino el cual se impone sobre los demás deportes femeninos. Ruiz (2011) considera algunos factores que impulsaron la

globalización de este fenómeno entre los cuales resalta la difusión masiva del fútbol masculino, la cual logra su auge a partir del crecimiento de los medios de comunicación, específicamente desde las transmisiones televisivas de los mundiales masculinos desde la década de los 70's.

En ese sentido en la sociedad actual, los discursos juegan un papel determinante en la construcción de la realidad, según Van Dijk (2002) estos tienen la capacidad de construir, constituir, cambiar, definir y contribuir a las diferentes estructuras sociales. Esta afirmación da paso a comprender la importancia que tienen los discursos mediáticos de Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor, en la construcción y desarrollo del fútbol femenino en Colombia, dado que estos se difunden a través de los diferentes medios de comunicación los cuales según Van Dijk (1994) poseen un poder simbólico y persuasivo, por lo tanto, esto nos lleva a dirigir la atención específicamente a los medios de comunicación tradicionales, pues es allí donde se encuentra el poder de transmitir, difundir y transformar un mensaje a partir de los intereses, influencias y características de cada medio y quienes están a cargo de estos.

La presente investigación se centra en el análisis crítico de discursos mediáticos realizados por Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor, en distintos medios de comunicación tradicionales entre los años 2021-2024. A partir del análisis de los discursos se pretende realizar una matriz comparativa que confronte las dinámicas de los distintos medios de comunicación y mediante la cual se pudiese determinar cómo a partir de las características propias de los diferentes medios, los discursos cambian o se transforman año tras año. Los discursos tienen como eje central su relación con el fútbol profesional femenino específicamente

enfocados en el aspecto económico, entre estos se abarcan temáticas como recursos económicos, patrocinios, y salarios.

Pregunta problema

¿Cómo se abordan los aspectos económicos del fútbol femenino en Colombia en los discursos mediáticos del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, entre 2021-2024, y de qué manera el contexto del medio de comunicación en el que se realizan las entrevistas contribuye a la transformación de dichos discursos?

Justificación

Este proyecto de investigación abarca un problema en comunicación al analizar los discursos mediáticos del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, sobre el fútbol femenino y sus aspectos económicos en distintos medios de comunicación nacionales, esto se alinea con la línea de investigación ‘‘Narrativas, Representaciones y Tecnologías Mediáticas’’ de la Facultad de Comunicación Social para la Paz de la Universidad Santo Tomás, dado que se enfoca en aquellos discursos que circularon en los medios de comunicación nacionales entre 2021 y 2024, por lo cual, este estudio pretende abordar las narrativas y representaciones presentes en la industria cultural, especialmente aquellas que acontecieron en plataformas tecnológicas y mediáticas.

El análisis de estas problemáticas es relevante en la medida en que permite visibilizar y otorgar reconocimiento al fútbol femenino y sus representantes, Villamarín y Moncayo (2022) mencionaron que el fútbol femenino en Colombia ha enfrentado grandes desafíos en términos de

visibilidad y reconocimiento, asimismo, Cano (2020) afirmó qué investigar y cubrir este deporte desde una perspectiva comunicativa puede contribuir a su visibilización, ayudando a que se reconozca la práctica del fútbol por mujeres, su historia y sus aportes al deporte.

Por otro lado, la comunicación es crucial en el crecimiento y la transformación de la ideología del papel de la mujer en el fútbol. Esta investigación permite avanzar en la percepción de que el deporte es exclusivamente masculino y contribuir a una cultura femenina en el fútbol incluyente, dejando de lado los estereotipos de género arraigados en Colombia. Asimismo, a pesar de que la Dimayor es una entidad privada, la organización mediante su presidente tiene una responsabilidad con la sociedad en la manera en que comunican y difunden la información a través de los medios de comunicación, pues es en los medios donde se encuentra el poder de influir en las masas y en la cultura en general.

En el ejercicio de recolección de antecedentes, se hace evidente una carencia en las investigaciones académicas sobre el fenómeno del fútbol femenino en Colombia, no obstante, estas han venido incrementando en los últimos 7 años desde la creación de la Liga Profesional Femenina, sin embargo, a la fecha no existe una investigación que se centre, desde la perspectiva de la comunicación, en el análisis crítico de los discursos mediáticos del presidente y la manera en que estos se comportan, cambian o se transforman alrededor de una temática entre los años 2021 y 2024. Por lo que, hoy se abre esta posibilidad de investigar esta problemática en el deporte femenino desde una perspectiva mucho más amplia desde la comunicación y los medios, destacando la importancia del discurso cómo formador de realidad y constructor de cultura.

Van Dijk (2002) afirmó que “muchas dimensiones de la sociedad se construyen, por lo menos parcialmente, con el discurso, como la política, el derecho, la educación o la burocracia”.

por lo tanto, los discursos mediáticos del presidente de la Dimayor al provenir de una organización que mueve la pasión de millones de colombianos y al ser emitidos a través de los diferentes medios de comunicación nacionales, tienen que mantener una coherencia especialmente al abordar los aspectos económicos del fútbol femenino, pues son estos mismos discursos los que se quedan en palabras y se convierten en una búsqueda constante de sus protagonistas por encontrar una estabilidad, un reconocimiento justo y un trabajo digno de unas deportistas profesionales.

Estado del arte

En el estudio '*Boobs and balls: Exploring issues of gender and identity among women soccer players at Stellenbosch University*' (Tetas y pelotas: explorando cuestiones de género e identidad entre jugadoras de fútbol en la Universidad Stellenbosch), elaborado por Grundlingh (2010) se planteó dos objetivos principales, el primero fue revelar cómo las jugadoras de fútbol de la Universidad Stellenbosch se involucraron en el fútbol, y en segunda instancia, determinó cómo la participación en el fútbol moldea las identidades de las mujeres. La metodología de investigación fue mediante un trabajo de campo con una duración de 8 meses entre febrero y noviembre de 2009, periodo en el cual la investigadora empleó entrevistas cualitativas estructuradas que le realizó a jugadores del equipo masculino y del equipo femenino de Maties; Grundlingh (2010) también destacó la importancia de la observación participante, pues la autora tuvo la oportunidad de hacer parte de los entrenamientos y algunas prácticas de los equipos, en las cuales vivió en carne propia las experiencias, exigencias, emociones, la agitación y el desgaste físico al que se veían sometidas las futbolistas. En los hallazgos Grundlingh (2010)

sugirió que muchas de las futbolistas fueron introducidas al fútbol por figuras masculinas en sus vidas, es decir que muchas de ellas fueron influenciadas por sus hermanos, padres, amigos de la infancia que las acercaron a este deporte. Por otra parte, un elemento central del análisis de la identidad de género de las jugadoras según Grundlingh (2010), es la noción de que son agentes activos en la configuración de su experiencia deportiva en un entorno patriarcal, lo cual produjo un patrón de empoderamiento frente a la figura masculina que por décadas ha predominado en este deporte, por consiguiente, esta noción influyó directamente en la construcción de la identidad de género de estas mujeres. En conclusión, Grundlingh (2010) afirma que si bien el fútbol es tradicionalmente un deporte predominante masculino, las integrantes del equipo femenino de Maties con quienes tuvo la oportunidad de dialogar y convivir, toman en serio su participación e identidad como futbolistas y quieren ser reconocidas como atletas, independientemente del deporte que practiquen.

Por otra parte Snyder (2018) en su artículo de investigación *'The Soccer Tournament as Beauty Pageant: Eugenic Logics in Brazilian Women's Futebol Feminino'* (El torneo de fútbol como concurso de belleza: lógicas eugenésicas en el fútbol femenino brasileño), analiza el caso de un torneo de fútbol en São Paulo, Brasil, de nombre 'Paulistana' el cual tenía como objetivo cultivar el fútbol femenino en el país, este torneo fue impulsado por empresarios que invirtieron en dos ediciones de esta competencia y que se llevó a cabo tras el fenómeno que dejó el cuarto lugar de la Selección de Brasil en los Juegos Olímpicos Atlanta 1996. El estudio de la investigación se centró en analizar la prominencia de la belleza en el contexto de los deportes comerciales, es decir que este ensayo ofrece una visión de las formas en que el racismo anti

negro, el clasismo y las normas de género y sexualidad se manifiestan en los deportes femeninos a través de discursos de belleza, al servicio de agendas capitalistas y nacionalistas. Con el fin de desarrollar la investigación Snyder (2018) utilizó una metodología en la cual se basó en entrevistas con jugadoras, incluida la ex capitana de la Selección Nacional, así como también en un análisis de la cobertura de los medios para investigar las exclusiones del torneo y establecer conexiones entre las decisiones de los empresarios privados del fútbol y los legados eugenésicos nacionalistas. Con frecuencia se presenta al fútbol brasileño como ejemplo de cómo el país celebra la mezcla racial y las identidades mezcladas; sin embargo, Snyder (2018) encontró que tras el logro del equipo nacional femenino los brasileños se dieron cuenta del potencial del fútbol femenino y se respetase cómo tal, sin embargo, en la segunda edición en el 2001 la Federação Paulistana de Futebol (Federación de Fútbol de São Paulo, o F.P.F.) optó por sexualizar el fútbol femenino para aumentar su popularidad, priorizando la belleza de las jugadoras blancas en su mayoría por encima de su capacidad atlética o su rendimiento deportivo. En conclusión, para Snyder (2018) la Paulistana fue un punto de inflexión crítico en el fútbol femenino, pues este torneo capturó el momento en que el fútbol femenino salió de los márgenes y los cuerpos de las deportistas quedaron sujetos a nuevos regímenes visuales con fines de lucro, marcó además un cambio en la sexualización cada vez más racializada de las atletas brasileñas, y cambió la forma de en qué la sociedad considera lo que es ‘bello’ y ‘no hermoso’.

En esta misma línea, Harris (2007) en su investigación *‘Doing Gender on and off the Pitch: The World of Female Football Players’* (Haciendo género dentro y fuera de la cancha: el mundo de las jugadoras de fútbol), se planteó cómo objetivo analizar las experiencias de jugadoras de fútbol en una facultad de educación superior en el sur de Inglaterra explorando

cómo estas mujeres dan sentido a su propia participación en el juego y cómo negocian los terrenos ideológicos en disputa que rodean la feminidad, la masculinidad y la orientación sexual, teniendo como eje central qué “el fútbol ocupa un lugar muy importante en la cultura inglesa y ha llegado a asumir un papel importante en relación con la (re)presentación de formas hegemónicas de masculinidad” (Harris, 2007), además, el autor intentó comprender cómo los individuos construyen la realidad social mediante sus experiencias, actitudes e ideologías. Durante un lapso de dos años, Harris (2007) llevó a cabo amplias observaciones de campo y entrevistas semiestructuradas en profundidad en el instituto de educación superior en el sur de Inglaterra para recopilar los datos utilizados en este estudio. Principalmente Harris (2007) encontró qué la percepción del fútbol femenino está cambiando progresivamente, sin embargo, hay muchos sectores que aún lo consideran una ‘excentricidad divertida’, por otro lado, halló que la práctica del fútbol desde las escuelas construye las identidades deportivas masculinas y femeninas, ya qué es desde donde se comienzan a practicar deportes en las clases de educación física las cuales estaban marcadas por una tendencia masculina debido a que no se concibe la feminidad en la participación de los deportes, por consiguiente termina afectando a la construcción de la sexualidad en las edades más tempranas. Finalmente, Harris (2007) concluyó qué en el contexto inglés aún falta mucho camino por recorrer antes de que el fútbol femenino se apropie de las dinámicas futuras del deporte más importante en el mundo, sin embargo, sostuvo que los avances que ha tenido la mujer demuestran la capacidad que tienen para desafiar la mentalidad de la sociedad inglesa, siendo ellas quienes pueden atribuirse estos cambios en los estereotipos ya establecidos frente a la construcción de identidad de género y de la sexualidad mediante el fútbol, y es que de alguna manera las mujeres han podido legitimar su participación

en el juego y han llevado su participación a un punto en el que el término jugadora de fútbol se reconoce cómo tal y paulatinamente dejará de sufrir burlas.

Acercándose al tema de investigación Calderón (2022) en su investigación ‘Antecedentes del fútbol femenino en Colombia’ analizó la situación actual del fútbol femenino en Colombia desde una perspectiva social y económica, con el fin de establecer los lineamientos básicos para su gestión y contribuir al desarrollo y sostenibilidad de este deporte en el país. La metodología de Calderón (2022) se basó en la recolección de información acerca de la historia del Fútbol Femenino en Colombia y en definir en términos administrativos algunas problemáticas que han impedido el desarrollo comercial y profesional de la liga en Colombia. Calderón (2022) encontró que actualmente la consolidación del futbol femenino a nivel global está siendo un proceso complejo con múltiples obstáculos de índole social, laboral y económico. En Colombia estas complicaciones se ven reflejadas en el ámbito estructural y en la misma consolidación de la Liga Profesional Femenina. En conclusión, Calderón (2022) reconoce la importancia de las dificultades de índole económico, entre las cuales sobresalen los bajos ingresos de taquilla, la profesionalización de los contratos de las jugadoras, patrocinios y en términos generales, la relevancia de formalizar una liga digna de un espectáculo profesional. En vista de mejorar las condiciones laborales de las futbolistas y de cerrar ciertas brechas de género e igualdad, la investigación propone como solución a la problemática la profesionalización desde el punto de vista comercial y laboral, desde la cual se podrían implementar ciertas estrategias publicitarias que le permitan a esta rama del deporte femenino el reconocimiento y la visibilización que merece en busca de mejorar las condiciones laborales y la calidad de vida de estas deportistas.

En cuanto a la historia del fútbol profesional femenino en Colombia, Rosero (2015) realizó una investigación titulada ‘Trayectoria del fútbol femenino en Colombia’, el propósito central de este estudio consistió en realizar una reseña histórica acerca de la trayectoria del fútbol femenino en Colombia desde sus inicios, identificando el crecimiento y la acogida en la sociedad desde diferentes perspectivas, por otro lado, resalta las principales diferencias y similitudes en la práctica del fútbol femenino y masculino y finalmente, evidencia la evolución del fútbol femenino a través de la historia y su repercusión mundial. Rosero (2015) recopiló bibliografía de diferentes estudios sobre la práctica del fútbol femenino en Colombia enfocándose en parte de su historia, su trayectoria a nivel mundial y local y parte de la fisiología de la mujer para la práctica del fútbol. En el análisis de la información Rosero (2015) encontró que la difusión de este deporte a través de los diferentes medios de comunicación es aún muy insuficiente pues estos le dan mayor importancia a torneos, campeonatos y mundiales de fútbol masculinos. Para concluir Rosero (2015) comentó que el desarrollo del fútbol femenino a nivel mundial no está directamente ligado con el desarrollo del masculino, pero gracias a la popularidad del masculino se muestra como este deporte también puede ser jugado por mujeres de todo el mundo que reducen la brecha de la discriminación de género al participar de él, asimismo añadió que las diferencias entre el fútbol femenino y el masculino en lo técnico no existen, pues ambos géneros juegan bajo una misma reglamentación y buscan el mismo objetivo, sin embargo, en cuanto a lo fisiológico se encontró que las mujeres tienen mayor flexibilidad que los hombres en los que sobresalen cualidades como la velocidad y la fuerza.

En la investigación realizada por Fukuda et al., (2022) titulada ‘Irregularidad: una constante en la Liga Femenina de Fútbol de Colombia’, el objetivo principal perseguido por

Fukuda, et al. (2022) fue establecer los factores que inciden en la irregularidad económica, de cobertura mediática y de las dinámicas deportivas en La Liga Profesional Femenina de Fútbol de Colombia entre los años 2017 y 2022. Para ello, Fukuda et al., (2022) utilizaron una metodología cualitativa mediante el uso de entrevistas, diálogos, cuestionarios, estudios de caso y comparación constante. Los hallazgos de Fukuda et al., (2022) son que los horarios en los que son transmitidos los partidos de la liga influyen en la poca visibilidad que tiene la liga, pues el fútbol femenino no tiene un alcance de rating muy alto es por eso por lo que los mismos medios de comunicación y los entes reguladores (Dimayor y Federación Colombiana de Fútbol) no apuestan por programar en horarios triple A. Por otro lado, aseguraron que el veto de las jugadoras está vigente, un silencio que tienen que mantener ante cualquier denuncia por reclamar sus derechos laborales, el problema sigue latente porque las jugadoras siguen vetadas y con temor a que sus carreras se estanquen y ahora muchas de ellas por temor a que sus carreras se vean afectadas prefieren denunciar de forma anónima o no denunciar falencias. Fukuda et al., (2022) llegan concluir que hace falta inversión por parte de las empresas privadas y falta de apoyo de los entes reguladores, de igual forma identificaron que aún es necesario trabajar en la visibilización de la Liga Profesional Femenina de Fútbol en Colombia pues es un proceso que ha avanzado lentamente, en último lugar concluyen que es necesario brindar condiciones laborales viables que permitan tener un contrato de larga duración, una liga con las mejores condiciones y un salario digno para poder dedicarse de lleno a competir profesionalmente como deportistas de alto rendimiento.

Osorio y Taborda (2021) estudian el fenómeno específicamente desde el ámbito colombiano, en la investigación titulada ‘Desigualdad y discriminación, un problema en el fútbol

femenino desde la cosmovisión colombiana’, el objetivo de este trabajo consistió en el análisis de las desigualdades y la discriminación que sufren las futbolistas profesionales en Colombia con respecto a los hombres, esto a partir de un análisis de las brechas salariales, las inequidades sociales y laborales, evidenciando la discriminación en el mundo del deporte. Osorio y Taborda (2021) aplicaron una metodología socio-jurídica basada en un análisis cualitativo con apoyo en algunos datos cuantitativos para dar un mayor contexto sobre las diferencias estructurales existentes en el campo del fútbol femenino colombiano en relación con el fútbol masculino, además encuestaron 20 futbolistas de las cuales la mitad eran aficionadas y el restante profesional. En los hallazgos principales Osorio y Taborda (2021) encontraron que el 50% de las encuestadas ganaban el salario mínimo, el 80% se sintió discriminada alguna vez solo por el hecho de jugar fútbol, el 100% de ellas también afirmó que sentían una brecha salarial respecto a los masculinos y sostuvieron que no se sentían bien remuneradas. Finalmente, la investigación de Osorio y Taborda (2021) concluyó que se trata de un problema estructural de cómo se lleva cabo el fútbol profesional femenino en Colombia distinguiéndose del masculino en diferentes aspectos, entre ellos destacan la organización, el apoyo, los salarios y la discriminación; de modo que esta desigualdad solo se podrá resolverse si todos estos factores cambian de raíz, no solo desde un ámbito normativo sino desde la cultura y la educación.

En el ejercicio de revisión de antecedentes aparece Ruiz (2011) con su artículo ‘Fútbol femenino: ¿rupturas o resistencias?’, el objetivo de la investigación es indagar sobre las relaciones entre feminidad y fútbol teniendo en cuenta que la participación femenina en el fútbol plantea cambios referentes a las formas generales de representación de la feminidad, específicamente en las formas hegemónicas de portar el cuerpo. Metodológicamente Ruiz (2011)

aborda el fenómeno desde la práctica local del fútbol en la Universidad Nacional de Colombia, teniendo como elementos centrales el cuerpo, el juego y la competencia. En los hallazgos principales Ruiz (2011) encontró que el capital futbolístico no está simétricamente distribuido entre el género masculino y femenino en el campo de la Universidad Nacional, la razón es que el nivel técnico de las mujeres futbolistas está desfavorablemente ubicado con respecto al nivel observado para los hombres futbolistas, esto indica una posición subordinada dentro del campo por parte de las mujeres, ya que el capital imperante de este campo no ha sido apropiado de igual manera ni en igual cantidad que los hombres. Finalmente, Ruiz (2011) concluyó que el cuerpo femenino en el fútbol posee una doble cualidad y valor, la mujer se debate entre dos campos de fuerza: el campo de fútbol y el campo de las luchas, pues cuándo según Ruiz (2011) cuando una mujer entra a un campo de fútbol su cuerpo se divide simbólicamente por un lado se tiene la imagen arraigada a la cultura de que es un actor nuevo y extraño dentro del escenario del fútbol, por tanto no posee autoridad y carece de capital simbólico y del otro lado se encuentra la desconexión de esa feminidad hegemónica que se pierde al pisar un campo de fútbol, esto quiere decir que la mujer no posee naturalidad en el campo, mientras que para los hombres la participación en el deporte genera una reafirmación de su masculinidad en la cancha de fútbol, pues tienden a recordar los valores hegemónicos del género masculino.

Álvarez (2022) realizó una investigación titulada ‘Análisis sociocultural de la evolución del fútbol femenino en Colombia entre 2017 y 2022’, la cual tenía como objetivo de estudio analizar la evolución del fútbol femenino en Colombia considerando factores económicos, culturales, sociales y deportivos, durante el período 2017–2022, por otro lado, determinar los cambios sociales y culturales en Colombia que promovieron en el imaginario colectivo la

aceptación y práctica del fútbol femenino, y por último lograr describir e identificar los factores externos e internos que influenciaron el desarrollo del fútbol femenino en Colombia. La metodología de investigación usada por Álvarez (2022) fue una indagación de literatura en la cual se trazó la pregunta de investigación: “¿Cuál es el avance sociocultural y económico que ha tenido la práctica del fútbol femenino en Colombia en los últimos cinco años (2017–2022)?”, la cual resolvió mediante la revisión de 24 publicaciones de autores que investigaron previamente este fenómeno. Los principales hallazgos de Álvarez (2022) sostiene que el fútbol femenino requiere de la capacitación y profesionalización de todos sus actores de cara al futuro, como un medio para allanar el camino hacia la verdadera práctica profesional del fútbol femenino en el país, que pueda obtener una representación en el imaginario del pueblo igual de grande e importante que la del fútbol masculino; encontró también la ausencia de barrismo ligado al fútbol femenino, el cual se comprende debido a la corta historia de los clubes femeninos y de las futbolistas quienes no han logrado tener esa consolidación profesional y por tanto no entran en el fanatismo colectivo de los barristas en Colombia. Al final Álvarez (2022) concluyó que las mujeres han ganado memorables batallas contra el machismo en el campo del fútbol, aun así, el camino por recorrer para llegar a la igualdad de géneros real es aún extenso y tortuoso. En Colombia las representaciones y constructos sociales que se han formado sobre la mujer, donde normalmente se le ha visualizado como un cuerpo progenitor y una entidad materna, han repercutido en que aquellas con vocación por el deporte o por cargos directivos muchas veces vean obstaculizado el camino para ser las profesionales que desean ser. Álvarez (2022) finalmente asegura que se convierte en un deber inherente de la mujer contemporánea el luchar por la igualdad en todos los campos, así mismo, la mujer futbolista o aquella que se encuentra en

relación con el fútbol de mujeres, deberá velar por ser cada vez más profesional en su trabajo y por superarse y capacitarse cada vez más, con la seriedad que su función les requiere.

Desde otra mirada Cano (2020) en su investigación titulada ‘El fútbol profesional femenino en Colombia: una mirada politológica’, tuvo como objetivos primordiales analizar los factores políticos, sociales y económicos que han definido el origen y el desarrollo de la Liga Profesional Femenina en Colombia, y por el otro, identificar las instituciones formales e informales que inciden en el fútbol femenino en el país. Debido a la complejidad del fenómeno, metodológicamente Cano (2020) empleó un estudio de tipo cualitativo en el cual llevó a cabo 21 entrevistas semi estructuradas a jugadoras, funcionarios de clubes profesionales, periodistas de diferentes medios de comunicación y a otras personas conocedoras o relacionadas con la liga profesional femenina, además, realizó un análisis de contenido de artículos de prensa y documentos oficiales relacionados con las normativas que regulan y se relacionan con el fútbol profesional femenino en el país. Entre los hallazgos más importantes Cano (2020) identificó un problema de acoso sexual y laboral, que si bien no es recurrente en los clubes profesionales del país, si hay jugadoras que han sido víctimas de acoso por parte de sus entrenadores o miembros del cuerpo técnico, por otro lado también mencionó la importancia de los medios de comunicación y su papel en el cubrimiento del fútbol profesional femenino, haciendo alusión al auge y crecimiento de medios alternativos los cuales nacen ante la falta de compromiso de los medios tradicionales (especialmente Win Sports) en el cubrimiento y seguimiento del fútbol profesional femenino. A partir de la investigación Cano (2020) concluyó que muchas futbolistas trabajan en condiciones precarias, impidiendo su profesionalización y exponiéndolas a situaciones de acoso laboral y sexual, así como a lesiones físicas. Finalmente, Cano (2020)

sostiene que la consolidación del fútbol profesional femenino en Colombia depende no solo de un cambio a nivel institucional, sino que debe ir acompañado por la transformación de los imaginarios de la sociedad colombiana con respecto a las mujeres futbolistas, generando así un mayor interés para los patrocinadores y las hinchadas a respaldar el desarrollo del fútbol profesional femenino.

Desde otra perspectiva, Ramírez y Restrepo (2018) en su artículo de investigación ‘El rol de la mujer: una perspectiva sociocultural en el fenómeno del fútbol’, en el cual se buscó comprender y caracterizar los roles de la mujer en el mundo del fútbol y el barrismo en relación con los imaginarios sociales sobre lo femenino y lo masculino. Ramírez y Restrepo (2018) realizaron entrevistas abiertas de índole cualitativo a jóvenes barristas, la unidad de análisis del estudio fue el mundo social del fútbol, la cual se dividió en dos categorías: género (masculinidad y feminidades) y tiempos (cronológico, social, emocional, movimientos emocionales, orden social: racionalidades). Ramírez y Restrepo (2018) evidenciaron la inclusión femenina en el mundo del fútbol, pues hay mujeres barristas, futbolistas y otras que hacen parte de las prácticas de los hinchas del equipo, sin embargo, Ramírez y Restrepo (2018) afirman que en otros ámbitos del mundo social futbolístico la mujer sigue relegada a un segundo plano. La investigación de Ramírez y Restrepo (2018) concluye en que la mujer hincha como parte del barrismo cumple un rol importante, no obstante, la práctica del fútbol sigue siendo relevante solamente en hombres a pesar de los esfuerzos en diferentes sectores de la sociedad.

En la investigación de Vélez (2009) titulada: ‘La puesta en escena del género en el juego del fútbol’, se puede ver cómo la autora examina la representación de género en el fútbol. Esta investigación tuvo como objetivo analizar cómo se manifestaban los roles de género en este

deporte. Vélez (2001) utilizó como metodología la observación detallada y el análisis de partidos, explorando las dinámicas de género en la puesta en escena del fútbol. La investigación encontró que existen patrones de comportamiento que refuerzan estereotipos de género en el juego llegando a ser conflictiva. En conclusión, Vélez (2001) destacó la necesidad de cuestionar y transformar estas representaciones para promover una visión más equitativa en el fútbol.

Hernández (2023) en su investigación ‘Profesionalización precaria, movilidad social y barreras institucionales de género en el fútbol profesional femenino colombiano’, aborda la precariedad de la profesionalización en el fútbol femenino en Colombia. El objetivo de este estudio fue analizar la movilidad social y las barreras de género en el fútbol femenino profesional colombiano. Hernández (2023) empleó una metodología para este estudio en donde combinó las entrevistas y el análisis institucional. Terminaron revelando que hay condiciones precarias en la profesionalización, asimismo, como una limitada movilidad social y persistentes barreras de género. En conclusión, la autora destaca la necesidad de superar estas limitaciones para promover una mayor equidad en el fútbol profesional femenino colombiano.

El artículo de Nájar y Vargas (2020) titulado ‘Mujer, fútbol e inequidad’, aborda la inequidad de género en el contexto del fútbol femenino. El objetivo de la investigación es analizar la situación de las mujeres en el fútbol y las desigualdades de género que enfrentan. La investigación adopta un enfoque hermenéutico centrado en la interpretación de observaciones para identificar significados en el contexto del fútbol femenino en Tunja. La metodología es descriptiva y utilizan encuestas como instrumento principal para obtener datos sobre la realidad social y cultural de esta práctica, en esta investigación se aplicaron 183 encuestas a jugadoras, entrenadores y la comunidad en general en Tunja. Nájar y Vargas (2020) revelaron varios datos,

entre ellos se pudo ver que la mayoría (90.7%) percibe que los medios no dan la importancia necesaria al fútbol femenino, el 86.9% cree que no hay igualdad de oportunidades. Además, el 61.3% percibe discriminación social hacia las mujeres futbolistas, destacando desafíos significativos en la equidad y reconocimiento. En conclusión, Nájar y Vargas (2020) resaltan la urgente necesidad de medidas concretas para mejorar el fútbol femenino en Tunja y propone establecer una entidad que lidere y organice el fútbol femenino en Colombia, garantizando apoyo, relevancia y salarios equitativos para todas las jugadoras.

Cruz, et al. (2016) en su investigación ‘Fútbol femenino, prejuicios y sociedad’, tenían como objetivo explorar la relación entre el fútbol femenino, los prejuicios existentes en la sociedad y su impacto en la participación y percepción de las mujeres en este deporte. Las autoras como metodología utilizaron un enfoque cualitativo, haciendo entrevistas y análisis de contenido para comprender las experiencias y percepciones de mujeres involucradas en el fútbol femenino, así como identificar los prejuicios presentes en la sociedad. La investigación reveló la presencia de prejuicios arraigados que afectan la participación y reconocimiento del fútbol femenino. Se identificaron obstáculos como estereotipos de género, falta de apoyo institucional y discriminación financiera que impactaron negativamente en las oportunidades para las mujeres en este deporte. Cruz, et al. (2016) concluyen resaltando la importancia de abordar los prejuicios arraigados en la sociedad que obstaculizan el desarrollo pleno del fútbol femenino, asimismo enfatizan en la importancia de promover la igualdad de género, eliminar estereotipos y brindar un respaldo sólido para potenciar la participación y reconocimiento de las mujeres en el ámbito del fútbol.

En la investigación titulada: ‘La discriminación de género en el deporte. El caso del fútbol femenino’ de las autoras Aliendre y Contrera (2020), ellas examinaron la discriminación de género en el fútbol femenino. Esta investigación tuvo como objetivo el identificar las formas de discriminación que enfrentan las mujeres en el fútbol y cómo estas afectan su participación en el deporte. Las autoras emplearon una metodología basada en revisión bibliográfica y análisis de documentos para identificar las barreras que impactan la participación femenina en el fútbol. La investigación revela que las mujeres experimentan discriminación en aspectos como falta de respaldo financiero, reconocimiento insuficiente y limitadas oportunidades para jugar y entrenar. Aliendre y Contrera (2020) concluyen destacando la urgencia de abordar este problema y fomentar la igualdad de género en el deporte.

En el trabajo de grado de Carrillo (2020) titulado ‘Fútbol femenino en Colombia: más que un partido de 90 minutos’, se planteó como objetivo examinar aquellas problemáticas que han impedido la profesionalización del fútbol femenino en Colombia, además de identificar los factores que inciden ante la falta de patrocinadores, las dificultades económicas y la baja cantidad de transferencias de jugadoras en Colombia. Carrillo (2020) realizó una investigación periodística en la cual se pretendía observar, reportear, investigar y retratar las historias de aquellos y aquellas que pertenecen al desarrollo y manejo del fútbol femenino en el país, para ello utilizó entrevistas a profundidad y semiestructuradas a futbolistas profesionales colombianas que hayan pertenecido o pertenezcan a la Selección Colombia mayores y que también estuvieran vinculadas a algún equipo colombiano, dirigentes y representantes de los clubes del fútbol local junto con las instituciones reguladoras del Fútbol Profesional Colombiano y finalmente, expertos en el tema del fútbol femenino, como periodistas deportivos, historiadores entre otros. Carrillo

(2020) encontró que el fútbol femenino en el país no cuenta con una estructura autónoma, los equipos funcionan respaldados económicamente por los masculinos debido a que tienen mayores ingresos, por otro lado, la duración de los contratos es uno de los factores que más afecta a las jugadoras para poder dedicarse completamente al balompié femenino, así lo afirmó María Morales, defensa del equipo bogotano Independiente Santa Fe, “el fútbol al final depende del dinero, muchas no se dan cuenta de eso, de que esto no es una obra de caridad para los equipos. Las empresas invierten esperando retribuciones y actualmente nosotras como deporte no tenemos la capacidad de retribuir”. Esta investigación concluye en qué el fútbol femenino requiere de una estructura fuerte y consolidada que logre sostener económicamente a los clubes femeninos, además de aportar equitativamente en los procesos sociales de la construcción de una cultura deportiva femenina más justa y digna para las mujeres futbolistas.

Tusell (2009) en su investigación ‘Deporte y discriminación por sexo: fútbol, remo y salto de esquí’, aborda la discriminación de género en el ámbito deportivo, centrándose en fútbol, remo y salto de esquí. El autor tuvo como objetivo el analizar cómo se manifiesta la discriminación de género en estas disciplinas, para ello mantuvo un enfoque analítico en su metodología, que abarca estudios de casos y datos estadísticos. Esta investigación demostró que hay diferencias significativas en el acceso, los recursos y el reconocimiento entre atletas masculinos y femeninos en el fútbol, remo y salto de esquí, sugiriendo la presencia de barreras sistémicas que afectan la participación y el desarrollo de las mujeres en estos deportes. En conclusión, Tusell (2009) destaca la persistencia de la discriminación por sexo en el ámbito deportivo y aboga por medidas que fomenten la equidad y la igualdad de oportunidades.

Gil (2019) en su artículo de investigación titulado ‘Sistema de gestión de equidad de género para clubes profesionales de fútbol, una solución a las inequidades salariales y comerciales del fútbol femenino colombiano’, tuvo como objetivo proponer un sistema de gestión de equidad de género para abordar las inequidades salariales y comerciales en el fútbol femenino en Colombia. La autora utilizó una metodología cualitativa que incluyó la recopilación de opiniones de diversos autores sobre las inequidades salariales y comerciales en el fútbol femenino colombiano, así como la investigación hermenéutico-documental para analizar materiales en línea, como libros, revistas y artículos académicos. Los hallazgos revelaron que las mujeres futbolistas en Colombia enfrentan violaciones sistemáticas de derechos laborales, incluyendo discriminación salarial y falta de reconocimiento. Gil (2019) en sus conclusiones propuso un sistema basado en normas internacionales con medidas para eliminar la discriminación y acciones afirmativas, así como la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en la industria del fútbol para contribuir a la profesionalización del fútbol en Colombia.

En la última revisión encontramos la investigación de Burgos et al. (2023) titulada ‘Violencia de Género en el Fútbol Femenino Bogotano’, la cual tuvo como objetivo principal el indagar sobre la violencia de género en el fútbol femenino, centrándose en la creación de contenido para cuestionar comportamientos violentos normalizados, especialmente dirigidos a mujeres entre los 20-27 años. Asimismo, las autoras se propusieron definir las manifestaciones más recurrentes de violencia de género en este entorno, explorar las secuelas psicológicas para las deportistas y su entorno a través de testimonios. La metodología empleada fue un estudio cualitativo exploratorio y entrevistas informales con cinco mujeres futbolistas de similar perfil

socioeconómico y experiencia en equipos universitarios. Se identificaron patrones de violencia simbólica, y estas entrevistas destacaron la sororidad entre las jugadoras, la intimidación del cuerpo técnico y la necesidad de mantener relaciones positivas para evitar problemas. Se subrayó el miedo y la constante alerta que enfrentan las mujeres en este entorno, evidenciando una problemática generalizada en los equipos femeninos en Colombia. Burgos et al. (2023) concluyen que abordar la violencia de género en el fútbol colombiano es un desafío que requiere la colaboración de todos los involucrados. La falta de capacitación destaca como una oportunidad para implementar programas de formación en género, de igual manera los autores destacan la persistente violencia de género en el fútbol femenino, resaltando diversas formas de violencia y la resistencia arraigada debido a la percepción ‘sagrada’ del fútbol para los hombres. Asimismo, reconociendo que queda mucho por hacer, enfatizando la necesidad de conversaciones abiertas y exploración de comportamientos normalizados para impulsar un cambio de mentalidad.

Objetivos

Objetivo general

Analizar los discursos mediáticos del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, entre 2021 y 2024, con el fin de identificar cómo se abordan los aspectos económicos del fútbol femenino en Colombia y evaluar de qué manera el contexto de los diferentes medios de comunicación influye en la transformación de dichos discursos.

Objetivos específicos

1. Identificar cuatro discursos emitidos por el presidente de la Dimayor Fernando Jaramillo en diferentes medios de comunicación tradicionales nacionales entre 2021-2024, en los cuales se hizo referencia a aspectos económicos que influyeron en el desarrollo del fútbol femenino en Colombia.
2. Examinar los discursos mediáticos seleccionados entre 2021-2024 del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, mediante el análisis crítico del discurso de Van Dijk.
3. Comparar cómo las características de los distintos medios de comunicación tradicionales influyeron en los discursos del presidente de la Dimayor sobre aspectos económicos del fútbol femenino entre 2021-2024.

Marco teórico

En un primer momento para llevar a cabo el análisis de los discursos de Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor, es indispensable establecer las categorías de análisis y vincularlas a autores teóricos que ayuden a fortalecer la comprensión, interpretación, evaluación e identificación de posibles estructuras de poder, exclusión y manipulación que se manifiesten en los discursos mediáticos seleccionados para el desarrollo de la investigación.

En este contexto, se vinculó cada concepto clave (poder, exclusión y manipulación) con una categoría específica. Primero, el concepto de manipulación se abordó desde el Poder simbólico de los medios de comunicación, principalmente desde la postura de Van Dijk (1994). Luego, el concepto de exclusión se analizó a través de la Violencia simbólica, de acuerdo con la

visión de Pierre Bourdieu (2012). Finalmente, el concepto de poder se exploró mediante la categoría de Poder del discurso, planteado por Jesús Martín Barbero (1978). No obstante, también se tuvieron en cuenta diferentes posturas teóricas para enriquecer el análisis a partir de las diferentes posturas y puntos de vista de diferentes autores acerca de las categorías a trabajar.

Categorías de análisis

Poder simbólico de los medios de comunicación

Desde la postura de Van Dijk (1994), él reconoce que los medios de comunicación ejercen generalmente un poder simbólico y persuasivo sobre las personas en sus discursos el cual le permite a los medios controlar la mentalidad de su audiencia, sin embargo, Van Dijk (1994) aclara que este poder no se manifiesta en acciones concretas, pues estas se generan de manera indirecta y requieren de una planeación de control de intenciones, de proyectos, de conocimientos a alcanzar o de creencias u opiniones.

“El poder simbólico, como poder de constituir lo dado por la enunciación, de hacer ver y de hacer creer, de confirmar o de transformar la visión del mundo y, por ello, la acción sobre el mundo, por lo tanto, el mundo; poder casi mágico que permite obtener el equivalente de lo que es obtenido por la fuerza (física o económica), gracias al efecto específico de movilización, no se ejerce sino él es reconocido, es decir, desconocido como arbitrario. Esto significa que el poder simbólico no reside en los “sistemas simbólicos” bajo la forma de una “illocutionary force”, sino que se define entre los que ejercen el poder y los que lo sufren, es decir, en la estructura misma del campo donde se produce y se

reproduce la creencia. Lo que hace el poder de las palabras y de las palabras de orden, poder de mantener el orden o de subvertirlo, es la creencia en la legitimidad de las palabras y de quién las pronuncia, creencia cuya producción no es competencia de las palabras. El poder simbólico [...] [es] capaz de producir efectos reales sin gasto aparente de energía (Bourdieu, 2006, p. 71 y 72).

Quispe (2016) afirma que el poder simbólico se construye en gran medida a través de los medios de comunicación masivos, los cuales se consolidan como los principales acumuladores de este tipo de poder. Su influencia en la sociedad es decisiva, ya que afectan directamente las decisiones de quienes detentan o actúan como transmisores del poder político (Quispe, 2016).

Desde otra perspectiva Cano (2020) resalta el papel que los medios de comunicación tradicionales y alternativos asumen en la transformación y evolución de la sociedad colombiana los cuales suman positivamente en favor del fútbol femenino, sin embargo, Cano (2020) también afirma que en el país hace falta compromiso de los medios tradicionales en el cubrimiento y la transmisión de los partidos, especialmente del canal Win Sports, a raíz de ello se generó el surgimiento de medios alternativos que se han encargado de transmitir virtualmente los partidos y además se han dado a la labor de realizar el cubrimiento de todo lo relacionado con las futbolistas profesionales y de promover la cultura del fútbol femenino en Colombia ante la ausencia del poco cubrimiento por parte de los medios tradicionales.

Es necesario tener en cuenta el papel que cumplen los medios de comunicación en la difusión, visibilización y desarrollo del fútbol profesional femenino, en Colombia el canal Win Sports es quien posee los derechos de transmisión del fútbol femenino, Jaime Parada, presidente

del medio así lo confirmó: “Win Sports es el propietario de todos los derechos del fútbol nacional colombiano en Colombia y le da un pago fijo anual a la Dimayor” (Neira, 2020)

Retomando a la postura de Van Dijk (2009) él afirma que el poder discursivo se encuentra inmerso en quienes tienen acceso a los diferentes tipos y medios de comunicación y por ende estos actores poseen la capacidad de llegar a una amplia variedad de receptores. Asociando esto al contexto de la investigación la Dimayor como organización posee este tipo de acercamiento que menciona el autor con los medios de comunicación nacionales, dado que se configura como la entidad privada más importante en el país respecto al fútbol, pues son quienes poseen el poder y control sobre las decisiones que se toman respecto al fútbol profesional en Colombia en todas las direcciones.

Pierre Bourdieu (2000) mencionó que "el poder simbólico es en efecto este poder invisible que solo puede ejercerse con la complicidad de quienes no quieren saber que lo sufren o que incluso lo ejercen" (p. 88), por lo tanto, podríamos afirmar que este se convierte en una especie de poder negado o no reconocido por quienes ya lo poseen, y los que saben que lo tienen.

Violencia simbólica

El sociólogo francés Pierre Bourdieu (2012) examinó la dominación simbólica en las relaciones de género, destacando la influencia de las representaciones sociales y disposiciones internalizadas que perpetúan la desigualdad. Bourdieu (2012) sostiene que, aunque hay avances notables en la condición de las mujeres, como el acceso a la educación y el empleo remunerado, persisten desigualdades en las oportunidades de género.

Respecto a la violencia simbólica Bourdieu (2012) subraya la influencia de las representaciones sociales en la escolarización, donde las expectativas y presiones sociales impuestas culturalmente impactan directamente en las elecciones educativas de las mujeres, perpetuando desigualdades en especialidades y carreras profesionales. Para Bourdieu (2012) la internalización de estas normas de género en las mujeres ayuda a contribuir inconscientemente a su propia exclusión en ciertos escenarios sociales y, además, a aceptar límites en sus aspiraciones profesionales. En el contexto colombiano esto se ve reflejado en las futbolistas profesionales, quienes desde su niñez no encuentran un apoyo en la sociedad que las incentive a buscar una oportunidad en una profesión en la que las representaciones de género constituyen barreras muy grandes en la actualidad.

Las futbolistas profesionales en Colombia a lo largo de la historia han sufrido de diferentes violencias en temas de género y exclusión por parte de los actores de la sociedad colombiana, Ojeda (2022) describe la violencia simbólica cómo la sumisión de la mujer en la sociedad, esta sucede cuando la mujer reproduce comportamientos de dominación, discriminación y desigualdad obligándola a estar en una posición de inferioridad debido a toda una construcción semiótica detrás de los estereotipos de género, los cuales están constantemente reproduciendo mensajes agresivos en contra del rol femenino. Esta postura se acerca mucho a lo planteado una década atrás por Bourdieu (2012) reiterando su planteamiento sobre las representaciones en la sociedad, las cuales terminan en muchas ocasiones por dictaminar las maneras en las cuales debe vivir, comportarse, crecer o desarrollarse ciertos individuos.

López (2015) menciona que para comprender la violencia simbólica es imprescindible un análisis previo del concepto de violencia, el cual involucra varios factores. Entre estos, el "poder" que unas personas ejercen sobre otras se presenta como un aspecto clave para darle forma a este concepto. López (2015) siguiendo las ideas de Bourdieu, comenta que se puede afirmar que la violencia simbólica se manifiesta como la subordinación de unos individuos frente a otros, a través de la socialización, un proceso que naturaliza las relaciones de poder. Por consiguiente, estas relaciones se vuelven incuestionables debido a las asimetrías, como las basadas en el "género".

Referente al ámbito deportivo, Bourdieu (2012) encuentra que la práctica intensiva del deporte transforma la relación de las mujeres con sus cuerpos, desafiando sus propias expectativas de disponibilidad y sumisión, estas acciones pueden percibirse como “no femeninas” desde la perspectiva masculina dominante. Enlazando esta afirmación en el contexto del fútbol femenino en Colombia se puede manifestar con las mujeres enfrentándose a discriminaciones constantes al desafiar los roles de género tradicionales que se han marcado durante generaciones en la cultura hegemónica colombiana.

El poder del discurso

Barbero (1978) reflexiona sobre la evolución que han tenido los medios de comunicación masiva, destacando su transición de simples transmisores de información a actores centrales en la construcción de significados, esta transformación implica que los medios no solo informan, sino que también establecen agendas y determinan qué temas son relevantes en la esfera pública. Al ejercer este poder simbólico, los medios contribuyen a la formación de identidades colectivas y a

la configuración del imaginario social. Esto quiere decir que los medios de comunicación no son únicamente transmisores de información, sino que desempeñan un papel activo en la construcción de significados y en la configuración del espacio público (Barbero, 1978).

Barbero (1978) destaca la relevancia fundamental que atribuye a los discursos en el contexto de la comunicación de masas, puesto que los discursos no solo son vehículos de transmisión de información, sino que también constituyen herramientas poderosas que moldean la percepción de la realidad y las dinámicas sociales en la sociedad contemporánea. Barbero (1978) subraya cómo los discursos no son meramente informativos, sino que están imbuidos de intencionalidades y perspectivas que influyen en la construcción de significados y en la configuración de las relaciones de poder.

En este sentido, Barbero (1978) resalta la influencia significativa que ejercen los discursos en la sociedad actual pues estos no solo reflejan la realidad, sino que también contribuyen activamente a su construcción y reinterpretación. Asimismo, Barbero (1978) señala cómo los discursos mediáticos pueden legitimar determinadas estructuras de poder, perpetuar ideologías dominantes o cuestionarlas, lo que evidencia la capacidad de los discursos para influir en la opinión pública y en la configuración de las relaciones sociales al ser difundidos a través de los mass media.

Desde otra perspectiva Barbero (1978) aborda el poder implícito de dominación que poseen los discursos en el ámbito de la comunicación de masas, para él los discursos no solo transmiten información, sino que también operan como mecanismos de control y hegemonía. Barbero (1978) también analiza cómo los discursos pueden ser utilizados para ejercer dominio

sobre las audiencias, legitimar ciertas visiones del mundo y mantener estructuras de poder establecidas. En este sentido, Barbero (1978) pone de manifiesto la importancia crítica de comprender y cuestionar los discursos mediáticos como parte fundamental del análisis de las dinámicas comunicativas contemporáneas.

El análisis del poder del discurso según Barbero (1978) revela cómo los medios de comunicación masivos actúan como agentes activos en la construcción social de la realidad, dado que su enfoque invita a cuestionar las narrativas predominantes y a reconocer el papel fundamental que desempeñan los discursos en las dinámicas comunicativas contemporáneas. Además, comprender estas interrelaciones es esencial para desarrollar una conciencia crítica sobre cómo se configuran las relaciones de poder en nuestra sociedad.

Medios de comunicación

En este apartado se definirá cada uno de los medios de comunicación en los que se pretende incluir aspectos como su historia, características, fuentes de financiamiento, dueños, línea editorial, programa dónde se emitió, intereses políticos, entre otros. Estas descripciones van a permitir conocer más a profundidad de los contextos y los entornos en los que se llevaron a cabo los discursos del presidente de la Dimayor y de esta manera tener un panorama mucho más completo del poder o la influencia que puede llegar a tener un medio en particular en la transformación de un discurso.

Caracol Radio

En 1945, dirigentes del Partido Liberal, como Alfonso López Pumarejo y Alfonso López Michelsen (ambos expresidentes de Colombia), junto con los dueños del diario El Liberal, fundaron la Sociedad de Radiodifusión Interamericana, la cual tres años después pasaría a llamarse Caracol Radio (FECOLPER, 2018a).

El Espectador (2020) menciona que la fundación del sistema fue el 2 de septiembre de 1948 bajo el nombre de Cadena Radial Colombiana, por William Gil Sánchez y Humberto Restrepo Arango, en un momento de la sociedad colombiana en el que el medio de comunicación principal era la radio, pues le permitía a las personas mantenerse conectadas con relativa facilidad con las noticias del día a día, mientras que en las noches, las familias colombianas se reunían para disfrutar de una radionovela para mantener el balance entre lo noticioso y el entretenimiento (El Espectador, 2020).

En 1986, tras una huelga sindical que generó inestabilidad económica en la cadena, el Grupo Empresarial Bavaria S.A., propiedad de Julio Mario Santo Domingo, adquirió la participación de varios accionistas en Caracol (FECOLPER, 2018a). Para ese momento, Bavaria controlaba el 50% de la empresa, mientras que la familia de Fernando Londoño Henao y Alfonso López Michelsen mantenían el 25% cada uno (FECOLPER, 2018a).

En 2003, se llevó a cabo una negociación en la que se transfirieron todos los derechos de Caracol Radio al Grupo Prisa, no obstante, mediante un acuerdo conjunto para el uso de la

marca, se decidió mantener el mismo nombre para ambos medios, distinguiendo uno para radio y otro para televisión (FECOLPER, 2018a).

FECOLPER (2018a) afirma que Caracol Radio forma parte de la Cadena Caracol, que incluye marcas presentes en varios países, esta cadena cuenta con ocho sistemas de radio, tres de los cuales pertenecen a marcas internacionales del Grupo Prisa (Promotora de Informaciones S.A.), una empresa española. Caracol Radio se transmite en más de 30 ciudades de Colombia y se estima que alcanza un 13% de la audiencia nacional, según el Estudio General de Medios, además cuenta con una programación diversa, con un enfoque principal en noticias y programas de opinión (FECOLPER, 2018a).

La Cadena Caracol agrupó varias emisoras las cuales estaban destinadas a diferentes grupos focales específicos, esto como una estrategia de especialización radial que le permitiera agrandar su espectro de audiencia al máximo, ya que de los ocho sistemas con los que cuenta, dos de ellos son de radio hablada (Caracol Radio y W Radio) y el restante son de radio musical (FECOLPER, 2018a).

Según FECOLPER (2018a) el Grupo Prisa es el principal accionista de Caracol, controlando el 77% de las acciones a través de la Sociedad Española de Radio y el 14,4% mediante Inversiones Ferines S.A.S. Además, el 8,6% restante pertenece a Inversiones Valmiera S.A.S y Cía en C.A, cuya propiedad recae en Felipe López Caballero, quien también dirige y es propietario de la Revista Semana.

El sistema de Caracol se ha consolidado a lo largo de los años como uno de los principales medios de comunicación en Colombia, posicionándose como un referente en la información a nivel nacional. Su amplia cobertura le permite llegar a territorios remotos donde muchos otros medios no tienen acceso, lo que incrementa su relevancia en la formación de opinión pública en diversas regiones del país. Esta capacidad de penetrar en zonas donde la información es limitada refuerza su impacto mediático, convirtiéndolo en un actor clave para cualquier investigación que busque analizar el papel de los medios en la construcción de realidades sociales en Colombia. Su alcance, tanto en términos de audiencia como de influencia, es fundamental para comprender su capacidad de moldear narrativas a nivel nacional.

El Alargue

La primera emisión del programa fue el 18 de octubre del 2004 bajo la dirección del periodista César Augusto Londoño, esta franja se mantendría al aire durante los siguientes 20 años hasta su última emisión el 30 de septiembre de 2024, Steven Arce fue quien dirigió y condujo el programa por última vez en su historia (Kienyke, 2024).

Kienyke (2024) afirma que El Alargue es un programa que iba de lunes a viernes de 9:00 p.m. a 11:00 p.m., en dónde se generaba un espacio para la debatir y opinar con invitados y entrevistas exclusivas alrededor del deporte tanto a nivel nacional como internacional.

6 AM

Amat (2004) afirma que el programa 6 AM Hoy por Hoy es un programa informativo matutino de Caracol Radio, dirigido por Gustavo Gómez Córdoba, que se ha consolidado como

uno de los espacios más importantes de la radio colombiana. Desde su lanzamiento, el programa ha ofrecido un análisis profundo de los acontecimientos nacionales e internacionales, convirtiéndose en un referente para la audiencia que busca información actualizada y de calidad (Amat, 2004). Su horario de transmisión, de lunes a viernes de 5:00 a.m. a 10:00 a.m., permite que los oyentes comiencen su día con un resumen completo de noticias y entrevistas con figuras relevantes del ámbito político y social (Amat, 2004).

A lo largo de los años, 6 AM ha abordado temas críticos para la sociedad colombiana, tales como la seguridad, la política y la economía (Amat, 2004). El programa se caracteriza por su estilo directo y cercano, lo que facilita el diálogo entre los oyentes y los periodistas. Este enfoque ha permitido que el programa no solo informe, sino que también genere debate y reflexión sobre los problemas que enfrenta el país (Amat, 2004).

Revista Semana

FECOLPER (2018b) menciona que Revista Semana fue fundada originalmente en 1946 por el expresidente Alberto Lleras Camargo, tras finalizar su mandato en Colombia, sin embargo, esta primera versión cerró en 1961 debido a problemas financieros. Posteriormente, en 1982, la revista fue refundada por Felipe López Caballero, hijo del expresidente Alfonso López Michelsen y nieto de Alfonso López Pumarejo, ambas figuras destacadas en la política colombiana; López Caballero registró la revista bajo el nombre de *Publicaciones Semana S.A.* el 20 de septiembre de ese año, consolidándola como un referente en el análisis político y social en Colombia (FECOLPER, 2018b).

Desde su refundación, *Semana* ha mantenido un enfoque independiente y liberal, ganando gran credibilidad en el país, ha sido conocida por sus investigaciones periodísticas, las cuales han generado importantes escándalos en la vida política nacional, incluyendo duras críticas al gobierno del expresidente Álvaro Uribe Vélez (FECOLPER, 2018b). Además, cuenta con la colaboración de destacados columnistas como Antonio Caballero, Daniel Coronell, María Jimena Duzán y Daniel Samper Ospina, quienes han reforzado su reputación como un medio influyente en Colombia (FECOLPER, 2018b).

Según FECOLPER (2018b) la Sociedad de Administración de Inmuebles e Inversiones S.A.S. es la dueña mayoritaria con un 89,5% de las acciones de Publicaciones *Semana* S.A., esta empresa es propiedad de López Caballero; mientras que el 9,5% restante pertenece a la sobrina de López Caballero, Isabel López Andreu, hija de Alfonso López Caballero, político y diplomático colombiano e integrante de la Junta Directiva de la revista.

Felipe López Caballero, además de su rol como fundador y figura clave de la revista *Semana*, mantiene una red de comunicación constante con reconocidos líderes de opinión en Colombia, como Julio Sánchez Cristo, María Jimena Duzán y Cecilia Orozco (La Silla Vacía, 2021). Su capacidad para influir en la interpretación de los hechos es notable, ya que su visión contribuye significativamente a la creación de "matrices de opinión" en los medios. A pesar de ser un socio accionario minoritario de Caracol TV, López Caballero también tiene una relación cercana con Gonzalo Córdoba, presidente del canal, lo que amplía su influencia en el ámbito mediático (La Silla Vacía, 2021).

En 2014, la revista también se vio envuelta en una controversia relacionada con la Fundación Semana S.A., que fue beneficiaria de contratos del Fondo Nacional para la Paz por más de mil millones de pesos, este proyecto estaba destinado a promover actividades de pedagogía para el postconflicto y generar espacios de discusión sobre la paz, lo que resaltó la capacidad de Semana no solo para informar, sino también para influir en los procesos sociales y políticos más críticos del país (FECOLPER, 2018b).

Durante estas tres décadas, Semana ha sido una fuente crucial para la formación de la opinión calificada y se ha consolidado como un referente de interpretación para las élites en relación con los acontecimientos del país. La Silla Vacía (2021) destaca que, además de su publicación, los foros organizados por Semana se han transformado en un canal muy eficaz para influir en sectores específicos; muchas personas que desean discutir un tema determinado recurren a la revista para mover la agenda a través de estos foros.

La Revista Semana es uno de los principales medios de comunicación en el país en el ámbito político y social, dado que se configuró con el pasar de los años en un medio que criticó y destapó escándalos de corrupción en los altos mandos gubernamentales, esto le ha generado una audiencia masiva muy importante en Colombia y una reputación significativa respecto a diferentes medios nacionales, es por ello que será importante ver las dinámicas desde este medio y cómo este influyó en la transformación de los discursos del presidente de la Dimayor.

Telecafé

Arce (2020) comenta acerca de la fundación de Telecafé que fue el primer canal local en iniciar emisiones en el país, posterior a la aprobación de los decretos 3100 y 3101 del 20 de diciembre de 1984 el cuál autorizó a la creación de diferentes canales regionales de televisión para todo el territorio nacional dado su origen gubernamental. En 1990, se fundó la Sociedad de Televisión de Caldas, Risaralda y Quindío que llamaron TELECAFÉ Ltda., que, junto con Inravisión, emprendió la tarea de establecer un canal regional para los tres departamentos cafeteros. La sede del canal se localizó en Caldas, mientras que la gerencia fue asignada a Risaralda y la subgerencia a Quindío (Arce, 2020). Desde ese entonces el canal Telecafé pertenece a las gobernaciones de Caldas, Risaralda y Quindío, que comprenden a los tres departamentos del llamado Eje Cafetero.

Antes de su lanzamiento oficial, los productores del canal realizaron entrevistas con distintas personalidades de la región para conocer sus opiniones sobre la creación de este nuevo medio televisivo, Señal Memoria destaca especialmente la intervención de Luis Fernando Ramírez Echeverri, director de Fomento y Turismo de Armenia, quien subrayó la relevancia de Telecafé en el desarrollo del turismo rural en el Eje Cafetero (Arce, 2020). Ramírez Echeverri afirmó que el canal no solo fomentaría el interés de los colombianos por visitar las fincas cafeteras y las imponentes haciendas de la zona, sino que también atraería la atención internacional (Arce, 2020).

El canal se planteó como un medio que contribuiría a la visibilidad de la cultura y las tradiciones cafeteras, además de dinamizar la economía local (Arce, 2020). La creación de

Telecafé representó una oportunidad para dar voz a las comunidades del Eje Cafetero, permitiendo que sus historias y realidades fueran compartidas con un público más amplio, esto fue particularmente relevante en un contexto donde los medios nacionales a menudo no cubrían adecuadamente las particularidades de las regiones (Arce, 2020). Arce (2020) cuenta que Telecafé comenzó sus emisiones en vivo el 17 de octubre de 1992, con una transmisión que tuvo lugar en el Teatro Los Fundadores de Manizales.

La importancia de Telecafé fue confirmada en 2011, cuando la UNESCO declaró el Paisaje Cultural Cafetero como patrimonio de la humanidad (Arce, 2020). Esta distinción no solo reconoció la riqueza cultural y natural de la región, sino que también destacó el papel de Telecafé como un canal que había contribuido a la promoción y difusión de la identidad cafetera, favoreciendo un mayor reconocimiento y apreciación tanto a nivel nacional como internacional (Arce, 2020).

Telecafé, como medio de comunicación regional y público financiado por entidades gubernamentales, se presenta como un objeto de análisis interesante, ya que, a diferencia de los medios privados, Telecafé no está sujeto a los intereses comerciales de empresas externas o accionistas privados, lo que sugiere que su influencia en los discursos podría ser menor. Esta característica permite establecer un contraste valioso en la investigación, pues así se podrá realizar una comparación efectiva entre los distintos medios y sus respectivas influencias en los discursos de Fernando Jaramillo.

Tiempo Xtra

Camargo (2024) menciona que el programa Tiempo Xtra es un espacio dedicado a la pasión futbolera del eje cafetero, transmitido por Telecafé, bajo la dirección de Sebastián Parra y la producción de Juan Camilo Castaño, el programa se centra en fortalecer la información sobre la gestión y el desempeño deportivo de los tres equipos más queridos de la región: Once Caldas, Deportivo Pereira y Deportes Quindío.

Este programa se destaca por ofrecer análisis, debates y la opinión de expertos, así como de aficionados al fútbol, convirtiéndose en un punto de encuentro para los hinchas (Camargo, 2024). El elenco cuenta con la participación de Jorge “Coque” Palacio, Paula Rodas y Yamid Quiceno, Tiempo Xtra se emite todos los lunes de 9:30 a 11:00 p.m., brindando un programa "hecho por hinchas y para hinchas" que busca conectar a los televidentes con las últimas novedades y discusiones sobre el mundo del fútbol local (Camargo, 2024).

Metodología

Esta investigación adoptó un enfoque cualitativo utilizando el Análisis Crítico del Discurso (A.C.D.) propuesto por Teun van Dijk (1994) para examinar los discursos mediáticos emitidos por el presidente de la Dimayor enfocados en aspectos económicos del fútbol femenino entre 2021 y 2024. El análisis de los discursos se centró en la identificación, análisis y evaluación de posibles dinámicas de poder, exclusión y manipulación inmersas en estos discursos, así como en su posible impacto en la percepción y desarrollo del fútbol femenino en Colombia. Este enfoque permitirá una comprensión profunda de cómo el lenguaje y las

estructuras discursivas reflejan y perpetúan desigualdades e injusticias en este contexto específico. Asimismo, esto aporta aspectos y características propias de cada uno de los discursos para la posterior comparación y discusión entre la forma en que actúan los discursos dependiendo de los medios de comunicación dónde se emiten.

Análisis Crítico del Discurso desde Teun van Dijk

El A.C.D. desde Van Dijk (1994) se enfoca en identificar las estrategias de uso, legitimación y construcción de la dominación que se relacionan con el abuso de poder, enfocándose en aspectos como las desviaciones de reglas y normas, así como en temas como los derechos humanos, estas temáticas principalmente revelan rupturas y desviaciones que son fundamentales para comprender las dinámicas de poder en los diferentes discursos mediáticos de la Dimayor.

“En resumen, el campo del análisis crítico se centra en la gente que tiene poder y el abuso que se hace de dicho poder. Puedo decir que en general el análisis que realizo es un análisis desde arriba, pues me interesa más analizar los discursos de la gente que tiene poder, ya que los grupos dominantes son los que tienen acceso a la manipulación y al uso de estructuras discursivas de dominación, de desigualdad y de limitaciones de la libertad.” (Van Dijk, 1994, p. 8).

Van Dijk (1994) reconoce que el A.C.D. no solamente comprende una investigación acerca del poder, las ideologías, el racismo o la desigualdad, manifiesta que en una categoría general este comprende un análisis descriptivo analítico, social y político, esto según Van Dijk

(1994) significa que la responsabilidad del investigador será dilucidar y comprender las problemáticas puesto que el A.C.D. se encarga más de los problemas que de teorías particulares.

El núcleo central del A.C.D. según menciona Van Dijk (1994) es comprender cómo el lenguaje empleado en el discurso influye en la perpetuación de la desigualdad y la injusticia social, esto al determinar quién es aquel que tiene acceso a las estructuras discursivas y de comunicación aceptadas y legitimadas por la sociedad, esto comprende a los medios de comunicación masivos quienes se encargan de la difusión de la información mediante cierto tipo de discursos, ya sean de odio o aceptación.

Van Dijk (1994) propone la metodología de A.C.D. que busca entender y dimensionar las intenciones discursivas que traen consigo abusos de poder, exclusión y manipulación, además de injusticias y desigualdades derivadas de estos. Van Dijk (1994) destaca la relevancia de examinar la dimensión discursiva del abuso de poder, la injusticia y la desigualdad que emergen como consecuencia. Se establecerán categorías específicas para este análisis, incluyendo los criterios más relevantes para Van Dijk (1994) cómo es la búsqueda de críticas generalizadas a actos inaceptables repetidos, así como un enfoque estructural que prioriza instituciones y grupos sobre individuos, además este enfoque permite identificar actitudes y acciones inaceptables que reflejan posibles abusos de poder y evidencian procesos de dominación.

En términos conceptuales, Van Dijk (1994) también plantea que el A.C.D. se sitúa en una perspectiva de disenso y contrapoder, representando una ideología de resistencia y solidaridad, por otro lado, también enfatiza en la importancia de analizar los discursos de aquellos con poder cómo la Dimayor, ya que son estos grupos dominantes quienes tienen acceso

a manipular estructuras discursivas que perpetúan la dominación, la desigualdad y limitan la libertad. Este enfoque observado desde la perspectiva de la comunicación buscará desentrañar las dinámicas discursivas de la Dimayor que sustentan las relaciones de poder, exclusión y manipulación en aquellas narrativas generadoras de desigualdades y retrasos en el desarrollo del fútbol femenino en Colombia.

Fases de la investigación

La metodología de esta investigación se divide en cuatro momentos distintos, cada uno de los cuales está claramente definido y estructurado para asegurar un enfoque sistemático y coherente. En el primer momento, se lleva a cabo la revisión documental, seguido por la fase de identificación de los discursos y recopilación de datos en el segundo momento. En tercer lugar, se dedica al análisis e interpretación de la información obtenida, permitiendo así extraer conclusiones fundamentadas y relevantes

Fase 1: Revisión documental

Durante la primera fase de la investigación, se llevó a cabo una exhaustiva revisión documental con el objetivo de realizar una revisión de los antecedentes para establecer el estado del arte sobre el fútbol femenino y el seguimiento que se le ha hecho a nivel investigativo. Se identificaron y analizaron 20 documentos de investigación sobre fútbol femenino disponibles en diversos repositorios virtuales. Estos estudios abordan una variedad de temáticas relevantes, tales como la violencia de género, la exclusión en el deporte, la desigualdad y la discriminación en diferentes escenarios y ámbitos deportivos.

Los repositorios consultados incluyen las siguientes instituciones académicas y de investigación: Universidad Pedagógica Nacional, Universidad del Rosario, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad Santo Tomás, Universidad del Valle, Universidad de Antioquia, Universidad de los Andes, Universidad Externado, UNITEC, Universidad de Zulia (Venezuela), Universidad Autónoma de Manizales, Universidad Sudamericana (Paraguay) Corporación Universitaria Minuto de Dios, Universitat Pompeu Fabra Barcelona (España), entre otros. Esta revisión permitió construir una base sólida de conocimientos y contextualizar adecuadamente el fenómeno del fútbol femenino en relación con las problemáticas de género y exclusión, aportando un estado del arte robusto para el desarrollo del estudio.

Se realizó la matriz del estado del arte la cual incluye de manera organizada y estructurada las fuentes documentales que se emplearon para la ejecución de la revisión de antecedentes (*Matriz estado del arte, Anexo #1*).

Fase 2: Identificación y transcripción de los discursos

En la segunda fase de la investigación, se llevó a cabo la identificación de cuatro (4) discursos mediáticos emitidos por Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor entre 2021 y 2024, centrados en aspectos relacionados a temas económicos en el fútbol femenino en Colombia. Se seleccionó un discurso de la presidencia de la Dimayor por cada año en el periodo de tiempo establecido, esto con el propósito de proporcionar una visión longitudinal del desarrollo y consolidación del fútbol femenino en el país desde el mandato del presidente actual. Estos discursos fueron elegidos por su acercamiento en torno a la temática del fútbol femenino en Colombia, específicamente se priorizaron aquellos discursos que generaron interacciones y

comentarios en medios de comunicación y redes sociales, lo que sugiere que tuvieron un impacto considerable en la opinión pública.

Para asegurar una muestra representativa y no sesgada, se incluyeron discursos emitidos a través de diversos medios de comunicación, en este sentido se eligieron 2 discursos emitidos en entrevistas al aire en programas de Caracol Radio (El Alargue y 6AM), uno en el Canal Telecafé en el programa Tiempo Xtra y el último en Revista Semana a través de su plataforma virtual Semana TV. Esta diversidad en las fuentes permite capturar diferentes dinámicas y matices en los discursos, enriqueciendo el análisis sin dar preferencia a ningún medio en particular. Todos los discursos se encuentran alojados en YouTube en los canales oficiales de cada medio de comunicación, facilitando su acceso y revisión.

El objetivo de esta fase fue recolectar una muestra de discursos mediáticos de la Dimayor y, a partir de las categorías seleccionadas, identificar y analizar los elementos presentes en estos discursos. Así, se buscó determinar la existencia de posibles estructuras de poder, exclusión y manipulación y determinar si se reflejan o no, en el discurso oficial de la Dimayor sobre el fútbol femenino en Colombia.

Con el objetivo de compactar y segmentar los discursos seleccionados se realizó una matriz (*Matriz discursos, Anexo #2*) en la cual se segmentaron los discursos elegidos para el análisis del discurso de manera que se establecieron categorías como: locutor discurso, nombre del producto periodístico, enlace, ubicación física o virtual, género del producto periodístico, medio de comunicación, duración y fecha de publicación del producto.

Fase 3: Análisis Crítico del Discurso (A.C.D.)

En un tercer momento, se trazó una línea temporal que siguió el desarrollo del fútbol profesional femenino en Colombia desde sus inicios con la liga profesional en el año 2017 hasta la actualidad en el año 2024. Empleando el A.C.D. de Van Dijk (1994), se examinaron los discursos mediáticos identificados previamente para evaluar de acuerdo con las categorías seleccionadas para el desarrollo de investigación cómo han influido en la creación y mantenimiento de dinámicas de poder, exclusión y manipulación a lo largo del tiempo.

Los discursos serán analizados a partir de posibles manifestaciones de poder, exclusión y manipulación, además, se pretende determinar si tales dinámicas han obstaculizado el desarrollo de una cultura sólida en torno al fútbol femenino en Colombia y en lugar de materializarse en acciones concretas, estas declaraciones quedaron en meras promesas incumplidas a lo largo del tiempo, asimismo, evidenciar la existencia de una brecha entre la visión proyectada por la organización y su gestión efectiva.

En referencia al cierre de las brechas Álvarez (2022) asegura que es una obligación de la mujer contemporánea el luchar por la igualdad de género en todos los campos, especialmente la mujer futbolista quien deberá superarse, capacitarse y prepararse al más alto nivel, para ser cada día una mejor profesional y socialmente se les valore y se les reconozca como tal.

Para organizar y segmentar de manera más concreta la información recolectada, se utilizó una matriz de interpretación (*Matriz de interpretación, Anexo #4*) como instrumento clave. Este método permitió analizar, estructurar e interpretar de forma efectiva y detallada los discursos

mediáticos de la presidencia de la Dimayor. Además, facilitó la identificación y relación de las dinámicas discursivas entre sí, revelando patrones de comportamiento que permitan evidenciar la existencia de posibles estructuras de poder, exclusión y manipulación, así como la comparativa entre los discursos y la influencia de los medios de comunicación en estos.

Según Van Dijk (1994) el núcleo central del A.C.D. radica en comprender cómo el lenguaje empleado en los discursos influye en la perpetuación de desigualdades generando dinámicas de injusticia social, determinando quién tiene acceso a las estructuras discursivas y de comunicación aceptadas y legitimadas por la sociedad.

En términos concretos, la matriz (*Matriz de interpretación, Anexo #4*) se divide en secciones específicas que describen categorías importantes para tener en cuenta al realizar el análisis crítico del discurso (A.C.D.). En la primera columna de la matriz, se indica la "**Fecha**" en que se realizó el discurso, proporcionando un orden cronológico de estos que facilita la comprensión del contexto del fútbol profesional en los distintos momentos de la historia entre 2021-2024.

En la segunda columna encontramos el "**Titular**" que el medio de comunicación determinó para el producto. Esto tiene el fin de observar el manejo narrativo que el medio le da a las declaraciones y de qué manera titula estas, dado que esto puede influir en la difusión de la información o, por el contrario, minimizarla y segmentarla hacia un concepto más amarillista o polémico.

La tercera columna, titulada "**¿Dónde lo dijo?**", hace referencia al medio de comunicación en el cual se difundió el discurso (prensa, radio, televisión, medio digital), además de especificar el tipo de nota o producto periodístico generado. La relevancia de este ítem radica en determinar el impacto social o mediático de dicho medio a nivel nacional o internacional.

La cuarta columna, titulada "**¿Quién lo dijo?**", identifica al locutor del discurso, que en este caso es el presidente de la organización Fernando Jaramillo, además se describe el periodo que lleva siendo máximo líder de la Dimayor.

La quinta columna, titulada "**¿Qué dijo?**", define la idea principal que el locutor quiso transmitir, con el objetivo de identificar posibles estructuras de poder, exclusión y manipulación en las narrativas de los discursos. Este apartado también establece las ideas secundarias que complementan la narrativa del discurso y que aportan al análisis e identificación de las tres categorías de investigación.

En la sexta columna, "**¿Cómo lo dijo?**", se organizaron las principales teorías-categorías, así como las características del discurso. Este apartado buscó establecer la relación del discurso mediático con las categorías de análisis relacionando cada una con los conceptos previamente establecidos en el marco teórico: poder simbólico de los medios de comunicación (manipulación), violencia simbólica (exclusión) y el poder del discurso (poder).

La séptima columna, "**¿Por qué lo dijo?**", desde el rol como investigador se establecieron los planteamientos propios sobre la importancia del tema del discurso mediático,

en el cual también se resalte principalmente el contexto sociocultural del discurso en relación con el crecimiento y desarrollo del fútbol profesional femenino en Colombia.

Finalmente, en la octava columna "**¿Para qué lo dijo?**", se establecen los planteamientos del investigador que relacionan el tema de la investigación con el proceso de aprendizaje basado en los conocimientos adquiridos en el campo de la comunicación, buscando establecer los puntos fuertes y débiles de la narrativa discursiva de los diferentes presidentes de la Dimayor.

Fase 4: Matriz comparativa

En esta última fase de la investigación se buscó generar una matriz comparativa (*Matriz comparativa, Anexo #7*) con ciertos parámetros que permitan definir y comprender el contexto y las principales características de cada medio de comunicación, esto con el fin de lograr determinar la influencia que tiene el medio en la transformación y cambios en los discursos del presidente de la Dimayor tras su posterior análisis.

En términos concretos, la matriz (Matriz comparativa, Anexo #7) se divide en secciones específicas que describen categorías importantes para tener en cuenta al realizar la comparación entre los medios de comunicación y los análisis críticos de los discursos (A.C.D.) de Fernando Jaramillo realizados entre 2021-2024. En la primera columna de la matriz, se indican las "**Categorías**" en dónde aparece la fila de "**Medio de comunicación**", allí se describirán las características y aspectos más importantes de cada medio de comunicación que se analizó; y en la segunda fila titulada "**Aspectos económicos referentes al fútbol femenino**" es dónde se

relacionarán los discursos con el eje principal del análisis del discurso que respecta a los temas monetarios que afectan al desarrollo del fútbol profesional femenino.

Por otra parte, la segunda columna encontramos las "**Subcategorías**" que se encargarán de entrar a profundidad en cada una de las categorías principales y dar un contexto más amplio a la investigación. En las subcategorías de "**Medio de comunicación**", se describirá el "**Nombre del medio**", "**Tipo de medio**", "**Tono y enfoque editorial**", "**Tipo de audiencia**", "**Formato de entrevista**" e "**Ideología política**".

En las subcategorías de "**Aspectos económicos**" se busca profundizar y describir aquellas referencias que hace el presidente Fernando Jaramillo en los discursos mediáticos elegidos en cuanto a los siguientes criterios: "**Recursos económicos**", aquí se tendrá en cuenta todo lo que haga alusión a dinero para financiar el fútbol femenino, recursos internos y externos, respaldo económico del gobierno, entre otros; "**Patrocinadores**", aquí se identificarán las declaraciones respecto a la ausencia de patrocinios, al desinterés de los patrocinadores y los retos para obtener patrocinios que quieran invertir en fútbol femenino; finalmente en el apartado de "**Salarios**", se reconocerán las principales narrativas del presidente respecto a los sueldos de las futbolistas y los temas contractuales de las mismas.

En la tercera columna encontramos los "**Discursos**", de allí se despliega cuatro columnas adicionales para cada uno de los discursos analizados previamente, en estas se va a realizar la conexión con las categorías y subcategorías que se van a ir desplegando de estos mismos discursos.

En la cuarta columna se presentan las "*Categorías de comparación*", a partir de las cuales se despliegan dos columnas adicionales: "*Semejanzas*" y "*Diferencias*", estos dos criterios comparativos son fundamentales, ya que permiten identificar los puntos de intersección entre los discursos, resaltando cómo se abordan dinámicas similares relacionadas con los aspectos económicos del fútbol femenino en Colombia. Asimismo, este análisis facilitará la comprensión de cómo los medios de comunicación, dada su naturaleza y características particulares, pueden influir en la transformación de estos discursos a lo largo del tiempo, específicamente entre 2021 y 2024.

La importancia de esta fase radica en percibir la posible influencia de las estrategias de manipulación discursiva utilizadas por la presidencia de la Dimayor en sus comunicados y declaraciones en el crecimiento y desarrollo del fútbol profesional femenino en Colombia, además de observar si estas han limitado la variedad de narrativas sobre el fútbol femenino en la agenda mediática. Por otro lado, contemplar que las posibles dinámicas de exclusión hacia el fútbol femenino, reflejadas en la falta de recursos, apoyo y visibilidad, podrían haber impactado negativamente en su crecimiento y arraigo cultural.

A través de la identificación, análisis y comparación de estos discursos mediáticos se esperó contribuir significativamente al entendimiento y avance del fútbol femenino en Colombia, desentrañando la posible existencia tanto de estructuras de poder, exclusión y manipulación que subyacen en las narrativas oficiales de la Presidencia de la Dimayor, cómo la relevancia de los medios de comunicación en el contexto actual, los cuales pueden llegar a afectar e influir en gran medida el crecimiento y desarrollo de este deporte.

A través de la identificación, análisis y comparación de estos discursos mediáticos, se busca contribuir de manera significativa al entendimiento y desarrollo del fútbol femenino en Colombia, dado que este proceso investigativo permitirá desentrañar la posible existencia de estructuras de poder, exclusión y manipulación subyacentes en las narrativas oficiales de la Presidencia de la Dimayor, así como destacar la relevancia de los medios de comunicación en el contexto actual, en dónde estos pueden influir considerablemente en el crecimiento y evolución de este deporte, afectando tanto su percepción pública como su proyección a largo plazo.

Marco referencial

En este espacio se llevó a cabo una recolección exhaustiva de antecedentes, trazando una línea temporal que comienza con el origen de la Dimayor y sus funciones, seguida del contexto sociocultural e histórico del fútbol en Colombia. Finalmente, se incluyó un repaso de las ocho ediciones de la liga profesional femenina, desde su creación en 2017 hasta 2024, con el objetivo de ofrecer un panorama amplio y contextualizado sobre el proceso histórico del fútbol femenino en el país, abordando algunas de las problemáticas y polémicas más relevantes que surgieron durante este periodo.

Con el fin de segmentar los sitios web, artículos, informes y demás de los cuales se extrajo la información para esta sección, se elaboró una matriz (*Fuentes de apoyo, Anexo #3*) en la que se organizaron todas las fuentes utilizadas para la realización no solo de este apartado, sino de toda la investigación. Esta matriz está disponible para consultar y verificar la información, además de permitir profundizar en cualquier aspecto de ser necesario.

Dimayor: Origen, torneos y clubes

La Dimayor fue fundada el 26 de junio de 1948 y, de conformidad con su objeto estatutario, es la entidad que se encarga de organizar, administrar y reglamentar los campeonatos del Fútbol Profesional Colombiano (Dimayor, 2013). En la actualidad la Dimayor realiza 5 campeonatos profesionales: Liga BetPlay, Torneo BetPlay, Copa BetPlay, Superliga BetPlay y Liga Femenina BetPlay, de estas competencias solo una de ellas incluye al fútbol femenino evidenciando también el atraso de las directivas en temas de equidad de género.

Según Dimayor (2023) la Liga BetPlay en la categoría masculina cuenta con la afiliación de 20 clubes profesionales: Santa Fe, Millonarios F.C., Equidad, Atlético Nacional, Independiente Medellín, Deportivo Cali, América de Cali, Junior F.C, Unión Magdalena, Deportivo Pasto, Deportivo Pereira FC S.A., Envigado, Águilas Doradas, Boyacá Chicó, Alianza Petrolera, Atlético Bucaramanga, Atlético Huila, Deportes Tolima, Jaguares F.C y Once Caldas.

En cuanto al Torneo BetPlay la Dimayor (2023) cuenta con la participación de 16 clubes: Leones F.C., Patriotas Boyacá S.A., Atlético FC, Barranquilla FC, Bogotá FC, Cortuluá, Cúcuta Deportivo, Deportes Quindío, Fortaleza C.E.I.F, Real Soacha Cundinamarca, Club Boca Juniors de Cali, Tigres FC, Real Santander, Real Cartagena, Orsomarso SC y Llaneros FC.

Actualmente en la temporada 2023 de los 36 clubes afiliados a la Dimayor solamente 15 de ellos cuentan con un equipo femenino que disputa la Liga Profesional Femenina BetPlay, estos equipos son: Alianza Yumbo F.C., América de Cali Femenino, Atlético Nacional Femenino, Cúcuta Deportivo Femenino, Deportivo Cali Femenino, Deportivo Pasto Femenino, Deportivo Pereira Femenino FC, Equidad Femenino, Independiente Medellín Femenino, Internacional FC de Palmira Femenino, Junior Femenino, Llaneros FC Femenino, Millonarios

F.C. Femenino, Santa Fe Femenino y Real Santander Femenino (Deportes Tolima Femenino) (Dimayor, 2024).

En la siguiente tabla (*Tabla de clubes participantes del 2017 al 2024, Anexo #5*) se evidencian los 33 clubes que han participado de la Liga Profesional Femenina desde su inicio en el año 2017 hasta la última edición en 2024. En ella encontramos que solamente 4 equipos (América de Cali Femenino, Equidad Femenino, Real Santander Femenino y Santa Fe Femenino) se han mantenido en constante competencia desde el inicio de la liga esto les ha permitido a estas instituciones fortalecer los proyectos deportivos femeninos y darles continuidad a las jugadoras con el pasar de los años. Un claro ejemplo de la importancia de la continuidad de los equipos femeninos es que de las 7 ediciones disputadas de la liga los equipos con más títulos se encuentran en este selecto listado (Santa Fe (3) y América de Cali (2)).

Clubes participantes de la Liga Profesional Femenina Dimayor 2017-2024									
Clubes		Año de la edición							
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Alianza Petrolera		X	X						
Alianza Yumbo F.C.									X
América de Cali Femenino		X	X	X	X	X	X	X	X
Atlético Bucaramanga Femenino		X	X	X	X	X	X	X	
Atlético FC			X	X					
Atlético Huila Femenino		X	X	X			X	X	
Atlético Nacional Femenino			X	X	X	X	X	X	X
Bogotá F.C.			X						
Boyacá Chicó Femenino								X	
Cúcuta Deportivo Femenino		X	X	X					X
Deportes Quindío		X	X						
Deportes Tolima Femenino			X	X			X	X	
Deportivo Cali Femenino				X	X	X	X	X	X
Deportivo Pasto Femenino		X	X	X	X			X	X
Deportivo Pereira Femenino		X	X	X			X	X	X
Envigado		X	X						
Equidad Femenino		X	X	X	X	X	X	X	X
Fortaleza CEIF		X	X	X	X	X	X		
Independiente Medellín Femenino				X	X	X	X	X	X
Industriales FC (Cortuluá)		X	X	X			X	X	
Internacional FC de Palmira Femenino									X
Junior Femenino			X	X	X		X	X	X
Llaneros FC Femenino					X	X	X	X	X
Millonarios F.C. Femenino				X	X	X	X	X	X
Once Caldas				X					
Orsomarso		X	X	X			X		
Patriotas		X	X						
Real Cartagena		X	X						
Real Santander Femenino		X	X	X	X	X	X	X	
Real Santander Femenino + Deportes Tolima									X
Santa Fe Femenino		X	X	X	X	X	X	X	X
Unión Magdalena		X	X						

(Tabla de clubes participantes del 2017 al 2024, Anexo #5)

Contexto sociocultural histórico del fútbol en Colombia

Osorio y Taborda (2021) afirman que, desde la llegada del fútbol a Colombia a finales del siglo XIX gracias a los británicos, el fútbol en el país se convirtió con el pasar del tiempo en un

elemento muy importante de la cultura popular, esto se produce dado que se configura como un espacio en dónde pueden convivir ciudadanos de todas las clases sociales, en un espectáculo que se rige por la pasión de unos colores, volviéndose una parte fundamental de la identidad cultural colombiana.

La alta popularidad del deporte conllevó a la creación de la Federación Colombiana de Fútbol (F.C.F.) en 1924 y posteriormente en 1948 la fundación de la División Mayor del Fútbol Colombiano (Dimayor, 2020), estos dos organismos se encargaron de llevar a cabo un proceso de profesionalización del fútbol que en ese entonces se consideraba netamente masculino (Dimayor, 2020).

Moreno (2024) menciona que el comienzo del fútbol femenino en Colombia se remonta a los intentos de organización que surgieron a finales de la década de 1960, sin embargo, fue en la década de 1990 cuando se estableció una estructura formal que sentó las bases para el desarrollo de este deporte. Jugadoras como Myriam Guerrero fueron fundamentales en la creación de lo que hoy conocemos como el fútbol profesional femenino en el país (Moreno, 2024). Para entender la historia del fútbol femenino colombiano, es necesario regresar a la década de los años 60. En 1968, se fundó la Liga de Fútbol Femenino de Bogotá, considerada una de las primeras en el país y un punto de partida para lo que actualmente se reconoce como la profesionalización de este deporte (Moreno, 2024).

Algunos años después según Rosero (2015) surgió por primera vez en la historia la Selección Colombia Femenina, la cual participó en el Sudamericano de 1998 (actualmente Copa América) que se jugó en Mar de Plata, Argentina, en dónde cayó eliminada en primera ronda.

Rosero (2015) afirmó que sería hasta el año 2003 en que el combinado colombiano tendría su primer momento de gloria en la competición, en la cual se destacó logrando obtener el tercer lugar por detrás de potencias como Brasil y Argentina, posicionando así el fútbol femenino en Colombia en el radar internacional.

Liga Águila Femenina 2017

Tras un proceso de muchos años de incertidumbre y lucha por parte de las futbolistas mujeres, finalmente en 2017 la Dimayor al mando del presidente Jorge Perdomo inició la Liga Profesional Femenina en Colombia, este primer campeonato en la historia del fútbol femenino en el país contó con la participación de 18 equipos profesionales los cuales derivaron de los equipos masculinos y además solo se jugó en el primer semestre del año (Futbolred, 2018).

El 17 de febrero de 2017 en el Estadio Departamental Libertad finalmente se dio aquel pitazo inicial entre Deportivo Pasto y Cortuluá a las 4:45 p.m., en el cuál iniciaba la historia de la Liga Profesional Femenina, marcando un momento muy importante en la historia del fútbol femenino en el país. En esta primera edición se disputaron 103 partidos entre ida y vuelta en una fase de grupos, cuartos de final y una única final, en Bogotá se consagraron como campeonas las leonas de Independiente Santa Fe y al igual que en la rama masculina, se consolidaron cómo las primeras campeonas del certamen con un equipo de jugadoras muy talentosas (Niño, 2022).

De acuerdo con Fukuda, et al., (2022) el inicio de la liga profesional representó un paso importante en la búsqueda de la equidad y la inclusión de la mujer en el fútbol en Colombia, dominado en mayor medida por la cultura hegemónica masculina.

No obstante, ACOLFUTPRO (2020) informó que “solamente tres clubes de 18 (es decir el 16%) formalizaron vinculaciones laborales con futbolistas y lo mantienen, como es el caso de: Atlético Nacional, América de Cali e Independiente Santa Fe.” Adicionalmente, la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA, 2021) en su informe de evaluación comparativa, aseveró que ninguna jugadora profesional en Colombia tenía como principal fuente de ingresos el fútbol, por lo que se convierte casi en una obligación que las futbolistas profesionales tengan más de un empleo para poder subsistir económicamente.

Liga Águila Femenina 2018

Niño (2022) afirma que para el inicio de esta edición se esperaba que todos los clubes inscritos en Dimayor (36) participaran en la competencia, implementando la creación de un equipo femenino para la Liga Águila Femenina permitiendo así implementar un sistema de ascenso y descenso, buscando obtener una liga con un nivel más competitivo.

Sin embargo, este no fue el caso, pues en el campeonato del año 2018 según AS Colombia (2017) participaron un total de 23 equipos profesionales, el sistema de juego definido para esta edición fue de cuatro grupos, tres de ellos con seis equipos y uno con cinco, esto debido a la ausencia de equipos importantes como el caso de Independiente Medellín y Millonarios F.C. En esta temporada se dio el debut de Atlético F.C., Junior, Atlético Nacional, Bogotá F.C. y Deportes Tolima (Niño, 2022).

AS Colombia (2017) informó que las reglas establecidas le permitían a cada equipo inscribir 25 jugadoras, de las cuales seis podían ser extranjeras. Por otro lado, el equipo campeón de la competencia ganaría un cupo para disputar la Copa Libertadores Femenina y disputaría

también un amistoso contra las campeonas de la liga española (Atlético de Madrid Femenino), ofreciéndole a las jugadoras la posibilidad de darse a conocer a nivel internacional.

Atlético Huila se consagró como campeón de la Liga Águila Femenina 2018 tras una final reñida ante Atlético Nacional, el encuentro finalizó 2-2 en el global y se lo llevaría el cuadro “opita” 3-0 en la tanda de penales, esto sería una revancha para el club tras el subcampeonato ante Santa Fe el año anterior (Sierra, 2018).

El título de liga le otorgó a Atlético Huila un cupo para la Copa Libertadores Femenina 2018 que se disputó en Manaus, Brasil. El conjunto “opita” fue la sorpresa de la competencia y se consagró con el título en su primera participación en el certamen, convirtiéndose también en el primer y único club femenino en Colombia en ganar esta competencia; el rival en la final fue Santos e igualaron 1-1 en los 90 minutos, sin embargo, las colombianas se llevaron el trofeo a casa derrotando 5-3 al conjunto brasileiro en la definición desde el punto del penal (Nieto, 2018).

Infobae (2018) aseguró que Yoreli Rincón, capitana, campeona y figura de la Copa Libertadores Femenina 2018, denunció que el club Atlético Huila desvió el dinero del premio otorgado por Conmebol (55.000 USD) al equipo de la categoría masculina, esto después de que el equipo femenino consiguiera el histórico título contra Santos de Brasil, generando controversia y preocupación entre los seguidores y medios de comunicación, ya que el premio era un reconocimiento a la labor de las jugadoras y no debía ser desviado, poniendo en entredicho la gestión del club y su compromiso con el equipo femenino.

Según Infobae (2018) la futbolista Yoreli Rincón afirmó que, tras la viralización de su denuncia pública, las jugadoras llegaron a un acuerdo con las directivas de la institución para que el plantel femenino recibiera el dinero del premio, considerando que este era merecido para las

jugadoras y el cuerpo técnico. Sin embargo, Rincón enfatizó que el apoyo real al fútbol femenino es más importante que el dinero, y que el equipo buscaba una liga profesional, contratos para todas las jugadoras y asegurar el futuro del fútbol femenino (Infobae, 2018).

Liga Águila Femenina 2019

El panorama para la edición de este año fue gris en un principio, pues El País (2019) informó que Jorge Enrique Vélez, presidente de la Dimayor, confirmó que tras reunirse con la Dífutbol para definir el desarrollo de la liga se observó un panorama bastante complicado, una de las declaraciones fue: “no tenemos 700 mujeres profesionales en el fútbol colombiano” por ende, no sería sencillo que se diera el sí definitivo; además, manifestó que: "El tema de patrocinio es absolutamente preocupante. Es algo fundamental, los ingresos no son ningunos. Yo tenía un par de marcas muy importantes y se me quitaron con todo este problema del fútbol femenino", esto refiriéndose a una denuncia por acoso interpuesta algunas jugadoras de la Selección Colombia Femenina Sub-17 sobre el entrenador de ese momento Didier Luna, quien meses después llegó a un preacuerdo con la Fiscalía, logrando sustituir el delito de “acoso sexual” por el de “injuria por vía de hecho” por el cuál sería declarado culpable (La liga contra el silencio, 2019).

Finalmente tras la pronunciación de las jugadoras y de la opinión pública se generó una repercusión mediática muy importante que llevó a la realización de una Asamblea de la Dimayor, en esta se nombró una comisión de cuatro clubes (Atlético Huila, actual campeón de la Liga y de la Copa Libertadores femenina; Independiente Santa Fe, campeón de la primera edición de la Liga; América de Cali y Cortuluá), Coldeportes (actualmente Ministerio del

Deporte) y algunas futbolistas profesionales, esta comisión estudiaría la realización de la Liga Profesional Femenina y trabajarían en el desarrollo de la misma para iniciar en el mes de agosto (Villamizar, 2019).

Niño (2022) informó que a partir de la edición del 2019 comenzó a disminuir la participación de equipos con solamente 20 inscritos, esto redujo la cantidad de equipos por primera vez desde el inicio de la liga y supuso un reto grande dado que se esperaba contar con más clubes y, por el contrario, se redujo la cantidad de equipos con los que ya se contaba. Moreno (2024) afirma que esta situación se debió a que algunos de los clubes no contaron con el presupuesto necesario para unirse a esta edición de la liga.

Fukuda, et al. (2022) mencionan que la inconsistencia en el número de equipos da paso a que se desencadenen más problemáticas como la disminución del número total de partidos y con ello la reducción en el tiempo de duración de la liga. Esta situación afecta directamente en las condiciones laborales de las futbolistas, en palabras de Fukuda, et al., (2022) aseguran que se convierte en una profesión insostenible debido a los términos y la corta duración de los contratos que los clubes les ofrecen a las jugadoras.

El club América de Cali fue campeón en esta edición de la Liga Águila Femenina 2019 tras derrotar 3-2 (global) a Independiente Medellín en el Estadio Atanasio Girardot, este compromiso contó con un aforo de 28.263 personas que se dieron cita para presenciar un espectáculo digno de una final de fútbol femenino profesional (Sierra, 2019).

En el mes de diciembre tras la finalización de la competencia, la Asociación Colombiana de Futbolistas Profesionales (ACOLFUTPRO) denunció que “el canal WIN SPORTS transmitió

un partido por fecha de las Fases I y II del torneo. En semifinales, transmitieron solamente los dos partidos de vuelta. Las dos finales (ida-vuelta) también fueron televisadas” lo que corresponde al 19% del total de los partidos de la Liga transmitidos (ACOLFUTPRO, 2019, p. 10). Asimismo, el 77 % de los partidos se programaron entre las 10 a. m. y las 4 p. m., lo que dificultó que la gente pudiera ver los encuentros y asistir a los estadios, lo que afectó negativamente en la popularización y promoción del fútbol femenino, limitando su visibilidad y afectando su crecimiento (ACOLFUTPRO, 2019).

Liga Femenina BetPlay 2020

Según comentó AS Colombia (2020) el Ministerio del Deporte a través del ministro Ernesto Lucena, confirmó la entrega de 1.500 millones de pesos para el desarrollo de la liga ante la falta de recursos económicos a raíz de la pandemia del Covid-19, este dinero estaría destinado para temas de logística según afirmó el ministro del Deporte. Esta situación algún tiempo después entraría en investigación por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) a la Dimayor, la Federación Colombiana de Fútbol y 29 clubes profesionales por presunta cartelización en la liga femenina, uno de los motivos fue la no utilización completa del dinero entregado por el gobierno para el desarrollo de la competencia (SIC, 2023).

Caracol Radio (2020) informó que debido a la pandemia en la edición de 2020 se redujo significativamente el número a 13 equipos, estos estuvieron divididos en 3 grupos los cuales estarían separados de manera zonal, un ejemplo de ello fue la inclusión de todos los clubes de la capital en el grupo A (Millonarios, Equidad, Santa Fe, Fortaleza y Llaneros), asimismo con esta reducción de equipos la competencia duró solamente 2 meses entre octubre y diciembre,

disminuyendo nuevamente la cantidad de partidos, la calidad de las plantillas y por consiguiente obteniendo menor visibilización de la competencia.

Por el lado de los medios de comunicación se daría el nacimiento del canal Win Sports+, un canal premium que según su presidente Jaime Parada (2020) “tendrá 24 horas de contenido relacionado con el fútbol, femenino y masculino, 80% del contenido será en vivo y vamos a tener cinco nuevos programas” (Neira, 2020). En esa misma línea y reafirmando el compromiso Jorge Enrique Vélez (2020) presidente de la Dimayor aseguró qué: “El nuevo canal ayudará al desarrollo del fútbol colombiano al recibir mayores ingresos, pues somos entidades privadas que necesitamos ser rentables” (Neira, 2020).

Finalmente, las leonas de Independiente Santa Fe lograron coronarse como las primeras bicampeonas tras derrotar 4-1 (global) en el Estadio Nemesio Camacho “El Campín” al club América de Cali, este compromiso no tuvo asistencia de público debido a la emergencia sanitaria del Covid-19 (Díaz, 2020).

Liga Femenina BetPlay 2021

En el 2021 se presentó la participación más baja en la historia de la competición con 11 clubes, este año se jugaron tan solo unas pocas semanas, aproximadamente desde mediados de julio hasta las primeras semanas de septiembre (Niño, 2022). Ante esta situación se pronunciaron inconformes algunas de las jugadoras colombianas referentes del rentado internacional, así como de la Selección Colombia, cómo el caso de Yoreli Roncón (Inter de Milán), Isabela Echeverri y Natalia Gaitán (ambas en Sevilla), esta última manifestó mediante su cuenta de Twitter qué:

“Es muy difícil que en un mes y medio las jugadoras alcancen su máximo nivel de rendimiento. Es muy difícil que en un mes y medio se logre atraer al máximo de espectadores. Es muy difícil que los patrocinadores se sumen con un producto que solo dura un mes y medio” (Gaitán, 2021)

Para ese momento según AS Colombia (2021) el presidente de la División Mayor del Fútbol Colombiano, Fernando Jaramillo, en dialogo con El Alargue de Caracol Radio, afirmó que la razón de esta situación se debía a la escasez de recursos en temas de patrocinios a raíz del golpe económico de la pandemia, sin embargo, Jaramillo insistió en resaltar el compromiso de la Dimayor con el fútbol profesional femenino e invitó a los clubes a darle garantías a las jugadoras.

Algunos días después volvería a tocarse el tema por parte del Ministerio del Deporte respecto al dinero (1.500.000.000 COP) entregado para el desarrollo de la Liga Femenina en el 2020, Ernesto Lucena mediante su cuenta de Twitter publicó una carta de la FCF en que se reconocía la no utilización del dinero completo y además la devolución del mismo, desatando una polémica mediática en redes sociales y en la opinión pública respecto al por qué no se dio la utilización de los recursos económicos en su totalidad (AS Colombia, 2021).

Tras esta situación la Dimayor afirmó mediante su presidente Fernando Jaramillo que habían recibido los 1.500.000.000 COP de parte del Ministerio del Deporte, sin embargo, debido al retraso en la firma de uno de los convenios se vieron en la obligación de devolver una parte del dinero y asumir aproximadamente 600.000.000 COP de su bolsillo para completar la inversión total pactada con anterioridad, dejando un sin sabor en la opinión pública y ante las entidades reguladoras (Infobae, 2021).

Por otro lado, atendiendo a la denuncia de ACOLFUTPRO respecto a la transmisión de los partidos el año anterior, Win Sports (2021) anunció en el mes de julio previo al inicio de la competencia que los 56 partidos de la Liga Femenina BetPlay Dimayor 2021 serían transmitidos en su totalidad por primera vez en su historia, 26 por televisión y 30 por las diferentes plataformas digitales, esto se dio gracias a una alianza entre Cerveza Águila, Dimayor y Win Sports. Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor sostuvo: “Nosotros estamos comprometidos con el Fútbol Femenino en Colombia...Es un esfuerzo de todos por amplificar las transmisiones y así poder masificar las audiencias y llegar a todos los grupos de interés que tiene esta disciplina (...)” (Win Sports, 2021).

El campeonato de esta edición fue para Deportivo Cali que se enfrentó a Independiente Santa Fe en las finales y lograron salir victoriosas tras imponerse 6-1 (global) a las leonas que venían de ganar el título el año anterior, primer título para las caleñas tras su tercera participación consecutiva en la competencia, premiando el proceso y el proyecto deportivo de la institución (Niño, 2022).

Liga Femenina BetPlay 2022

AS Colombia (2022) comentó que la principal novedad en el campeonato del 2022 fue el cambio en el formato de juego, haciendo la transición de la fase de grupos a una fase de todos contra todos, en la cual se enfrentarían los 17 equipos inscritos confirmando el regreso de algunos clubes que habían estado en ligas anteriores, además los dos finalistas obtendrían un cupo a la Copa Libertadores Femenina Ecuador 2022.

“El principal problema del Fútbol Profesional Colombiano Femenino es la visibilidad. Algunos medios de comunicación lo impulsan con la transmisión de partidos buscando dar a la liga la misma importancia que se tiene en su par masculino, sin embargo, tanto jugadores como periodistas están de acuerdo en que esto no es suficiente” (Villamarín y Moncayo, 2022).

En esta edición de la liga las nuevas bicampeonas serían las escarlatas de América de Cali, quienes tras derrotar 3-1 al Deportivo Cali en el estadio Pascual Guerrero en el partido de vuelta de la final, se consagraron con su segundo título tras el obtenido en 2019 contando con la asistencia de 37.100 personas en aquella tarde (Dimayor, 2022). Adicionalmente, minutos antes del pitazo inicial el presidente Fernando Jaramillo anunció junto al ministro del Deporte Guillermo Herrera el aval para la realización de la Liga Femenina BetPlay Dimayor II – 2022, la cual nunca vio la luz (Dimayor, 2022).

Al pasar del tiempo las jugadoras profesionales denunciaron la falta de garantías y diferentes problemáticas que acogen al fútbol femenino. Un ejemplo de la inconformidad de las jugadoras con las directivas de la Dimayor sucedió en la Copa América Femenina Colombia 2022, aquel 8 de julio la Selección Colombia Femenina se enfrentó en la ciudad de Cali ante la Selección de Paraguay en el estreno de la tricolor en la competición, sin embargo, durante los actos protocolarios mientras sonaba el himno nacional, las colombianas alzaron sus dos brazos al cielo como gesto de protesta ante el incumplimiento de la Dimayor de la realización de la Liga Profesional Femenina en la segunda mitad del año (Vallejo, 2022).

En respaldo de esta situación, emergieron referentes como Vanessa Córdoba, guardameta de la Selección Colombia Femenina, actual jugadora de Atlético Nacional e hija del portero

colombiano Oscar Córdoba, que publicó un video el día del partido en su cuenta de X (antes Twitter), donde aparecían una tras otra las jugadoras del combinado nacional alzando sus brazos en protesta, con el titular: ‘‘Esta es mi Selección. Merecemos vivir nuestra profesión dignamente’’ sostuvo Córdoba (2022).

Liga Femenina BetPlay 2023

Infobae (2023) informó que en la séptima edición la Liga Profesional Femenina 2023 se contaría con la participación de 17 equipos, esto repitiendo el quorum del año anterior, además, se mantendría el formato de todos contra todos y por jornada uno de los clubes descansaría.

En ese momento según cuenta Infobae (2023), Ramón Jesurún presidente de la Federación Colombiana de Fútbol (FCF en adelante) en declaraciones a la periodista Julie Torres en el marco del torneo de selecciones femeninas sudamericanas más importante, argumentó que la mayoría de los clubes no contaban con el flujo de caja ni el presupuesto para un torneo en el segundo semestre del año, a pesar de ello, Jesurún aseguró ‘‘con toda seguridad y con toda la seriedad del caso, que la Liga Femenina a partir del año entrante será de un año entero’’, una promesa a la cual no le fue fiel.

Beltrán (2023) menciona que esta edición la final se jugó en el Pascual Guerrero de Cali, dónde las leonas de Independiente Santa Fe se consagraron por tercera vez como las campeonas de la Liga Femenina BetPlay 2023 ante aproximadamente 20 mil espectadores tras superar a las escarlatas de América de Cali. Independiente Santa Fe ganó 2-0 en Bogotá y se llevó la ventaja para el partido de vuelta en Cali, donde América no logró darle vuelta al resultado y finalizó 0-0

el partido, dejando como campeonas a las leonas y nuevamente se convertirían en el equipo más ganador con tres títulos de liga (Beltrán, 2023).

Ascencio (2023) señaló que la duración del torneo y la formalización de los contratos estuvieron condicionadas por la falta de patrocinadores, los cuales, según Jaramillo, no llegaron debido a la ausencia de un retorno económico, esto generó un círculo vicioso que obstaculizó el crecimiento de la liga. Además, la difusión mediática fue limitada, ya que solo se transmitió un partido por fecha a través de Win Sports +, mientras que los demás se emitieron por YouTube con varias restricciones, asimismo muchos partidos se jugaron a puerta cerrada y algunos coincidieron con la Liga masculina, como parte de dobles jornadas (Ascencio, 2023).

ACOLFUTPRO (2023) en su informe de balance final de la liga del 2023 señaló que las futbolistas en Colombia enfrentaron grandes obstáculos, siendo uno de los principales la corta duración del torneo, que en su fase general no superó los cuatro meses, esto obligó a muchas jugadoras a buscar otras opciones laborales, lo que en muchos casos las alejó del fútbol. Además, no todos los clubes formalizaron contratos con todas las jugadoras inscritas, ya que el reglamento del torneo no lo exigía, gracias a los informes de ligas pasadas se pudo confirmar que esta situación se venía presentando en años anteriores (ACOLFUTPRO, 2023).

Por otra parte, en septiembre de 2023, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC, 2023) abrió una investigación contra la DIMAYOR, la Federación Colombiana de Fútbol y 29 clubes por presunta cartelización en la liga profesional femenina, esta medida respondía a la posible implementación de un sistema que habría obstaculizado el desarrollo del fútbol profesional femenino en Colombia. Entre las prácticas anticompetitivas detectadas, SIC (2023)

destacó la supuesta fijación de una tabla de salarios, la cual limitaba los ingresos de la mayoría de las jugadoras profesionales a un rango entre el salario mínimo y un tope de \$4.500.000, y de llegar a confirmarse dichas irregularidades, la Superintendencia de Industria y Comercio podría imponer multas significativas, llegando hasta los \$116.000.000.000 por cada infracción cometida por las personas jurídicas involucradas (SIC, 2023).

En cuanto al nivel futbolístico, ACOFUTPRO (2023) destacó que la Liga Femenina BetPlay 2023 mostró un gran potencial, como lo evidenció la masiva asistencia a los partidos de la final entre Santa Fe y América, demostrando la capacidad económica que los clubes podían haber aprovechado si se les hubiera dado un verdadero impulso, con horarios adecuados, mayor difusión y oportunidades para que el público asistiera a los estadios. Las futbolistas entregaron lo mejor de sí en cada encuentro, y sus representantes abogaron por recursos estructurales y sostenibles que permitieran el desarrollo del fútbol femenino a largo plazo (ACOLFUTPRO, 2023).

Liga Femenina BetPlay 2024

El Espectador (2024) comentó que la Liga Femenina BetPlay 2024 incluiría la participación de 15 equipos, lo que representó una disminución de dos clubes en comparación con el año anterior, además, se extendería durante seis meses es decir del 17 de febrero al 18 de agosto, dos meses más que la edición previa. El formato del campeonato consistiría en un todos contra todos, seguido de cuadrangulares entre ocho equipos para definir a los dos finalistas del torneo, por lo tanto, los partidos se jugarían tanto entre semana como los fines de semana, y los

clubes tendrían la posibilidad de inscribir hasta cuatro jugadoras extranjeras (El Espectador, 2024).

Respecto al calendario Ariza (2024) afirma que aquella edición sería “la primera liga que llegará a los seis meses de duración porque lo más amplio de tiempo fueron cuatro meses, entre 2019 y 2022 los certámenes no pasaban de los tres meses y las futbolistas exigían un campeonato con mayor tiempo para trabajar”.

Jaramillo mencionó que se estaban llevando a cabo esfuerzos para proporcionar mayor estabilidad a la Liga Femenina, con el objetivo de hacerla autosostenible, además, se esperaba continuar trabajando en el ámbito comercial para encontrar empresas que respaldaran el fútbol femenino (El Espectador, 2024).

Con una inversión de 4.700 millones de pesos, el Ministerio del Deporte (2024) afirmó que respaldó la organización de la Liga Femenina BetPlay 2024, un paso importante hacia el fortalecimiento del fútbol femenino en Colombia. La final, celebrada el 16 de agosto en el estadio El Campín, fue un claro reflejo de esfuerzo y compromiso, donde Deportivo Cali se consagró campeón al vencer 2-0 a Independiente Santa Fe, logrando así su segundo título en la historia del torneo (Ministerio del Deporte, 2024).

Según el Ministerio del Deporte (2024) la liga contó con la participación de 15 equipos que disputaron un total de 131 partidos, marcando un récord en la historia del fútbol femenino colombiano, este apoyo financiero no solo garantizó el transporte y alojamiento para los equipos y árbitros, sino que también proporcionó tecnología para monitorear y mejorar el rendimiento de

las jugadoras tanto en competencias como en entrenamientos. Así, el Ministerio del Deporte no solo contribuyó a crear una estructura sólida para el desarrollo del deporte femenino, sino que también promovió la igualdad de oportunidades, brindando a las mujeres una plataforma para destacarse en el ámbito deportivo (Ministerio del Deporte, 2024).

Moreno (2024) asevera qué la historia del fútbol femenino en Colombia se caracteriza por la perseverancia, la determinación y los logros alcanzados, pues a medida que las jugadoras rompen barreras y dejan su huella en el terreno de juego, el fútbol femenino se establece como un componente esencial de la cultura deportiva en el país. Este crecimiento ha sido impulsado por el compromiso de las futbolistas y su lucha por obtener el reconocimiento que merecen, lo que ha llevado a que este deporte gane cada vez más relevancia en la sociedad colombiana (Moreno, 2024).

Resultados

Inicialmente desde el ejercicio como investigador reconozco la escasez de material acerca del fútbol femenino en Colombia, resaltando la ausencia de cubrimiento por parte de los medios de comunicación nacionales acerca de esta rama del deporte y evidenciando así, un problema en la comunicación, difusión y visibilización por parte de los medios, no obstante, mediante una investigación exhaustiva sobre el tema en distintas bases de datos fue posible recoger las muestras discursivas mediáticas pertinentes para el buen desarrollo de la investigación.

Se llevó a cabo la generación de la transcripción de los discursos analizados (*Transcripción de los discursos 2021-2024, Anexo #6*) para disponer de las declaraciones en texto, lo que facilitó en mayor medida su análisis e interpretación, este ejercicio permitió la creación de un documento

externo, en el cual se puede consultar estas transcripciones para tener un mejor entendimiento del análisis del discurso y de las interpretaciones realizadas por el investigador.

Análisis crítico de los discursos (A.C.D.) de Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor (2021-2024)

Con el propósito de realizar un análisis riguroso de los discursos mediáticos del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, en distintos medios de comunicación, y de identificar la posible existencia de dinámicas de poder, exclusión y manipulación, se elaboró una tabla (*Matriz de interpretación, Anexo #4*), en esta matriz se organizaron de manera compacta los resultados del análisis de los discursos, presentando un resumen conciso de los aspectos más relevantes de cada discurso a partir de las tres categorías de análisis que se emplearon.

Discurso #1: Fernando Jaramillo: "Es corto el torneo femenino pero hecho con esfuerzo" (2021)

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=JP5X7IUGMbM>

Caracterización del discurso: Esta entrevista que le hace programa “El Alargue” de Caracol Radio al presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, llega en el contexto previo al inicio de la Liga Femenina BetPlay 2021 en dónde las jugadoras profesionales y la opinión pública estaban quejándose debido a la corta duración de la liga (2 meses). Ante la repercusión mediática de la noticia el presidente salió a dar explicaciones y las razones por las cuales se llegó a tomar esta decisión de reducir la competencia a un menor tiempo.

Poder simbólico de los medios de comunicación (Manipulación): Los medios de comunicación juegan un papel crucial en dar visibilidad a las problemáticas sociales y deportivas, como se observa en la entrevista de Caracol Radio a Fernando Jaramillo (El Alargue, 2021). Según Van Dijk (2002), los medios poseen un poder simbólico significativo al seleccionar y enmarcar temas, influyendo en la percepción pública y la agenda política, en este caso, el periodista insiste en la corta duración del torneo y las condiciones laborales de las jugadoras, visibilizando estas preocupaciones y legitimándolas en la esfera pública. El periodista al preguntar sobre "la duración de lo que es la Liga Femenina" y señalar que "las muchachas quieren mayor competencia", está resaltando la insatisfacción pública ante la situación de la liga y la necesidad de cambios y soluciones por parte de Fernando Jaramillo (El Alargue, 2021).

Van Dijk (1994) destaca que los medios no solo informan sobre la realidad, sino que la construyen. La cobertura mediática de las declaraciones de figuras como Natalia Gaitán amplifica las críticas hacia la gestión de la Dimayor, presionando a las autoridades a responder de manera más efectiva. La insistencia del periodista en "¿cómo hace una futbolista para mantener un buen nivel en tan corto tiempo?" (El Alargue, 2021), subraya la percepción de que las condiciones actuales son insuficientes y requieren atención por parte de la Dimayor, quienes son los responsables de proponer y encontrar soluciones ante las problemáticas que se generaron según Jaramillo por la pandemia.

Por otro lado, Van Dijk (2005) define la manipulación como una forma de abuso de poder discursivo que influye en la cognición de los receptores, llevándolos a aceptar creencias o comportamientos que benefician a quienes tienen el poder. En el discurso se pueden identificar

varias estrategias de manipulación, una de ellas es la justificación de las limitaciones del torneo, atribuyéndolas a la pandemia y factores externos: "Hemos hecho un gran esfuerzo para mantener el fútbol femenino, y yo sé que es limitado, pero tenemos que tener en cuenta, que tenemos Copa Libertadores en marzo y Copa Libertadores nuevamente en septiembre" (El Alargue, 2021), esta táctica busca desviar la responsabilidad y minimizar las críticas sobre la gestión de la organización.

Otra estrategia de manipulación puede ser la construcción de una imagen positiva de la Dimayor, esto se genera cuando Jaramillo enfatizó en el compromiso y esfuerzo de la organización con el fútbol femenino, diciendo: "cuenten con el apoyo de la DIMAYOR y el mío, sobre todo, para el fútbol femenino" (El Alargue, 2021). Van Dijk (1994) señala que este tipo de discurso puede influir en la cognición social, llevando a la audiencia a percibir a la Dimayor como una entidad que a pesar de las dificultades, sigue apoyando al fútbol femenino, asimismo, también minimizó las críticas al enmarcar las limitaciones del desarrollo de la Liga como inevitables con esta frase: "lo que tenemos en este momento es lo mejor que podemos hacer, con las limitaciones internacionales que tenemos y con las limitaciones también de recursos" (El Alargue, 2021).

El contexto en el que se desarrolló el discurso de Jaramillo incluyó la participación de solamente 11 clubes y la corta duración del torneo (julio a septiembre), reflejando un escenario de escasos recursos y apoyo, esta situación generó críticas tanto de jugadoras como de la opinión pública. Además, se suma la polémica sobre la devolución de parte de un dinero entregado por el Ministerio del Deporte lo cual agrava la percepción de mala gestión. Anteriormente, Jaramillo mencionó que debido al retraso en la firma de uno de los convenios se vieron en la obligación de devolver una parte del dinero y asumir aproximadamente 600'000.000 millones de su bolsillo, de

alguna manera tratando de justificar la situación y evadiendo la responsabilidad de la buena gestión, inversión y gastos de estos recursos gubernamentales para respaldar al fútbol femenino (Infobae, 2021).

La transmisión de todos los partidos del torneo por Win Sports se presentó en aquel año como un avance significativo, pero la limitación temporal del torneo puede afectar la percepción de este logro. La insistencia de Jaramillo en el compromiso de la Dimayor con el fútbol femenino, a pesar de las críticas y limitaciones, puede ser interpretada como una estrategia de manipulación para contrarrestar las críticas y resaltar aspectos positivos. Jaramillo aseguró: "Nosotros estamos comprometidos con el fútbol femenino en Colombia...Es un esfuerzo de todos por amplificar las transmisiones y así poder masificar las audiencias" (El Alargue, 2021), con esto estaría buscando presentar una imagen de progreso y dedicación en su labor en la presidencia tras su reciente llegada en 2020.

En conclusión, el análisis del discurso de Fernando Jaramillo revela cómo se utilizan estrategias discursivas para manejar la percepción pública y justificar las limitaciones del torneo femenino. Los conceptos de poder simbólico y manipulación de Van Dijk ayudan a entender cómo los medios de comunicación y los discursos oficiales desde la presidencia de la Dimayor interactúan para construir realidades sociales y gestionar la opinión pública en torno al fútbol femenino en Colombia.

Violencia simbólica desde Pierre Bourdieu (Exclusión): Pierre Bourdieu (2012) define la violencia simbólica como una forma de coerción ejercida de manera sutil, donde los dominados internalizan estructuras de dominación que parecen naturales. En el discurso del presidente, esta

forma de violencia se puede observar cuando justifica las limitaciones del torneo femenino al atribuirlos a factores externos: "Hemos hecho un gran esfuerzo para mantener el fútbol femenino, y yo sé que es limitado, pero tenemos que tener en cuenta, que tenemos Copa Libertadores en marzo y Copa Libertadores nuevamente en septiembre" (El Alargue, 2021), con esta afirmación buscó minimizar las críticas y se normaliza la precariedad, presentando las restricciones del desarrollo de la liga como inevitables y justificadas a factores externos que se salen del control de la organización.

Jaramillo también dice: "las jugadoras tienen toda la razón en la inquietud que tienen en cuanto a su entrenamiento, en cuanto a su continuidad, pero lo que tenemos en este momento es lo mejor que podemos hacer, con las limitaciones internacionales que tenemos y con las limitaciones también de recursos" (El Alargue, 2021), esto se puede interpretar como una búsqueda de que las jugadoras y la audiencia acepten las condiciones actuales sin cuestionarlas, internalizando la idea de que estas limitaciones son razonables y justas, en otras palabras difunde la idea de que no hay nada más que se pueda hacer. Desde lo propuesto por Bourdieu (2012) este tipo de aceptación se puede reflejar en cómo la violencia simbólica se manifiesta en la internalización de las estructuras de poder.

El concepto de exclusión en Bourdieu (2012) se refiere a la marginación de ciertos grupos sociales de los espacios y recursos que permiten el acceso al capital social, económico y cultural. En el fútbol femenino colombiano, las limitaciones de la liga y la falta de recursos económicos, salarios y patrocinios, son formas de exclusión que perpetúan la desigualdad existente en relación con el fútbol masculino.

Jaramillo mencionó: "¿Por qué tiene que pagar el fútbol femenino? Es una inquietud absolutamente válida, y estoy tratando y trabajando duro para conseguir más recursos para el fútbol femenino" (El Alargue, 2021), sin embargo, al presentar las restricciones como inevitables y enfatizar los esfuerzos hechos, se minimiza la responsabilidad de la Dimayor y se diluye la percepción de injusticia, asimismo la exclusión también se manifiesta en la precariedad laboral de las jugadoras, al afirmar que: "las jugadoras tienen toda la razón en la inquietud que tienen... pero lo que tenemos en este momento es lo mejor que podemos hacer" (El Alargue, 2021).

Por otro lado, la devolución parcial del dinero del Ministerio del Deporte también generó polémica y desconfianza hacia la gestión de la Dimayor y aunque el presidente mencionó la transmisión de los partidos como un avance: "Nosotros estamos comprometidos con el fútbol femenino en Colombia...es un esfuerzo de todos por amplificar las transmisiones y así poder masificar las audiencias" (El Alargue, 2021), esta afirmación pareció ser más un intento de mitigar y desviar las críticas, que una solución efectiva ante la exclusión y marginalización del fútbol femenino y sus jugadoras al ser destinadas a no tener ni siquiera un espacio en los medios de comunicación para la difusión de sus partidos.

El análisis de este discurso de Fernando Jaramillo empleando los conceptos de violencia simbólica y exclusión de Bourdieu (2012) revela cómo de cierto modo las estrategias discursivas del presidente pueden permitir perpetuar estructuras de dominación y marginación. La violencia simbólica se manifiesta en la justificación y naturalización de las limitaciones que tienen para el óptimo desarrollo de la liga femenina, mientras que la exclusión se evidencia en la precariedad y marginalización de las jugadoras, por lo tanto, este análisis subraya la importancia de cuestionar y

desafiar las narrativas discursivas de figuras de poder que buscan normalizar y justificar la desigualdad en el deporte y otras áreas sociales.

El poder del discurso desde Jesús Martín Barbero (Poder):-Según Jesús Martín-Barbero (1978), los medios de comunicación no solo transmiten información, sino que también son espacios donde se legitiman y reproducen relaciones de poder. En este sentido, las intervenciones del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, durante la entrevista en El Alargue de Caracol Radio revelan cómo el discurso institucional en torno al fútbol femenino está marcado por una narrativa de limitaciones estructurales y financieras, lo cual contribuye a perpetuar una visión marginalizada del deporte femenino en comparación con el masculino.

Al analizar la afirmación del presidente al decir que "hemos hecho un gran esfuerzo para mantener el fútbol femenino..." (El Alargue, 2021), se evidencia cómo utiliza su poder discursivo para validar las acciones de la Dimayor y presentarlas como un esfuerzo loable, a pesar de las críticas y limitaciones en el desarrollo de la liga femenina; esta declaración busca establecer una narrativa en la que la Dimayor aparece como una entidad comprometida con el fútbol femenino, respaldando su autoridad y legitimidad en el ámbito deportivo.

Asimismo, Jaramillo ejerce su poder discursivo al influir en la construcción de percepciones sobre las limitaciones de la liga femenina, al afirmar que "lo que tenemos en este momento es lo mejor que podemos hacer..." (El Alargue, 2021), está delineando una visión en la que las restricciones del campeonato se presentan como inevitables y justificadas dadas las circunstancias, por ende, se percibe que esta narrativa busca moldear la opinión pública y

desalentar el cuestionamiento sobre las decisiones de la Dimayor, perpetuando así su hegemonía y poder en el ámbito del fútbol colombiano.

Jaramillo, al explicar la corta duración de la liga femenina, menciona: "Tenemos Copa Libertadores en marzo y Copa Libertadores nuevamente en septiembre. Es por eso, básicamente, la duración tan corta de este campeonato" (El Alargue, 2021). Esta afirmación refleja lo que Barbero (1978) señala como el uso del discurso institucional para justificar decisiones que afectan a sectores menos privilegiados, aquí se ve cómo los intereses internacionales prevalecen, minimizando las necesidades del fútbol femenino, lo cual es una manifestación del poder simbólico que los medios y las instituciones ejercen sobre ciertos grupos, en este caso, las mujeres futbolistas.

Además, cuando Jaramillo dice: "¿Por qué tiene que pagar el fútbol femenino? Es una inquietud absolutamente válida" (El Alargue, 2021), está reconociendo la subordinación del fútbol femenino dentro del sistema deportivo, pero sin ofrecer soluciones estructurales claras, perpetuando la idea de que este deporte es una "cenicienta", como él mismo lo expresa. Este tipo de discurso, visto desde la postura de Barbero (1978), refleja las dinámicas de exclusión y violencia simbólica, donde ciertos sectores no son priorizados ni reconocidos plenamente dentro del sistema mediático y deportivo.

También, la manera en que Jaramillo discute el valor del fútbol femenino refleja la violencia simbólica que Barbero (1978) describe, al mencionar que "los equipos tienen que estar convencidos de que el fútbol femenino no es un costo, sino una inversión" (El Alargue, 2021), introduce una lógica de mercado que, aunque aparentemente promueve el desarrollo del fútbol

femenino, en realidad lo subordina a las dinámicas del capital y el retorno de inversión, por ende, esta retórica reduce el valor del deporte femenino a términos comerciales, dejando de lado su importancia cultural, social y simbólica. Como señala Barbero (1978), esta mercantilización del discurso refuerza las estructuras de poder que limitan el acceso y la visibilidad de las mujeres en los espacios mediáticos y deportivos, perpetuando las mismas dinámicas que intentan ser justificadas en nombre de la "sostenibilidad" y la "competitividad" del deporte.

El discurso de Jaramillo también resalta una forma de naturalización de las limitaciones estructurales del fútbol femenino a través de la insistencia en la falta de recursos y apoyo financiero, esto al afirmar que "los recursos no han sido fáciles, en momentos muy difíciles" (El Alargue, 2021), pues el presidente sitúa la precariedad del fútbol femenino dentro de un contexto externo de crisis económica, sin cuestionar las estructuras de poder que perpetúan esta desigualdad. Como señala Barbero (1978), este tipo de justificación se inserta en un proceso de legitimación del poder donde se normalizan las condiciones desfavorables para ciertos grupos, en lugar de cuestionar el orden existente, es decir que la constante alusión a las dificultades económicas desvía el foco de la falta de voluntad política o de compromiso estructural con el desarrollo de las ligas femeninas, reforzando así la subordinación de este espacio deportivo frente al fútbol masculino.

Discusión: Dada la repercusión mediática, en redes sociales y la inconformidad de la jugadoras profesionales por la corta duración de la liga, el presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo se vio en la obligación de acudir a los medios de comunicación para esclarecer el panorama de la situación y dar el punto de vista de la organización que rige, evidenciando una

falta de recursos económicos y manifestando que se trabaja con lo que se tiene a disposición para sacar adelante el fútbol profesional femenino.

Desde la comunicación se analiza que el presidente apareció en este medio con una actitud de sumisión, agachando la cabeza y dándole la razón a las jugadoras por su inconformidad, sin embargo, según transcurre su discurso cambia su postura a una posición defensiva en la cual adquiere un papel de víctima en dónde refleja que no estuvo en su poder decidir la duración de la competencia y que dados los recursos económicos, la falta de patrocinios, la pandemia y la participación de los clubes en la Copa Libertadores Femenina el desarrollo de esta Liga sería más corto sin opción a cambiar la decisión.

Discurso #2: Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor, habla de la Copa América Femenina | Vicky en Semana (2022)

Enlace: <https://www.youtube.com/live/-q1s6sagiM0>

Caracterización del discurso: En esta entrevista, el presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, aborda diversos temas críticos relacionados con el fútbol femenino en Colombia. A lo largo de la conversación con la periodista de Semana, se destacan varios puntos claves. Uno de los temas más importantes es la cancelación de la Liga Femenina para el segundo semestre de 2022, debido a la baja participación de clubes. Jaramillo explica que, a pesar del compromiso de algunos equipos y del apoyo financiero prometido por el Ministerio del Deporte, solo cinco clubes confirmaron su participación, lo que hacía inviable la organización de un torneo profesional con sentido competitivo. El presidente resalta los desafíos financieros que enfrentan los clubes, que

han tenido dificultades para financiar el fútbol femenino tras la pandemia, y la falta de ingresos por patrocinio, taquilla y derechos de televisión que complican la sostenibilidad de la liga.

Otro punto destacado es la falta de apoyo estructural y mediático al fútbol femenino. Jaramillo menciona la necesidad de romper el "círculo vicioso" en el que no se apoya al fútbol femenino debido a la falta de exposición y retorno financiero, lo que a su vez impide su crecimiento. El presidente señala que no se trata solo de una responsabilidad de la Dimayor, sino que también es necesario un compromiso del sector privado, los medios de comunicación y los hinchas para consolidar el fútbol femenino. A pesar de los obstáculos, Jaramillo insiste en que el fútbol femenino está para quedarse, y que tanto la Dimayor como los clubes están trabajando para mejorar la situación, aunque admite que el camino hacia una liga sólida y competitiva aún tiene desafíos por superar.

Poder simbólico de los medios de comunicación (Manipulación): Jaramillo inicia su argumentación aludiendo a la insuficiencia de clubes participantes: "con cinco clubes que confirmaron participación es imposible hacer una liga" (Revista Semana, 2022), aquí, se observa una manipulación al destacar un hecho específico (la falta de clubes) sin profundizar en las causas estructurales que podrían estar detrás de esta insuficiencia. Desde la postura teórica según Van Dijk (2005), la manipulación es una forma de control mental en la que se seleccionan ciertos aspectos de la realidad para enfatizarlos mientras se ocultan otros.

El presidente reitera el compromiso de la Dimayor con el fútbol femenino: "el compromiso es apoyar el fútbol femenino", sin embargo, este compromiso se presenta como insuficiente frente a las limitaciones económicas (Revista Semana, 2022), dado que Jaramillo desplaza la

responsabilidad a los clubes y al sector privado, sugiriendo que el esfuerzo no puede ser solo de la Dimayor, sino también de estos otros actores. Este desplazamiento de responsabilidad es una estrategia retórica común que, según Van Dijk (2005), sirve para diluir la culpabilidad y desviar la crítica de la organización que él dirige.

En el diálogo, Jaramillo menciona: "tenemos que romper ese círculo vicioso que tenemos de que no se apoya porque no hay retorno de la inversión" (Revista Semana, 2022), esta frase refleja cómo se utiliza el poder simbólico de los medios para naturalizar la inequidad en el fútbol femenino, presentando la falta de apoyo como un problema económico inevitable y no como una cuestión de prioridades y valores institucionales. Según Van Dijk (1994), el poder simbólico se ejerce cuando se establecen ciertas normas y valores como naturales e incuestionables, siendo comparable con la narrativa del presidente en estas declaraciones.

El presidente compara la situación con otros países: "en Brasil por ejemplo no hay liga profesional femenina" (Revista Semana, 2022), este uso de ejemplos internacionales sirve para relativizar la falta de una liga femenina en Colombia, sugiriendo que incluso potencias futbolísticas enfrentan desafíos similares. Este tipo de comparación puede ser visto como una forma de manipulación visto desde la postura de Van Dijk (1994), al seleccionar contextos que justifiquen la situación local comparándose con contextos diferentes y relativamente más avanzados dado su historia y su reputación en el mundo del fútbol.

Jaramillo enfatiza el progreso logrado: "venimos de una liga de 150 partidos...fue muy exitosa" (Revista Semana, 2022), no obstante, al destacar los logros pasados, busca crear una narrativa de progreso que, a pesar de los obstáculos, muestra una evolución positiva, sin embargo,

este énfasis en el progreso puede ocultar las deficiencias actuales y servir para minimizar las críticas presentes. Van Dijk (1994) sostiene que estas estrategias son comunes en los discursos de poder, donde se busca resaltar los logros para disuadir la atención de los problemas actuales que arrastra el fútbol femenino en el país.

El presidente también aborda la posibilidad de realizar una liga mixta para mantener en competencia a los clubes y jugadoras que tienen competencias internacionales: "sería una especie de aficionado pero que los profesionales pudieran jugar" (Revista Semana, 2022), en esta narrativa podemos observar una confusión deliberada entre lo profesional y lo aficionado, lo cual puede diluir las expectativas sobre la calidad y seriedad de la competencia, por ende, esta confusión se puede interpretar como una forma de manipulación desde Van Dijk (1994), ya que busca presentar una solución temporal y menos costosa como una alternativa viable y de alguna manera se estaría desmeritando el profesionalismo de las futbolistas, resignándolas a disputar una liga aficionada que no se sabe si contará con las garantías mínimas de una competencia profesional.

En el discurso, se hace un llamado al orgullo nacional y al apoyo colectivo: "todos queremos locales...anfitriones, ganar la Copa América" (Revista Semana, 2022), en este uso del nacionalismo se evidencia una estrategia de poder simbólico para movilizar el apoyo y justificar decisiones impopulares bajo el pretexto de un bien mayor, según las posturas de Van Dijk (1994), apelar a la identidad nacional es una táctica común para obtener legitimidad y desviar las críticas hacia un objetivo común, pues el patriotismo logra persuadir a la audiencia sobre la realidad del fútbol femenino en el país, colocando su atención en la competencia internacional que se estaba por disputar en el país.

Por último, Jaramillo responde a las críticas internas: "los presidentes tienen que cuidar su negocio y es un negocio para ellos" (Revista Semana, 2022), el presidente al reconocer los intereses económicos de los clubes intenta justificar las decisiones tomadas desde una perspectiva pragmática, sin embargo, desde Van Dijk (2005) esta respuesta también puede ser vista como una forma de manipulación, al presentar las decisiones como inevitables y necesarias dentro del marco económico actual.

En conclusión, el análisis del discurso del presidente de la Dimayor sobre la no realización de la liga femenina en el segundo semestre del 2022 revela cómo se utilizan estrategias de manipulación y poder simbólico para justificar las decisiones y desviar las críticas de la opinión pública que tenía encima en ese momento, estas estrategias reflejan las dinámicas de poder en el fútbol colombiano y cómo se construyen narrativas que naturalizan la inequidad y desplazan la responsabilidad. Según Van Dijk (1994), estas formas de violencia simbólica son fundamentales para entender cómo se perpetúan las estructuras de poder en los discursos públicos.

Violencia simbólica desde Pierre Bourdieu (Exclusión): Bourdieu (2012) define la violencia simbólica como una forma de dominación que se ejerce sobre un grupo social a través de prácticas simbólicas y discursivas, sin recurrir a la coerción física directa, esta violencia se perpetúa mediante la aceptación tácita de estructuras y normas que parecen naturales e incuestionables lo que lleva a la internalización de estas normas por parte de los dominados.

El presidente Jaramillo menciona que "solo cinco clubes confirmaron su participación, lo que hace inviable la realización de la liga" (Revista Semana, 2022), esta narrativa se presenta como una explicación técnica y racional, sin embargo, omite abordar la estructura subyacente que

perpetúa la desigualdad en el apoyo al fútbol femenino, pues al señalar la falta de recursos y compromiso de los clubes, el presidente naturaliza la desigualdad existente, justificando la no realización de la liga como un resultado inevitable de circunstancias externas, esta forma de presentar la situación encubre la responsabilidad estructural de la Dimayor y los clubes en la perpetuación de esta desigualdad.

Además, en el discurso del presidente de la Dimayor enfatiza que el apoyo al fútbol femenino debe ser un esfuerzo compartido entre “directivos, clubes, sector privado y medios de comunicación” (Revista Semana, 2022), al distribuir la responsabilidad de manera amplia, diluye la responsabilidad específica de la Dimayor y de los clubes grandes en particular, quienes tienen mayor capacidad de influencia y recursos económicos; esta estrategia puede interpretarse como un intento de desviar la atención de las críticas específicas hacia una responsabilidad difusa, lo que dificulta la identificación de responsables directos y la demanda de acciones concretas.

El presidente menciona varios obstáculos como la pandemia, la falta de recursos y el escaso apoyo del sector privado. Estos obstáculos son presentados como factores incontrolables que justifican la no realización de la liga, lo que sirve para legitimar el statu quo. No obstante, esta narrativa desactiva cualquier demanda de cambio estructural inmediato, enmarcando la situación como un proceso que llevará tiempo resolver. Al enmarcar estos problemas como externos e inevitables, se refuerza la idea de que las estructuras actuales son adecuadas y que cualquier cambio significativo está fuera de control de la Dimayor.

Asimismo, la referencia a la liga anterior con “150 partidos exitosos” (Revista Semana, 2022) se utiliza para suavizar la crítica actual y resaltar los logros pasados, desviando la atención

del problema presente, esta técnica de destacar éxitos pasados puede ser vista como una forma de mantener la legitimidad y la imagen positiva de la Dimayor, a pesar de las deficiencias actuales, ya que al hacerlo el presidente refuerza una percepción de progreso y compromiso aunque las acciones concretas en el presente no correspondan a dicha narrativa y reflejen lo contrario.

El presidente también comenta que los patrocinadores no ven el mismo retorno de inversión en el fútbol femenino (Revista Semana, 2022), aquí, Bourdieu (2012) podría interpretar esta declaración como una forma de violencia simbólica que refuerza las dinámicas de poder económico. En ese sentido la lógica de mercado se convierte en una herramienta para justificar la desventaja de las mujeres en el fútbol, presentando el retorno financiero como un criterio objetivo y neutral, cuando en realidad refleja y reproduce las condiciones de desigualdad que ya existen. La legitimación de esta perspectiva oculta el hecho de que el acceso al patrocinio está profundamente influenciado por representaciones mediáticas y decisiones institucionales que no otorgan el mismo valor simbólico al fútbol femenino que al masculino. Según Bourdieu (2012), este tipo de argumentos no solo excluyen a las mujeres de los recursos necesarios para competir en igualdad de condiciones, sino que también refuerzan la idea de que las mujeres son intrínsecamente menos rentables en el deporte a nivel económico.

Desde la perspectiva de la violencia simbólica de Bourdieu (2012), el discurso del presidente de la Dimayor actúa para naturalizar y justificar las desigualdades estructurales en el fútbol femenino. Al presentar las razones de la no realización de la liga como técnicas y racionales, se ocultan las dinámicas de poder que perpetúan la desigualdad de género en el deporte. Al enmarcar la falta de recursos y la baja participación de los clubes como obstáculos insalvables, el

presidente contribuye a la aceptación tácita de la marginalización del fútbol femenino. Este proceso de naturalización invisibiliza las decisiones políticas y económicas que perpetúan esta situación.

Finalmente, al señalar que el fútbol femenino está “para quedarse” (Revista Semana, 2022) y que se han hecho esfuerzos significativos, se refuerza la idea de que las acciones actuales son suficientes y adecuadas, desincentivando demandas de cambio más radicales o estructurales. La narrativa de la responsabilidad compartida diluye la capacidad de cuestionamiento crítico hacia actores específicos con mayor poder, legitimando una distribución de responsabilidad que minimiza la agencia de los actores más poderosos en la Dimayor y los grandes clubes.

En conclusión, el análisis del discurso del presidente de la Dimayor, desde la perspectiva de la violencia simbólica de Bourdieu (2012), revela cómo se utilizan narrativas que normalizan las desigualdades y justifican el statu quo en el fútbol femenino. Estas narrativas sirven para desactivar las críticas y perpetuar las estructuras de dominación simbólica, manteniendo la subordinación del fútbol femenino bajo la apariencia de razonabilidad y consenso compartido.

El poder del discurso desde Jesús Martín Barbero (Poder): El poder del discurso, según Jesús Martín Barbero (1978), no solo moldea percepciones y construye realidades, sino que también puede llegar a ser fundamental en el crecimiento y desarrollo del fútbol femenino en Colombia. En este sentido, el discurso del presidente de la Dimayor no solo busca justificar decisiones y acciones, sino que también tiene el potencial de influir en la percepción pública del fútbol femenino y, por ende, en su apoyo y desarrollo (Revista Semana, 2022).

Al presentar el fútbol femenino como una herramienta de transformación social y de empoderamiento para las mujeres, el presidente de la Dimayor "resalta la importancia del fútbol femenino como un instrumento de cambio positivo en la sociedad colombiana" (Revista Semana, 2022), este enfoque no solo puede contribuir a generar mayor interés y apoyo hacia el fútbol femenino por parte de la sociedad colombiana, sino que también puede fomentar la participación de más mujeres en este deporte, tanto como jugadoras como aficionadas.

Además, al destacar la necesidad de encontrar soluciones creativas y colaborativas para superar los desafíos del fútbol femenino en Colombia, el presidente de la Dimayor "llama a la acción conjunta de diversos actores para impulsar el desarrollo de este deporte en el país" (Revista Semana, 2022), esta colaboración multidisciplinaria puede ser clave para desarrollar programas y políticas que impulsen el crecimiento del fútbol femenino en el país, desde la base hasta el nivel profesional.

En este sentido, el poder del discurso no solo radica en la capacidad de persuadir y convencer, sino también en su capacidad de movilizar y generar acciones concretas. Al construir una narrativa positiva y comprometida en torno al fútbol femenino, el presidente de la Dimayor puede catalizar esfuerzos y recursos en favor de este deporte, contribuyendo así a su crecimiento y desarrollo sostenible en Colombia.

Discusión: En ese momento la Dimayor a nivel mediático estaba siendo muy cuestionada por la ausencia de la Liga Femenina en el segundo semestre cómo se había manifestado desde el año anterior, por ende, el presidente Fernando Jaramillo se vio en la necesidad de salir a los medios

a defender su postura respecto al por qué no se realizaría adjudicando la razón principal a la falta de clubes para la realización de la competencia.

Desde el aspecto de la comunicación la desviación de responsabilidad ante la negativa de realizar la liga y adjudicar el problema a la carencia de equipos es una demostración de que su objetivo principal era mantener intachable el nombre de la organización, desviando la culpa a los presidentes de los clubes que no se pronunciaron para realizar la Liga, y manteniendo a la Dimayor y a su persona como defensores primarios del desarrollo de la Liga.

Discurso #3: Fernando Jaramillo / Liga Femenina, apuestas deportivas y cupos internacionales (2023)

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=h7ktTueltg>

Caracterización del discurso: Fernando Jaramillo, es invitado al programa “Tiempo Xtra” del canal regional Telecafé que cubre a los clubes del eje cafetero en Colombia, esta invitación al programa es para hablar sobre tres temáticas puntuales, la que nos concierne es la primera de ellas respecto al proyecto con miras al desarrollo de la Liga Femenina 2024 y la ejecución de la misma, pues la participación de los clubes femeninos se encontraba en veremos dado a la investigación que adelantaba la SIC (2023) sobre la Dimayor, la FCF y 29 clubes profesionales, además, es cuestionado por los recursos económicos y se le pregunta por lo que cuesta llevar a cabo la liga profesional femenina.

Poder simbólico de los medios de comunicación (Manipulación): El presidente de la Dimayor, en su primera intervención expresó: "Paola yo siempre soy optimista por naturaleza, y

creo firmemente en el fútbol femenino, lo he apoyado desde mi llegada a la Dimayor..." (Tiempo Xtra, 2023), esta declaración refleja su intento por proyectar una imagen positiva y mantener el respaldo público de la audiencia respecto a la gestión de la Dimayor, lo que coincide con la noción de Van Dijk (1994) sobre el poder simbólico del discurso para influir en la percepción y comprensión de la realidad a través del convencimiento de una idea a la audiencia mediante una figura de poder.

En relación con la importancia de la inversión económica, Jaramillo destacó: "Se hace hincapié en la importancia de obtener el apoyo de los patrocinadores y del sector privado para el desarrollo del fútbol femenino" (Tiempo Xtra, 2023). Es decir que esta declaración pone de manifiesto su enfoque en los intereses comerciales y económicos, como señala Van Dijk (2005) sobre cómo el poder simbólico de los medios de comunicación puede perpetuar relaciones de dominación al promover ciertas narrativas que benefician a determinados grupos de poder.

Además, el presidente Jaramillo reconoció: "...no solo por el tema económico, sino también por el tema de investigación que tenemos pendiente ante la Superintendencia de Industria y Comercio..." (Tiempo Xtra, 2023). Esta admisión de problemas reales refleja un intento por mantener la credibilidad y la transparencia en la comunicación institucional, aunque la solución propuesta se centra en la obtención de más recursos financieros y garantías legales.

Finalmente, Fernando Jaramillo (Tiempo Xtra, 2023) sostuvo que transmitir los partidos por canales regionales es "...una idea muy buena que ya hemos venido trabajando, yo definitivamente creo que es la manera de darle más divulgación al fútbol femenino...", esta propuesta para aumentar la visibilidad del fútbol femenino a través de la televisión pública refleja

un intento por contrarrestar la falta de visibilidad mediática y romper con el círculo vicioso de la invisibilización, sin embargo, la viabilidad de esta propuesta se ve condicionada por acuerdos comerciales existentes, lo que resalta la influencia del poder económico y la comercialización en la promoción del fútbol femenino. En este sentido, es necesario un enfoque más equitativo y holístico que aborde tanto los aspectos económicos como los socioculturales para promover la igualdad de género en el deporte.

Violencia simbólica desde Pierre Bourdieu (Exclusión): El presidente de la Dimayor emplea un lenguaje optimista para transmitir confianza en el futuro del fútbol femenino, esto se refleja en su aseveración: "Yo siempre soy optimista por naturaleza, y creo firmemente en el fútbol femenino" (Tiempo Xtra, 2023), esta elección lingüística busca proyectar una imagen positiva y optimista de la gestión de la Dimayor y ocultar las dificultades reales que enfrenta el fútbol femenino. Bourdieu (2012) sostiene que la violencia simbólica opera a través de la imposición de una visión del mundo que legitima y naturaliza las desigualdades sociales. En este caso, el discurso optimista del presidente podría interpretarse como un mecanismo para mantener la legitimidad de la institución, a pesar de los desafíos existentes.

Al abordar la importancia de la inversión económica, el presidente destaca: "Se hace hincapié en la importancia de obtener el apoyo de los patrocinadores y del sector privado para el desarrollo del fútbol femenino" (Tiempo Xtra, 2023), esta declaración refleja la priorización de los intereses comerciales y económicos sobre otros aspectos, como la igualdad de género en el deporte. Bourdieu (2012) sostiene que la violencia simbólica se manifiesta a través de la legitimación y naturalización de las estructuras de poder existentes, en este sentido el énfasis de la presidencia de

la Dimayor en la inversión económica como principal solución para promover el fútbol femenino, podría perpetuar y legitimar las desigualdades sociales preexistentes en lugar de cuestionarlas.

Jaramillo reconoció que: "estamos en una situación difícil no solo por el tema económico, sino también por el tema de investigación que tenemos pendiente ante la Superintendencia de Industria y Comercio..." (Tiempo Xtra, 2023) esta admisión de problemas reales refleja un intento por mantener la credibilidad y la transparencia en la comunicación institucional, sin embargo, la solución propuesta se centra principalmente en la obtención de más recursos financieros y garantías legales, lo que perpetúa una visión limitada que no considera otros aspectos fundamentales, para esta situación la falta de un análisis más profundo de las causas estructurales de los problemas del fútbol femenino podría contribuir a la perpetuación de las desigualdades existentes.

El poder del discurso desde Jesús Martín Barbero (Poder): El análisis del discurso desde la perspectiva de Jesús Martín Barbero (1978) sobre el poder del discurso, proporciona una visión profunda de cómo se entrelazan las dinámicas de poder en el ámbito del fútbol femenino, pues a través de su discurso, el presidente emplea estratégicamente elementos lingüísticos para proyectar una imagen positiva de la Dimayor y mantener la confianza del público en la gestión de la institución. Esta estrategia discursiva se alinea con la noción de Barbero (1978) sobre el papel fundamental del discurso mediático en la construcción y consolidación del poder en la sociedad contemporánea.

Al expresar su optimismo acerca del futuro del fútbol femenino, el presidente busca transmitir confianza y seguridad en la dirección que está tomando la Dimayor en relación con esta

disciplina deportiva. En sus palabras: "Yo siempre soy optimista por naturaleza, y creo firmemente en el fútbol femenino" (Tiempo Xtra, 2023), no obstante, la actitud optimista también puede ser interpretada como una forma de ocultar las dificultades y desafíos reales que enfrenta el fútbol femenino en el país y en este sentido, el discurso del presidente estaría ejerciendo una influencia significativa en la percepción pública de la sociedad sobre la realidad deportiva en el país.

El énfasis del presidente en la importancia de la inversión económica y el apoyo de patrocinadores y del sector privado para el desarrollo del fútbol femenino refleja una priorización de los intereses comerciales sobre otros aspectos, como la equidad de género en el deporte. El presidente declaró: "Se hace hincapié en la importancia de obtener el apoyo de los patrocinadores y del sector privado para el desarrollo del fútbol femenino" (Tiempo Xtra, 2023), esta priorización revela cómo el discurso se convierte en una herramienta para legitimar y perpetuar las relaciones de poder existentes en el ámbito deportivo, en línea con la teoría de Barbero (1978) sobre el poder del discurso como una forma de consolidar el poder establecido.

Barbero (1978) sostiene que el discurso mediático se puede considerar como una herramienta clave para la construcción y reproducción del poder en la sociedad contemporánea, esto se ve reflejado en el presidente de la Dimayor, pues su discurso se utiliza para mantener la legitimidad de la institución y consolidar su autoridad a través de sus declaraciones, el presidente también busca mantener el respaldo de la opinión pública a la gestión de la Dimayor y fortalecer su posición en el contexto deportivo nacional.

Sin embargo, la priorización de los intereses económicos sobre otros aspectos, como la equidad de género, también puede contribuir a perpetuar las desigualdades existentes en el deporte.

El presidente mencionó: "la falta de divulgación del fútbol femenino, desde el punto de vista de las transmisiones, pues tampoco son las...digamos no hay divulgación en todo el sentido, ni siquiera los periodistas, tampoco la televisión". Al enfocarse principalmente en la obtención de recursos financieros y el apoyo de patrocinadores, puede pasar por alto la importancia de abordar las barreras estructurales que obstaculizan el avance del fútbol femenino en el país.

El presidente también señala las dificultades que enfrentan los clubes debido a la falta de apoyo financiero y logístico, afirmando que "es difícil conseguir los recursos para jugar esa liga femenina, porque siempre he dicho hay un círculo vicioso, que es no hay mucha divulgación del fútbol femenino" (Tiempo Xtra, 2023), esta afirmación refleja cómo la falta de recursos económicos y de visibilidad mediática perpetúa la exclusión del fútbol femenino, reforzando las dinámicas de poder existentes.

A pesar de las dificultades mencionadas, Jaramillo intentó proyectar una imagen de optimismo y progreso al afirmar que: "Vamos a seguir insistiendo y asegurar desde el punto de vista de lo que significa la logística de la liga, asegurar la liga por lo menos de 8 meses el próximo año" " (Tiempo Xtra, 2023), este énfasis en la persistencia y el esfuerzo refleja una estrategia para mantener el respaldo público y social, con el fin de legitimar la gestión de la Dimayor incluso en un contexto de desafíos negativos, y tras las tantas problemáticas que aquejó el fútbol profesional femenino en ese año.

Finalmente, es crucial reconocer que el poder del discurso mediático, como argumenta Barbero (1978), reside en su capacidad para influir en la percepción pública y construir realidades sociales. El discurso del presidente de la Dimayor no solo refleja las dinámicas de poder en el

fútbol femenino, sino que también contribuye a moldearlas y perpetuarlas. Por lo tanto, es esencial un análisis crítico de estos discursos para promover una mayor equidad y justicia en el ámbito deportivo.

Discusión: En esta ocasión el presidente de la Dimayor fue cuestionado por una periodista en el programa "Tiempo Xtra" acerca de cómo se encuentra el proceso con miras al desarrollo de la Liga Femenina en 2024, el presidente se muestra muy optimista respecto al desarrollo de esta, sin embargo, en todo momento resalta los obstáculos económicos y estructurales que posee la ejecución de la competencia, su discurso denota positivismo, pero en el trasfondo es consciente que es un reto complejo y transmite ese miedo a la audiencia.

En su discurso el presidente Jaramillo manifiesta que se le debe dar más divulgación al fútbol femenino mediante los canales de televisión, sin embargo, manifiesta que se reunirá con los dueños de los derechos (Win Sports) para buscar maneras de alcanzar esta meta.

Discurso #4: Dimayor sobre la Liga femenina: “Es falso que no hemos recibido apoyo del Gobierno” (2024)

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=JP5X7IUGMbM>

Caracterización del discurso: En esta entrevista, Fernando Jaramillo discute diversos aspectos del fútbol colombiano, enfocándose en el desarrollo del fútbol femenino y los retos que enfrenta este sector. La conversación aborda la situación financiera de los clubes, los derechos de transmisión, las estrategias de crecimiento y el compromiso de la Dimayor con el fútbol femenino. Jaramillo menciona las dificultades económicas y la falta de infraestructura, señalando

que, aunque existen avances, todavía hay mucho por mejorar en términos de igualdad de condiciones respecto al fútbol masculino.

El tono del discurso es formal y defensivo, buscando justificar las acciones y decisiones tomadas por la Dimayor en torno al fútbol femenino. Jaramillo también recalca el esfuerzo de la organización por ampliar la visibilidad y las oportunidades para las jugadoras, pero, al mismo tiempo, reconoce las limitaciones actuales en cuanto al apoyo económico y mediático.

Poder simbólico de los medios de comunicación (Manipulación): Jaramillo al afirmar que "es falso que no hemos recibido apoyo del Gobierno" (6AM, 2024), no solo buscó desmentir las críticas sobre la falta de financiamiento, sino que también intentó construir una narrativa en la que la Dimayor aparece como un actor comprometido y responsable. Esta afirmación actúa como un mecanismo de legitimación, en el que se presenta a la institución como receptora de recursos que contribuyen al desarrollo del fútbol femenino, lo que, según Van Dijk (2005), puede ser entendido como un intento de ocultar la realidad de la desigualdad en la financiación y el apoyo que realmente recibe la liga profesional femenina.

El presidente también menciona que "ya tenemos un convenio firmado para esta liga femenina por 4.700 millones de pesos" (6AM, 2024), un dato que, aunque parece positivo, se utiliza estratégicamente para enmarcar la conversación en torno a la Dimayor como una organización que está haciendo lo correcto, sin embargo, Van Dijk (1994) señala que el poder del discurso se manifiesta en su capacidad para influir en la cognición social, lo que implica que al presentar este tipo de cifras, el presidente intenta manipular la percepción pública sobre la situación del

fútbol femenino, al mismo tiempo que minimiza y evade las críticas sobre la gestión y los recursos.

Además, cuando se refiere a que "esto es un proceso, el fútbol masculino lleva 75 años" (6AM, 2024), el presidente busca establecer un contexto temporal que justifica las deficiencias en el desarrollo y crecimiento del fútbol femenino, este argumento refuerza la idea de que el progreso es gradual y que la comparación con el fútbol masculino es injusta, pero también puede ser visto como una forma de manipulación que evita la responsabilidad inmediata de la Dimayor en la promoción y desarrollo de la liga femenina. Por otro lado, al señalar que "tenemos que mejorar muchos temas en ese proceso" (6AM, 2024), el presidente se posiciona como un agente de cambio, aunque no ofrece soluciones concretas, lo que puede interpretarse como una evasión indirecta hacia las problemáticas económicas y operativas del fútbol femenino.

Jaramillo al declarar que "hemos hecho todos los esfuerzos, primero para que haya más divulgación del fútbol femenino..." (6AM, 2024), intenta desviar la responsabilidad hacia los medios de comunicación, sugiriendo que la falta de cobertura es un factor externo que limita el crecimiento del fútbol femenino, no obstante, esta afirmación también refleja una falta de autocrítica en la gestión de la Dimayor, ya que no aborda cómo la institución misma puede ser parte del problema en la promoción y visibilidad del fútbol femenino. Van Dijk (2002) sostiene que los discursos pueden servir para perpetuar estructuras de poder, y en este caso, la narrativa del presidente refuerza la estructura existente al desviar la atención de las acciones necesarias para aumentar la visibilidad mediática y el apoyo a las futbolistas.

Finalmente, al expresar que "el compromiso del fútbol es serio con este país" (6AM, 2024), él intenta consolidar la imagen de la Dimayor como una organización completamente comprometida con el bienestar del fútbol colombiano, esta afirmación, aunque suene poderosa, puede ser vista como parte de una estrategia de manipulación que busca apartar la atención de las críticas sobre la desigualdad y la falta de recursos en el fútbol femenino. En este sentido, el discurso se convierte en un vehículo para mantener el statu quo, ocultando las luchas y desafíos que enfrentan las futbolistas en su búsqueda de reconocimiento y oportunidades.

Violencia simbólica desde Pierre Bourdieu (Exclusión): En su declaración sobre el apoyo recibido del gobierno, sostiene: “eso es falso totalmente, ya tenemos un convenio firmado para esta liga femenina por 4.700 millones de pesos” (6AM, 2024), esta afirmación intenta contrarrestar las críticas sobre la falta de recursos y se presenta como un esfuerzo por legitimar la posición de la Dimayor, sin embargo, al enfatizar el convenio y el apoyo financiero, se oculta la desigualdad estructural que persiste en la promoción y difusión del fútbol femenino, lo que representa un ejercicio de violencia simbólica que busca reforzar una imagen positiva de la organización (Bourdieu, 2012).

La violencia simbólica se evidencia en el modo en que Jaramillo se defiende de las acusaciones sobre la falta de apoyo y reconocimiento al fútbol femenino, esto al afirmar que “hemos hecho todos los esfuerzos para que haya más divulgación del fútbol femenino” (6AM, 2024), con esta frase se minimiza la realidad de que, a pesar de estos esfuerzos, la cobertura mediática y el interés en la liga siguen siendo significativamente inferiores a los del fútbol masculino. Esta negación de la desigualdad perpetúa una narrativa en la que las preocupaciones

de las jugadoras quedan deslegitimadas, lo que, según Bourdieu (2012), se puede considerar como una forma de violencia simbólica que refuerza la jerarquía existente entre las directivas y jugadoras silenciando a aquellas que luchan por sus derechos.

Además, el presidente menciona que “no hay topes salariales en el fútbol femenino” (6AM, 2024), lo que podría parecer una respuesta positiva a las preocupaciones sobre la disparidad salarial, no obstante, desde otra perspectiva no aborda el contexto de los bajos salarios que muchas jugadoras reciben y su declaración se convierte en un mecanismo para desviar la atención de una realidad mucho más compleja. Bourdieu (2012) destaca que la violencia simbólica opera a través de la negación y la normalización de condiciones que benefician a un grupo sobre otro, así, Jaramillo utiliza este discurso para reforzar la legitimidad de la Dimayor, al tiempo que desestabiliza las críticas sobre la desigualdad salarial y el apoyo real a las futbolistas.

Finalmente, Jaramillo al afirmar que “hay que romper ese círculo vicioso entre todos...” (6AM, 2024), no solo busca distribuir la responsabilidad de la promoción del fútbol femenino, sino que también utiliza esta retórica para posicionar a la Dimayor como un actor comprometido. Esta estrategia de evasión de responsabilidad ilustra cómo la violencia simbólica se manifiesta en el discurso, al presentar a la Dimayor como un protagonista en el desarrollo del fútbol femenino, mientras se desatienden las críticas sobre sus propias acciones y su rol en la perpetuación de la desigualdad, este uso del lenguaje es un ejemplo de violencia simbólica, donde la narrativa dominante desplaza las voces y preocupaciones de quienes realmente sufren las consecuencias de estas dinámicas, en este caso las futbolistas profesionales (Bourdieu, 2012).

El poder del discurso desde Jesús Martín Barbero (Poder): El discurso del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, ofrece un ejemplo claro de cómo los discursos mediáticos pueden moldear la percepción pública y establecer agendas dentro del contexto del fútbol femenino en Colombia. Jaramillo inicia su defensa con la afirmación de que “eso es falso totalmente, ya tenemos un convenio firmado para esta liga femenina por 4.700 millones de pesos” (6AM, 2024), esta declaración no solo busca desmentir las críticas sobre la falta de apoyo del gobierno, sino que también actúa como un intento de establecer una narrativa oficial que resalta el compromiso de la Dimayor con el fútbol femenino. Como sostiene Barbero (1978), los medios de comunicación no solo informan, sino que también construyen significados, y aquí Jaramillo intenta reconfigurar la percepción de la Dimayor como una entidad activa y comprometida.

La capacidad de los discursos para legitimar estructuras de poder se refleja en la insistencia de Jaramillo en que “hemos hecho todos los esfuerzos para que haya más divulgación del fútbol femenino” (6AM, 2024), al utilizar un lenguaje que enfatiza el esfuerzo institucional, el presidente busca posicionar a la Dimayor como un agente positivo en la promoción del fútbol femenino, aunque los resultados concretos y la realidad no respalden esa afirmación. Barbero (1978) subraya que los discursos son herramientas poderosas que moldean la percepción de la realidad y, en este caso, el presidente intenta dar forma a una realidad donde la Dimayor es vista como un defensor del fútbol femenino, ignorando la desproporcionada cobertura mediática que reciben ambos géneros.

Cuando Jaramillo aborda el tema de los salarios, afirmando que “no hay topes salariales” (6AM, 2024), su declaración se presenta como una defensa ante la crítica sobre las diferencias salariales entre el fútbol masculino y femenino, sin embargo, al omitir el contexto de las dificultades económicas que enfrentan muchas jugadoras, se elude una discusión más profunda sobre la equidad y justicia en el deporte, ilustrando cómo los discursos pueden ser utilizados para perpetuar narrativas dominantes que minimizan las preocupaciones legítimas de las futbolistas. Barbero (1978) resalta la importancia de cuestionar estas narrativas, ya que los medios y las declaraciones de figuras públicas contribuyen a la construcción de un imaginario social que puede favorecer la perpetuación de desigualdades.

Finalmente, Jaramillo concluye su discurso afirmando que “tenemos que seguir apoyando el fútbol femenino como lo estamos haciendo y como el fútbol está totalmente comprometido” (6AM, 2024). En este caso el uso de un lenguaje afirmativo y proactivo busca consolidar la imagen de la Dimayor como un pilar del desarrollo del fútbol femenino, al mismo tiempo que se desvía la atención de las críticas que cuestionan la efectividad de sus acciones, este uso del lenguaje es una manifestación del poder simbólico que tienen los discursos en la esfera pública, como señala Barbero (1978), en la medida en que estas afirmaciones generan expectativas y construyen una narrativa que podría no corresponder a la realidad.

Jaramillo al caracterizar la falta de visibilidad mediática como un problema de todos, posiciona a la Dimayor no como el principal agente de cambio, sino como una víctima de un entorno adverso, esta retórica de victimización permite al presidente reafirmar su autoridad y eludir de una autocrítica más profunda, perpetuando así la dinámica de poder en la que las

críticas son minimizadas y la realidad del fútbol femenino continúa sin recibir la atención necesaria (6AM, 2024). Tal como lo indica Barbero (1978), estas dinámicas discursivas juegan un papel fundamental en la construcción de jerarquías y en el establecimiento de quién tiene voz en el espacio público.

Discusión: En la discusión de los tres análisis, se observan puntos en común sobre cómo el discurso de Fernando Jaramillo busca mantener el control simbólico y legitimar la posición de la Dimayor frente a las críticas. Desde la perspectiva de Van Dijk (1994), el presidente estaría en la búsqueda de manipular el lenguaje para influir en la percepción pública, destacando el apoyo del gobierno y el compromiso con el fútbol femenino mientras minimiza los problemas estructurales que ha venido arrastrando el fútbol femenino por años. Esta estrategia se refuerza al desviar la atención hacia logros puntuales y enmarcar el avance como un proceso natural, lo que facilita la aceptación de las desigualdades existentes en el fútbol femenino.

Desde la óptica de Bourdieu (2012), el uso del lenguaje por parte de Jaramillo es un ejemplo de violencia simbólica, ya que busca deslegitimar a los críticos al descalificar sus objeciones, como cuando defiende las garantías ofrecidas; a su vez, Barbero (1978) aporta una lectura en la que el poder del discurso reside en su capacidad para moldear la agenda pública y establecer narrativas de progreso. Jaramillo usa su discurso para justificar la falta de equidad, reforzando una imagen de trabajo en curso, mientras controla la discusión y evita una confrontación directa con las desigualdades de fondo.

Influencia de los medios de comunicación en la transformación de los discursos del presidente de la Dimayor

En este apartado, se buscó comparar y analizar cómo las características particulares de los distintos medios de comunicación tradicionales influyeron en los discursos del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, en relación con los aspectos económicos del fútbol femenino entre 2021 y 2024, para ello, se examinará la posible influencia que dichos medios ejercieron en las entrevistas y declaraciones donde se abordaron temas clave sobre la economía del fútbol femenino, considerando cómo estas características mediáticas pudieron moldear o reforzar ciertos enfoques y narrativas en los discursos de Jaramillo.

Para lograr segmentar la información de manera concisa y ordenada se elaboró la matriz comparativa (*Matriz comparativa, Anexo #7*), en esta matriz se identificaron las semejanzas y diferencias entre los discursos del presidente Fernando Jaramillo, evaluando la evolución de las narrativas sobre los aspectos económicos del fútbol femenino en Colombia durante el periodo de 2021 a 2024. A través de este instrumento, fue posible organizar y visualizar cómo los medios de comunicación influyeron en la construcción y transformación de dichos discursos, así como observar las semejanzas y diferencias en las distintas declaraciones del presidente en función de las características de cada medio.

Asimismo, se identificaron las semejanzas y diferencias en lo mencionado por Jaramillo en los discursos respecto a los aspectos económicos del fútbol femenino, centrándose en tres aspectos puntuales: los recursos económicos, los patrocinadores y los salarios. Esta comparación permitió profundizar en cómo el presidente aborda cada uno de estos temas, revelando no solo su perspectiva sobre el apoyo financiero y las oportunidades de patrocinio, sino también su enfoque

en la remuneración de las futbolistas. Al analizar estos aspectos de manera segmentada, se facilitó la comprensión de las dinámicas económicas que afectan el crecimiento y la sostenibilidad del fútbol femenino en Colombia, así como la evolución de las narrativas y las posibles implicaciones de estas en la percepción pública y en las políticas relacionadas.

Semejanzas entre los medios de comunicación

Las tres plataformas, Caracol Radio, Revista Semana y Telecafé, tienen el objetivo común de informar al público sobre eventos y temas relevantes a nivel nacional e internacional, ofreciendo una cobertura amplia y detallada. Aunque operan en distintos medios (radio, prensa y televisión), comparten el compromiso de proporcionar información actualizada y de calidad, abordando temas políticos, sociales y culturales de gran impacto.

Caracol Radio, Revista Semana y Telecafé también se han adaptado a los nuevos tiempos al utilizar múltiples plataformas de comunicación, como sitios web y redes sociales. Esto les permite llegar a una audiencia más diversa y mantenerse vigentes en un entorno mediático digital. Al usar estas plataformas, los tres medios logran una mayor interacción con el público, que busca contenido accesible y de fácil consumo en formatos tanto tradicionales como digitales.

En cuanto a su enfoque periodístico, Caracol Radio y Revista Semana se destacan por su dedicación al periodismo de investigación, ofreciendo reportajes detallados que profundizan en temas clave de la agenda pública. Telecafé también realiza investigaciones, aunque su enfoque tiende a ser más regional. A pesar de estas diferencias, los tres medios se comprometen con un periodismo de calidad que busca informar y generar reflexión.

Por último, los tres medios fomentan la interacción con su audiencia a través de redes sociales y plataformas digitales, lo que les permite recibir comentarios y ajustarse a las demandas de sus usuarios. Aunque Caracol Radio y Revista Semana tienen un enfoque más amplio, Telecafé mantiene una relación más cercana con su audiencia local, lo que refuerza su papel en la comunidad.

Diferencias entre los medios de comunicación

Caracol Radio es una emisora de radio, Telecafé es una cadena de televisión regional, y Revista Semana es una publicación impresa y digital. Estas diferencias en el formato influyen en la manera en que cada uno presenta la información y en su estilo de comunicación.

Mientras que Telecafé se enfoca principalmente en noticias de la región cafetera, Caracol Radio y Revista Semana ofrecen una cobertura más amplia, abordando temas nacionales e internacionales, lo que les da un alcance mayor.

Revista Semana tiene un enfoque más analítico y crítico, con artículos que profundizan en temas de actualidad, mientras que Caracol Radio y Telecafé tienden a ser más directos y noticiosos, con un formato más inmediato.

Caracol Radio actualiza constantemente su programación al ser un medio en vivo, mientras que Revista Semana tiene una periodicidad semanal y Telecafé emite su contenido en horarios específicos, lo que marca diferencias en la frecuencia de actualización.

Finalmente, Caracol Radio y Revista Semana, al formar parte de grupos mediáticos más grandes, cuentan con más recursos y capacidad de producción que Telecafé, que opera de manera más local y con un enfoque más regional.

Semejanzas entre los discursos respecto a aspectos económicos referentes al fútbol femenino (Recursos económicos, patrocinadores y salarios)

En el análisis de los discursos de Fernando Jaramillo se identifican algunas semejanzas en las ideas que expone, estas similitudes revelan una coherencia en su enfoque al mando de la organización al querer incentivar deporte femenino, aunque también evidencian las limitaciones y desafíos a los que aún se enfrenta el fútbol femenino en Colombia, los cuales retrasan su crecimiento y óptimo desarrollo.

En primer lugar, Jaramillo enfatiza repetidamente la insuficiencia de recursos económicos como un obstáculo central en el crecimiento del fútbol femenino, en cada tema aborda la limitada disponibilidad de recursos y el impacto de esta en la profesionalización de las jugadoras y la organización de los torneos, y si bien reconoce algunos apoyos externos, como los del Ministerio del Deporte, el discurso que mantiene a lo largo de los años recalca que las restricciones financieras son un problema estructural que afecta tanto la calidad como la continuidad, desarrollo y mejora de la liga femenina (El Alargue, 2021; Revista Semana, 2022; Tiempo Xtra, 2023).

Esta situación generó cierta incoherencia al afirmar que no hay recursos económicos, pero al mismo tiempo manifiesta que cuentan con el respaldo económico por parte del gobierno,

asimismo, se especula que también hubo rechazos de patrocinios importantes que presuntamente no se aceptaron por querer imponer ciertas reglamentaciones las cuales la Dimayor no podría aceptar, dejando pasar una gran oportunidad para llevar un incentivo económico importante.

En segunda instancia, existe una constante mención de la falta de patrocinadores como un factor crítico que limita el desarrollo y el crecimiento sostenible de la liga femenina, en ese sentido Jaramillo describe un "círculo vicioso" en el que la baja visibilidad mediática y la falta de interés del público disminuyen el atractivo del fútbol femenino para los patrocinadores, y aunque en sus declaraciones expresa optimismo sobre el potencial del fútbol femenino, también reconoce las dificultades para atraer apoyo privado y la dependencia de ciertos clubes en sus propios esfuerzos para asegurar financiamiento (Revista Semana, 2022; 6AM, 2024).

La tercera similitud se observa en la alusión a las condiciones salariales y laborales de las futbolistas, donde Jaramillo subraya las limitaciones económicas de los clubes para ofrecer sueldos competitivos y contratos de larga duración, en su discurso resalta la necesidad de garantizar contratos mínimos, aunque los contratos suelen ser de corta duración, lo cual limita la estabilidad laboral de las jugadoras, además, aclara que no existen topes salariales pero admite que la diversidad salarial es un reflejo de las dificultades financieras de los clubes para sostener al plantel femenino, lo que impacta negativamente en la profesionalización de las futbolistas y en su estabilidad laboral, económica y personal (El Alargue, 2021; Tiempo Xtra, 2023; 6AM, 2024).

Otra semejanza en los discursos es la forma en que Jaramillo defiende las acciones de la Dimayor en medio de las críticas, ya que, a lo largo de sus intervenciones, destaca que han

existido esfuerzos y colaboraciones con el gobierno y algunas marcas para mejorar las condiciones del fútbol femenino, aunque los resultados aún no alcanzan el nivel de sostenibilidad deseado; en esta postura de defensa intenta contrarrestar las acusaciones de inacción de la Dimayor, proyectando la imagen de una organización que busca activamente el desarrollo del fútbol femenino pese a las limitaciones externas (El Alargue, 2021; Revista Semana, 2022; 6AM, 2024).

Finalmente, en todos los temas Jaramillo hace referencia a la falta de un cambio cultural que permita la aceptación y apoyo del fútbol femenino como ocurre con el masculino, en sus declaraciones, observa cómo factores como la escasa asistencia a los estadios y la limitada exposición en medios impiden un desarrollo integral de la liga femenina. Así, su discurso sugiere que el crecimiento del fútbol femenino depende no solo de un aumento en recursos, sino de una mayor inversión en la visibilidad y la aceptación cultural de este deporte en Colombia, reflejando una realidad en el país como lo es la falta de visibilidad de los medios de comunicación y el apoyo cultural al asistir a los escenarios deportivos (Tiempo Xtra, 2023; 6AM, 2024).

Diferencias entre los discursos respecto a aspectos económicos referentes al fútbol femenino (Recursos económicos, patrocinadores y salarios)

Primero, en relación con los recursos económicos en El Alargue (2021) Jaramillo enfatiza las dificultades financieras derivadas de la pandemia y la necesidad de más recursos, mientras que en otra mención posterior, el presidente señala un convenio con el gobierno que aportó 4.700 millones de pesos para la realización de la liga (6AM, 2024), esto refleja una evolución en la narrativa sobre la obtención de recursos, pasando de un enfoque en la escasez a un

reconocimiento de apoyos financieros concretos, mejorando de cierto modo las condiciones de la liga femenina tras una periodo de tiempo de tres años desde que lo comentó, sin embargo, hubo una polémica sobre esto dado que se había afirmado que se iban a entregar 8.000 millones de pesos por parte del Ministerio del Deporte, y se sostiene que la Dimayor solo recibió esa cantidad y a día de hoy se desconoce la razón por la cual se presentó esta situación.

En cuanto a patrocinadores, en un inicio Jaramillo asocia la falta de patrocinios con la corta duración del torneo y una menor exposición mediática (El Alargue, 2021), no obstante, en entrevistas más recientes el presidente menciona las dificultades para aceptar ciertos patrocinios debido a las condiciones laborales que algunas empresas intentaron imponer, lo que refleja una tensión no solo económica, sino también ética en torno a los acuerdos comerciales (6AM, 2024), sin embargo, el dejar pasar las oportunidades de trabajar con empresas privadas es un error en absoluto, pues la mayoría de ligas se sostienen y logran crecer gracias a este tipo de incentivos económicos que pueden dar estos inversores, y es que en realidad el fútbol en su mayor extensión es considerado un negocio privado.

En el tema de salarios, inicialmente Jaramillo destaca que todos los contratos de las jugadoras son obligatorios, pero reconoce la corta duración de estos como un reto para los clubes en temas económicos (El Alargue, 2021), no obstante, posteriormente algunos años después en 6AM (2024) él afirma que no hay topes salariales y menciona la existencia de una amplia gama de sueldos, con algunas jugadoras ganando entre 10 y 20 millones de pesos, lo que sugiere un discurso más positivo y diverso respecto a las compensaciones económicas que inicialmente parecía precario. Sin embargo, la realidad es que esta afirmación no tiene sustento más que su

palabra, pues esta es una de las razones por las cuáles hoy en día la organización sigue siendo investigada por la SIC (2023), por la presunta cartelización de la liga femenina en dónde entre otras cosas se les acusa de una especie de arreglo entre clubes para manejar topes salariales en el fútbol profesional femenino, por ende, es difícil creer que esto sea verdadero.

Además, en relación con los costos asociados a la liga, en una entrevista de Revista Semana (2022), Jaramillo menciona que, a pesar de la oferta económica del gobierno, los clubes no pudieron organizar un torneo adecuado en el segundo semestre del año debido a la baja participación. Posteriormente en Tiempo Xtra (2023) en la edición del siguiente año, el presidente destacó los altos costos logísticos de organizar la liga, lo que reflejó un cambio en la percepción de los desafíos, pasando de la falta de participación de los clubes a la necesidad de cubrir costos operacionales más amplios dada la consecución nuevamente de 17 clubes repitiendo el quorum anterior y generando un avance mantener el mismo sistema de juego de todos contra todo, mantenido la cantidad de partidos a disputar y dándole una continuidad a las deportistas que ya venían persiguiendo esto por mucho tiempo.

Pese a ello, para la edición del 2024 se bajaron dos clubes, afectando no solamente al resto de los equipos al disminuir los partidos y el tiempo de competencia, sino también al desarrollo y crecimiento del fútbol profesional femenino al desmotivar a los demás clubes que no tienen plantel femenino demostrando indirectamente que para los clubes no es rentable participar de esta competencia.

Finalmente, respecto al impacto del sector privado en el fútbol femenino, mientras que en El Alargue (2021) Jaramillo manifiesta optimismo sobre la atracción de patrocinadores a futuro,

en entrevistas más recientes (Tiempo Xtra, 2023), señala que los patrocinadores aún no ven el fútbol femenino como una inversión atractiva, destacando la persistencia de una percepción negativa sobre el potencial comercial del deporte femenino, lo que marca un retroceso en el optimismo expresado inicialmente.

Esta situación se da por la baja visibilidad y continuidad del deporte femenino por parte de los medios de comunicación, pues los patrocinadores no van a invertir en algo que no les vaya a generar la exposición deseada, dejando en evidencia la falta de interés de la Dimayor en fomentar el rápido desarrollo del fútbol para conseguir atraer el interés de inversionistas y patrocinadores de peso para darle un impulso masivo al fútbol femenino

Estas diferencias en los discursos de Jaramillo reflejan una evolución en su perspectiva sobre los desafíos del fútbol femenino en Colombia, abordando tanto los progresos como las dificultades persistentes en términos financieros, comerciales y laborales.

Conclusiones

El fútbol femenino en Colombia se ha encontrado con muchos obstáculos y barreras a lo largo de su corta historia que le han retrasado en su consecución constante y consagración en el mercado del fútbol profesional en el país, no obstante, no se puede afirmar que el problema sea exclusivamente estructural, ya que es una realidad que existen factores externos que influyen en el desarrollo y crecimiento del fútbol femenino en el país, sin embargo, es importante destacar que, en numerosas ocasiones, los esfuerzos de la Dimayor resultan insuficientes; a menudo se limitan a promesas constantes de progreso y avances, mientras que la realidad con el pasar de los

años muestra que los cambios están tardando mucho más de lo que la entidad asegura que ocurrirá.

Es importante tener en cuenta que las dificultades económicas que posee el fútbol profesional femenino son en gran medida las que no permiten cómo menciona Calderón (2022), avanzar en la profesionalización de los contratos de las jugadoras, patrocinios y la consolidación de una liga profesional con garantías. En vista de mejorar las condiciones laborales de las futbolistas y de cerrar ciertas brechas de género e igualdad, Calderón (2022) propone la profesionalización desde el punto de vista comercial y laboral, una necesidad imperativa para el desarrollo de la liga y de sus futbolistas, ya que, a partir de la profesionalización, es donde se podrán llegar a implementar estrategias publicitarias que le permitan a esta rama del deporte femenino el reconocimiento y la visibilización que merece.

También se llegó a la conclusión de que el desarrollo del fútbol femenino en Colombia enfrenta retos más allá de los recursos económicos, hace falta un cambio cultural que promueva una mayor aceptación y apoyo de esta modalidad, comparable al recibido por el fútbol masculino, es uno de los obstáculos principales identificados, en el cuál las futbolistas se han encargado de llevar su nombre a lo alto, demostrando grandes actuaciones a nivel internacional en todas las categorías femeninas.

Adicionalmente la baja asistencia a los estadios y la limitada exposición en medios de comunicación masivos son factores que limitan el crecimiento integral de la liga femenina, pues en mayor medida son los medios alternativos quienes se encargan de realizar el cubrimiento de este deporte; además, se debe destacar que el avance del fútbol femenino requiere no solo

inversión económica, sino también esfuerzos conjuntos entre las entidades privadas y públicas para aumentar su visibilidad y fomentar la aceptación cultural en el país del deporte femenino.

Por otra parte, es fundamental considerar en esta conclusión la investigación que lleva a cabo la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC, 2023) contra la Dimayor, la Federación y 29 de los 32 clubes que han participado históricamente en la Liga Profesional Femenina. Las acusaciones dirigidas a la entidad afectan, de alguna manera, la interpretación y credibilidad de las palabras de Fernando Jaramillo, ya que mientras no se demuestren los hechos y se impongan sanciones, persiste la incertidumbre sobre la honestidad de su narrativa y si, en el fondo, oculta realidades más profundas que obstaculizan el desarrollo y crecimiento del fútbol profesional femenino.

En las conclusiones de la tesis, es importante resaltar que la convergencia en los temas tratados por el presidente de la Dimayor refleja una visión unificada sobre los desafíos que enfrenta el fútbol femenino en Colombia, pues al abordar tanto los obstáculos estructurales como las barreras culturales, se muestra que estos elementos no operan de forma aislada; al contrario, están profundamente interrelacionados, lo que genera un entorno complejo que exige soluciones integradas. Este enfoque multidimensional resulta crucial, ya que implica no solo mejorar las condiciones financieras o aumentar la visibilidad mediática, sino también cambiar percepciones y prácticas dentro del deporte y la sociedad en general. Además, entender esta convergencia permite ver que los esfuerzos y políticas en un ámbito pueden influir y potenciar avances en otros, sugiriendo que solo mediante un abordaje integral se podrá promover un crecimiento sostenido y equitativo del fútbol femenino en el país.

Finalmente, uno de los objetivos de esta investigación fue determinar si estos discursos se han encargado de transmitir un mensaje de poder, exclusión y manipulación a la sociedad colombiana mediante los medios de comunicación a través de los años, y es que al analizar los discursos multimodales de la presidencia de la Dimayor con relación a los aspectos económicos que acogen al fútbol femenino, se buscó también contribuir a la generación de conocimiento y al desarrollo de audiencias críticas frente a los mensajes provenientes de organizaciones influyentes en el contexto deportivo en Colombia, es decir que en palabras más palabras menos, generen sentido crítico y no coman entero lo que se dice en los medios por parte de figuras como el presidente de la Dimayor, sino que investiguen a profundidad y forjen una ideología propia de lo que sucede en realidad en todas las direcciones en el mundo del fútbol femenino en Colombia.

Referencias

- 6AM [@CaracolRadioOficial]. (2024, abril 25). *Dimayor sobre la Liga femenina: “Es falso que no hemos recibido apoyo del Gobierno”*. YouTube. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=JP5X7IUGMbM>
- Aliendre Morel, C. R., Contrera González, M. (2020). La discriminación de género en el deporte. El caso del futbol femenino. *ScientiAmericana*, 6(2), 81–90. Recuperado de: <https://doi.org/10.30545/scientiamericana.2019.jul-dic.5>
- Álvarez Márquez, M. (2022). *Análisis sociocultural de la evolución del fútbol femenino en Colombia entre 2017 y 2022*. Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios. Recuperado de: <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/17074>

Amar, H. M. (2018). Pierre Bourdieu: por una sociología sobre el Estado y las políticas educativas. *Práxis Educativa (Brasil)*, 13(1), 145-153. Recuperado de:
[https://www.redalyc.org/journal/894/89455414008/html/#:~:text=El%20poder%20simb%C3%B3lico%2C%20como%20poder,por%20la%20fuerza%20\(f%C3%ADstica%20o](https://www.redalyc.org/journal/894/89455414008/html/#:~:text=El%20poder%20simb%C3%B3lico%2C%20como%20poder,por%20la%20fuerza%20(f%C3%ADstica%20o)

Amat, Y. (2004, mayo 6). A LAS 6AM , LA RADIO CAMBIÓ. El Tiempo. Recuperado de:
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1515173>

Arce, V. (2020, octubre 17). *Creación de Telecafé*. Señal Memoria - RTVC. Recuperado de:
<https://www.senalmemoria.co/historia-creacion-telecafe#:~:text=Telecaf%C3%A9%20fue%20el%20cuarto%20canal,televisi%C3%B3n%20para%20todo%20el%20pa%C3%ADs>

Ariza, D. (2024, febrero 15). *Gobierno Petro por fin le habría cumplido a la Liga Femenina: este sería el dinero para el torneo*. Infobae. Recuperado de:
<https://www.infobae.com/colombia/2024/02/15/gobierno-petro-por-fin-le-habria-cumplido-a-la-liga-femenina-este-seria-el-dinero-para-el-torneo/>

AS Colombia. (2017, diciembre 16). *Liga Femenina 2018: Sistema de juego, grupos y premios*. Recuperado de:
https://colombia.as.com/colombia/2017/12/16/futbol/1513444736_138365.html

AS Colombia. (2020, febrero 12). *Ministerio confirma entrega de recursos para la liga femenina*. Recuperado de:
https://colombia.as.com/colombia/2020/02/13/futbol/1581554260_130647.html

AS Colombia. (2021, febrero 3). *Presidente Dimayor habla de decisión en la Liga Femenina*.

Recuperado de:

https://colombia.as.com/colombia/2021/02/03/futbol/1612367260_574303.html

AS Colombia. (2022, enero 13). *Así se jugará la Liga Femenina BetPlay 2022*. Recuperado de:

https://colombia.as.com/colombia/2022/01/13/futbol/1642103031_344764.html

Ascencio, J. O. (2023, julio 30). *Selección Colombia le da nuevo impulso a la lucha de la Liga*

Femenina. El Tiempo. Recuperado de: [https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-](https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/seleccion-colombia-impulsa-la-lucha-de-la-liga-femenina-local-791093)

[colombiano/seleccion-colombia-impulsa-la-lucha-de-la-liga-femenina-local-791093](https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/seleccion-colombia-impulsa-la-lucha-de-la-liga-femenina-local-791093)

Asociación Colombiana de Futbolistas Profesionales. (2019, diciembre 3). Informe Liga Águila

Profesional Femenina 2019. [ACOLFUTPRO]. Recuperado de: <http://acolfutpro.org/wp-content/uploads/2019/11/InformeFutbol-Profesional-Femenino-2019-Final-1.pdf>

Asociación Colombiana de Futbolistas Profesionales. (2020, 24 de marzo). Situación actual de las futbolistas en la liga profesional colombiana. Informe 01. [ACOLFUTPRO].

Recuperado de: <http://acolfutpro.org/wpcontent/uploads/2020/04/INFORME->

[ACOLFUTPRO-FEMENINO-2020-1.pdf](http://acolfutpro.org/wpcontent/uploads/2020/04/INFORME-ACOLFUTPRO-FEMENINO-2020-1.pdf)

Asociación Colombiana de Futbolistas Profesionales. (2023, julio 21). *Informe sobre la Liga*

Femenina BetPlay Dimayor 2023. Acolfutpro.org. Recuperado de:

<https://acolfutpro.org/?p=7969>

Barbero, J.M. (1978). *Comunicación masiva: discurso y poder* (Vol. 1). Ediciones Ciespal.

Recuperado de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kHs2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=discurso+y+poder+&ots=46ATsua0ff&sig=UoSEvS_8whCpB58o3N2BTJHsh-M#v=onepage&q=discurso%20y%20poder&f=false

Beltrán, T. (2023, junio 30). *¡Santa Fe, campeón! Las cardenales lograron el título de la liga*

femenina. Radionacional.co. Radio Nacional de Colombia. Recuperado de:

<https://www.radionacional.co/actualidad/deportes/santa-fe-campeon-de-la-liga-femenina-en-colombia-2023-futbol-femenino>

Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Editorial Deaxlée de Brouwer.

Recuperado de: <https://www.edesclee.com/img/cms/pdfs/9788433014955.pdf>

Bourdieu, P. (2006). *Sobre el poder simbólico*. Intelectuales, política y poder. Buenos Aires:

Eudeba, 2006. p. 65-73.

Bourdieu, P. (2012). *Violencia simbólica*. *Revista Latina de Sociología*, 2(1), 1-4. Recuperado

de: <https://doi.org/10.17979/relaso.2012.2.1.1203>

Burgos, L., Maldonado, C., Quintero, L., & Santini, J. (2023). *Violencia de Género en el Fútbol*

Femenino Bogotano. Recuperado de:

<https://repositorio.unitec.edu.co/handle/20.500.12962/2560>

Calderón Castillo, E. S. (2022). *Antecedentes del fútbol femenino en Colombia*. Recuperado de:

<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/34023>

Camargo, C. (2024, marzo 9). *Ahora sí ¡Tiempo Xtra!* telecafe.gov.co. Recuperado de:

<https://telecafe.gov.co/ahora-si-tiempo-xtra/#:~:text=Fotograf%C3%ADa.,Catalina%20Camargo%20Pardo%20C.s.%20M.Sc.>

Cano, D. A. (2020). *El fútbol profesional femenino en Colombia: una mirada politológica*.

Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/52132>.

Carrillo Briceño, M. C. (2020). Fútbol femenino en Colombia: más que un partido de 90

minutos. Recuperado de: https://doi.org/10.48713/10336_30241

Córdoba, V. (2022, julio 8). X (Twitter). Recuperado de:

https://twitter.com/VCordoba1/status/1545533531975188481?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1545533531975188481%7Ctwgr%5E88d9bd47668b4185ee32601b4d71b51c42742f84%7Ctwcon%5Es1__&ref_url=https%3A%2F%2F

Cosmovisión, S. M. [@SantaMisaCosmovision]. (2018, noviembre 8). *¿Va a continuar la liga*

femenina de fútbol en Colombia? YouTube. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=oNuquOFVpjQ>

Cruz Gil, M., Molina Robledo, E., & Uribe Jaramillo, E. (2016). Fútbol femenino, prejuicios y

sociedad. Recuperado de:

<http://bibliotecadigital.iue.edu.co/bitstream/20.500.12717/818/1/CD3250.pdf>

Díaz, V. (2020, diciembre 14). *¡Bicampeonas! Santa Fe fue contundente y venció al América en*

la final. futbolred.com. Recuperado de: <https://www.futbolred.com/futbol->

colombiano/futbol-femenino/santa-fe-se-corono-campeon-de-la-liga-femenina-2020-128631

Dimayor. (2013, agosto 2). *RESEÑA HISTÓRICA DE LA DIMAYOR*. Recuperado de:

<https://dimayor.com.co/2013/08/resena-historica-de-dimayor/>

Dimayor. (2019, octubre 1). *Palabras del presidente de la Dimayor en la Final - Vuelta de la*

#LigaAguilaFemenina 2019. YouTube. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=KJ1wKOiLYPg>

Dimayor. (2022, junio 5). *América de Cali campeón de la Liga Femenina BetPlay DIMAYOR*

2022. Dimayor.com. Recuperado de: [https://dimayor.com.co/2022/06/05/america-de-cali-](https://dimayor.com.co/2022/06/05/america-de-cali-campeon-de-la-liga-femenina-betplay-dimayor-2022/)

[campeon-de-la-liga-femenina-betplay-dimayor-2022/](https://dimayor.com.co/2022/06/05/america-de-cali-campeon-de-la-liga-femenina-betplay-dimayor-2022/)

Dimayor. (2023). *Historia de la Dimayor*. Recuperado de: [https://dimayor.com.co/la-](https://dimayor.com.co/la-dimayor/#:~:text=La%20Divisi%C3%B3n%20Mayor%20del%20F%C3%BAtbol,campeonatos%20del%20F%C3%BAtbol%20Profesional%20Colombiano.)

[dimayor/#:~:text=La%20Divisi%C3%B3n%20Mayor%20del%20F%C3%BAtbol,campeonatos%20del%20F%C3%BAtbol%20Profesional%20Colombiano.](https://dimayor.com.co/la-dimayor/#:~:text=La%20Divisi%C3%B3n%20Mayor%20del%20F%C3%BAtbol,campeonatos%20del%20F%C3%BAtbol%20Profesional%20Colombiano.)

Dimayor. (2024). *CLUBES LIGA FEMENINA BETPLAY DIMAYOR*. Recuperado de:

<https://dimayor.com.co/clubes-liga-femenina/>

El Alargue (2021, febrero 3). *Fernando Jaramillo: “Es corto el torneo femenino pero hecho con*

esfuerzo “. El Alargue, Caracol Radio. Recuperado de:

https://caracol.com.co/programa/2021/02/03/el_alargue/1612327422_500777.html

El Espectador. (2020, septiembre 2). *Caracol Radio cumple 72 años*. El Espectador. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/entretenimiento/cine-y-tv/caracol-radio-cumple-72-anos-article/>

El Espectador. (2024, enero 17). ¡Atención! Así será la Liga Femenina de Colombia en 2024. *El Espectador*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/deportes/futbol-colombiano/asi-sera-la-liga-femenina-de-colombia-en-2024-noticias-hoy/>

El País. (2019, marzo 6). *Difícil panorama para que se realice la Liga Femenina Profesional en Colombia en 2019*. El País. Recuperado de: <https://www.elpais.com.co/deportes/futbol-colombiano/dimayor-confirmando-que-no-habra-liga-profesional-femenina-para-este-2019.html>

FECOLPER. (2018a, marzo 14). *Caracol Radio*. Media Ownership Monitor Colombia 2017. Recuperado de: <https://colombia.mom-gmr.org/es/media/detail/outlet/caracol-radio/>

FECOLPER. (2018b, marzo 14). *Revista Semana*. Media Ownership Monitor Colombia 2017. Recuperado de: <https://colombia.mom-gmr.org/es/media/detail/outlet/revista-semana/#:~:text=Nace%20en%20el%20a%C3%B1o%201982,por%20%20%C3%ADticos%20y%20sociales%20del%20pa%C3%ADs>

FIFA. (2021). EL CAMINO DEL CAMBIO. *Informe de evaluación comparativa de la FIFA: fútbol femenino*. Recuperado de: <https://digitalhub.fifa.com/m/cc47480baab80b88/original/wnper7gfz1djub2o8oripdf.pdf>

Fonseca, A. (2022, noviembre 27). *El fútbol femenino en Colombia, una carrera sin descanso*.

Polideportes. Recuperado de: <https://polideportes.poligran.edu.co/2022/11/27/el-futbol-femenino-en-colombia-una-carrera-sin-descanso/>

Fukuda, T., Tinjacá, M. F., Salamanca Rodríguez, K., Monge Román, A. J., & Cortés Cardona,

G. (2022). *Irregularidad: una constante en la Liga Femenina de Fútbol de*

Colombia (Doctoral dissertation, Universidad Santo Tomás). Recuperado de:

<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/45850>

Futbolred. (2018, enero 1). *Balance final de la Liga Femenina de Colombia 2017*. Recuperado

de: <https://www.futbolred.com/futbol-colombiano/futbol-femenino/balance-final-de-la-liga-femenina-de-colombia-2017-52861>

Gaitán, N. (2021, febrero 2). X (Twitter). Recuperado de:

https://x.com/NataliaGaitan3/status/1356708444707966981?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1356708444707966981%7Ctwgr%5Ee9333a7286a61c36ae47f8a5ab0e254b64a25d7c%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fcolombia.as.com%2Fcolombia%2F2021%2F02%2F02%2Ffutbol%2F1612305672_656132.html

Grundlingh, M. (2010). Boobs and balls: Exploring issues of gender and identity among women

soccer players at Stellenbosch University. *Agenda: Empowering Women for Gender*

Equity, 85, 45–53. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/27917365>

Harris, J. (2007). Doing Gender on and off the Pitch: The World of Female Football

Players. *Sociological Research Online*, 12(1), 140–151. Recuperado de:

<https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.5153/sro.1367>

Hernández Yori, G. (2023). Profesionalización precaria, movilidad social y barreras institucionales de género en el fútbol profesional femenino colombiano. Universidad de los Andes. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/1992/65805>

Infobae. (2018, diciembre 5). *La figura campeona de la Copa Libertadores femenina denunció que el club desviaría el dinero del premio al equipo de hombres*. Infobae. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/deportes/2018/12/05/la-figura-campeona-de-la-copa-libertadores-femenina-denuncio-que-el-club-desviaria-el-dinero-del-premio-al-equipo-de-hombres/>

Infobae. (2021, 14 de febrero). Dimayor solo utilizó 900 millones de los 1500 que le giró el Ministerio del Deporte para la liga femenina de fútbol de 2020. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/02/14/dimayor-solo-utilizo-900-millones-de-los-1500-que-le-giro-el-ministerio-del-deporte-para-la-liga-femenina-de-futbol-de-2020/>

Infobae. (2023, enero 25). *La promesa incumplida de Ramón Jesurún a las jugadoras de la Liga Femenina en 2023*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/colombia/2023/01/25/la-promesa-incumplida-de-ramon-jesurun-a-las-jugadoras-de-la-liga-femenina-en-2023/>

KienyKe. (2024, octubre 1). *La razón por la se que acabó “El alargue” de Caracol Radio*. kienyke.com. Recuperado de: <https://www.kienyke.com/entretenimiento/la-razon-por-la-se-que-acabo-el-alargue-de-caracol-radio>

La Liga Contra el Silencio (2019, febrero 21). *Denuncian acoso sexual en la selección femenina de fútbol de Colombia*. La Liga Contra el Silencio. Recuperado de:

<https://ligacontraelsilencio.com/2019/02/21/denuncian-acoso-sexual-en-la-seleccion-femenina-de-futbol/>

López Safi, S. B. (2015). La violencia simbólica en la construcción social del Género. *ACADEMO Revista De Investigación En Ciencias Sociales Y Humanidades*, 2(2). Recuperado de:

<https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/23>

Ministerio del Deporte. (2024, agosto 17). *Y llegó el segundo título: Deportivo Cali, campeón de la Liga Femenina 2024*. mindeporte.gov.co. Recuperado de:

<https://www.mindeporte.gov.co/sala-prensa/noticias-mindeporte/llego-segundo-titulo-deportivo-cali-campeon-liga-femenina-2024#:~:text=En%20un%20vibrante%20partido%2C%20Deportivo,segunda%20estrella%20de%20su%20historia.&text=Con%20un%20aporte%20de%204.700,de%20la%20Liga%20Femenina%202024.>

Moreno, J. S. R. (2024, marzo 3). *Éxito y resiliencia: la travesía y evolución del fútbol femenino colombiano*. Señal Colombia. Recuperado de:

<https://www.senalcolombia.tv/deportes/historia-evolucion-futbol-femenino-colombiano>

Nájar Sánchez, O., Vargas Peña, M. C. (2020). Mujer, fútbol e inequidad. *Utopía y praxis*

Latinoamericana, 25(11), 333-348. Recuperado de:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.4278378>

Neira, L. (2020, enero 18). “El motor financiero del fútbol y los deportes es la televisión”, Jaime

Parada, presidente de Win Sports. La República. Recuperado de:

<https://www.larepublica.co/empresas/el-motor-financiero-del-futbol-y-los-deportes-es-la-television-jaime-parada-win-sports-2953131>.

Nieto, C. (2018, diciembre 2). *Atlético Huila es campeón de la Copa Libertadores femenina*. El

Tiempo. Recuperado de: [https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-](https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-internacional/atletico-huila-es-campeon-de-la-copa-libertadores-femenina-2018-300672)

[internacional/atletico-huila-es-campeon-de-la-copa-libertadores-femenina-2018-300672](https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-internacional/atletico-huila-es-campeon-de-la-copa-libertadores-femenina-2018-300672)

Niño, T. (2022, julio 24). *Línea de tiempo: así ha “evolucionado” el fútbol profesional femenino*

en Colombia. Vanguardia. Recuperado de: [https://www.vanguardia.com/deportes/futbol-](https://www.vanguardia.com/deportes/futbol-colombiano/linea-de-tiempo-asi-ha-evolucionado-el-futbol-profesional-femenino-en-colombia-LA5471481)

[colombiano/linea-de-tiempo-asi-ha-evolucionado-el-futbol-profesional-femenino-en-colombia-LA5471481](https://www.vanguardia.com/deportes/futbol-colombiano/linea-de-tiempo-asi-ha-evolucionado-el-futbol-profesional-femenino-en-colombia-LA5471481)

Ojeda, B. (2022, julio 25). ¿Qué es la violencia simbólica y cómo afecta a las mujeres?

Recuperado de: <https://www.unitedexplanations.org/2022/07/25/que-es-la-violencia-simbolica-y-como-afecta-a-las-mujeres/>

Osorio Buriticá, D., Taborda Rincón, M. (2021). *Desigualdad y discriminación, un problema en el fútbol femenino desde la cosmovisión colombiana* (Bachelor's thesis, Escuela de

Derecho y Ciencias Políticas). Recuperado de:

<https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/9755>

Quispe Olano, J. G. (2016). El poder simbólico de la prensa local ayacuchana y su relación con el poder político en la decisión de los consejeros regionales para la elección del gobernador y vicegobernador regional en el 2015. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Recuperado de:

<https://repositorio.unsch.edu.pe/server/api/core/bitstreams/218783ff-7d4c-4c86-bbed-07047c58d148/content>

Ramírez Cardona, E. Y., Restrepo Soto, J. A. (2018). El rol de la mujer: una perspectiva sociocultural en el fenómeno del fútbol. *Ánfora*, 25(44), 109-126. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538. Recuperado de:

<https://doi.org/10.30854/anf.v25.n44.2018.401>

Revista Semana. [@Revista_Semana]. (2022, julio 8). *Fernando Jaramillo, presidente de la Dimayor, habla de la Copa América Femenina | Vicky en Semana*. YouTube.

Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=-q1s6sagjM>

Rosero Pedreros, L. M. (2015). *Trayectoria del fútbol femenino en Colombia* (Doctoral dissertation). Recuperado de:

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/entities/publication/6c0eda01-9450-41fa-bace-5be86bc2e0d3>

Ruiz Patiño, J. H. (2011). FÚTBOL FEMENINO: ¿RUPTURAS O RESISTENCIAS? *Lúdica Pedagógica*, 2(16). Recuperado de: <https://doi.org/10.17227/ludica.num16-1355>

Sierra, J. P. (2018, mayo 31). *Huila, campeón de la Liga Femenina tras vencer a Nacional*. AS

Colombia. Recuperado de:

https://colombia.as.com/colombia/2018/06/01/futbol/1527817953_638442.html

Sierra, J. P. (2019, septiembre 30). *¡América campeón de la Liga Águila Femenina!* AS

Colombia. Recuperado de:

https://colombia.as.com/colombia/2019/10/01/futbol/1569898575_270034.html

Snyder, C. (2018). The Soccer Tournament as Beauty Pageant: Eugenic Logics in Brazilian

Women's *Futebol Feminino*. *Women's Studies Quarterly*, 46(1/2), 181–198. Recuperado

de: <https://www.jstor.org/stable/26421170>

Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). (2023, septiembre 22). *Superindustria abrió*

investigación a la DIMAYOR, la Federación Colombiana de Fútbol y 29 clubes por

presunta cartelización en la liga profesional femenina. sic.gov.co. Recuperado de:

<https://www.sic.gov.co/slider/superindustria-abrio-investigacion-la-dimayor-la-federacion-colombiana-de-futbol-y-29-clubes-por-presunta-cartelizacion-en-la-liga-profesional-femenina>

Tiempo Xtra. (2023, noviembre 23). *Fernando Jaramillo □ Liga Femenina, apuestas deportivas*

y cupos internacionales. YouTube. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=h7ktTueltg>

Tusell Viladot, J. O. (2009). Deporte y discriminación por sexo: fútbol, remo y salto de esquí.

Recuperado de: <https://repositori.upf.edu/handle/10230/8019>

Vallejo, S. (2022, julio 8). *Jugadoras de Colombia protestaron durante el himno por falta de garantías*. ComuTricolor. Recuperado de: <https://www.comutricolor.com/seleccion-colombia/2022/07/09/jugadoras-de-la-tricolor-en-el-himno-protestaron-por-falta-de-garantias/>

Van Dijk, T. (1994). Discurso, poder y cognición social. Conferencias de Teun A. van Dijk. *Cuadernos. N°2, Año 2. octubre de 1994. Maestría en Lingüística. Escuela de Ciencia del Lenguaje y Literaturas*. Recuperado de: <https://hum.unne.edu.ar/biblioteca/apuntes/Apuntes%20Letras/TEXTOS%20DIGITALE%20LING%C3%9C%C3%8DSTICA/Discurso%20poder%20y%20cognici%C3%B3n%20social.pdf>

Van Dijk, T. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital*, 18-24. Recuperado de: <https://raco.cat/index.php/Athenea/article/view/34083>.

Van Dijk, T. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 9-36. Recuperado en 08 de marzo de 2024, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162005000200002&lng=es&tlng=es.

Van Dijk, T. (2009). *Discurso y poder*. Gedisa Editorial. Recuperado de: https://www.academia.edu/31203747/204533668_Discurso_y_Poder_pdf#

- Villamarín, J. S., Moncayo T.L. (2022, junio 6). *Fútbol femenino en Colombia, ¿falta difusión?* Directo Bogotá. Recuperado de: <https://directobogota.com/directo-deportes/futbol-femenino-en-colombia-falta-difusion/>
- Vélez, B. (2009). La puesta en escena del género en el juego del fútbol. *Educación Física Y Deporte*, 21(2), 39–49. Recuperado de: <https://doi.org/10.17533/udea.efyd.3285>
- Win Sports. (2021, Julio 13). *Win Sports transmitirá todos los partidos de la Liga Femenina 2021*. Recuperado de: <https://www.winsports.co/futbol-colombiano/liga-femenina/noticias/win-sports-transmitira-todos-los-partidos-de-la-liga-femenina-2021-35129>

Anexos

[Anexos Los desafíos económicos del fútbol femenino colombiano Transformación de los discursos de Fernando Jaramillo _presidente de la Dimayor en medios de comunicación entre 2021-2024](#)