

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



SIN ELLAS NO HAY FÚTBOL: PODCAST ENFOCADO EN EL FÚTBOL FEMENINO

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Dharma Naomi Arenas Ruiz

Código 20160084

Andrea Alessandra Jara Alva

Código 20163203

Asesor

Pedro Enrique Martin Ortiz Bisso

Lima – Perú

23 de octubre del 2023

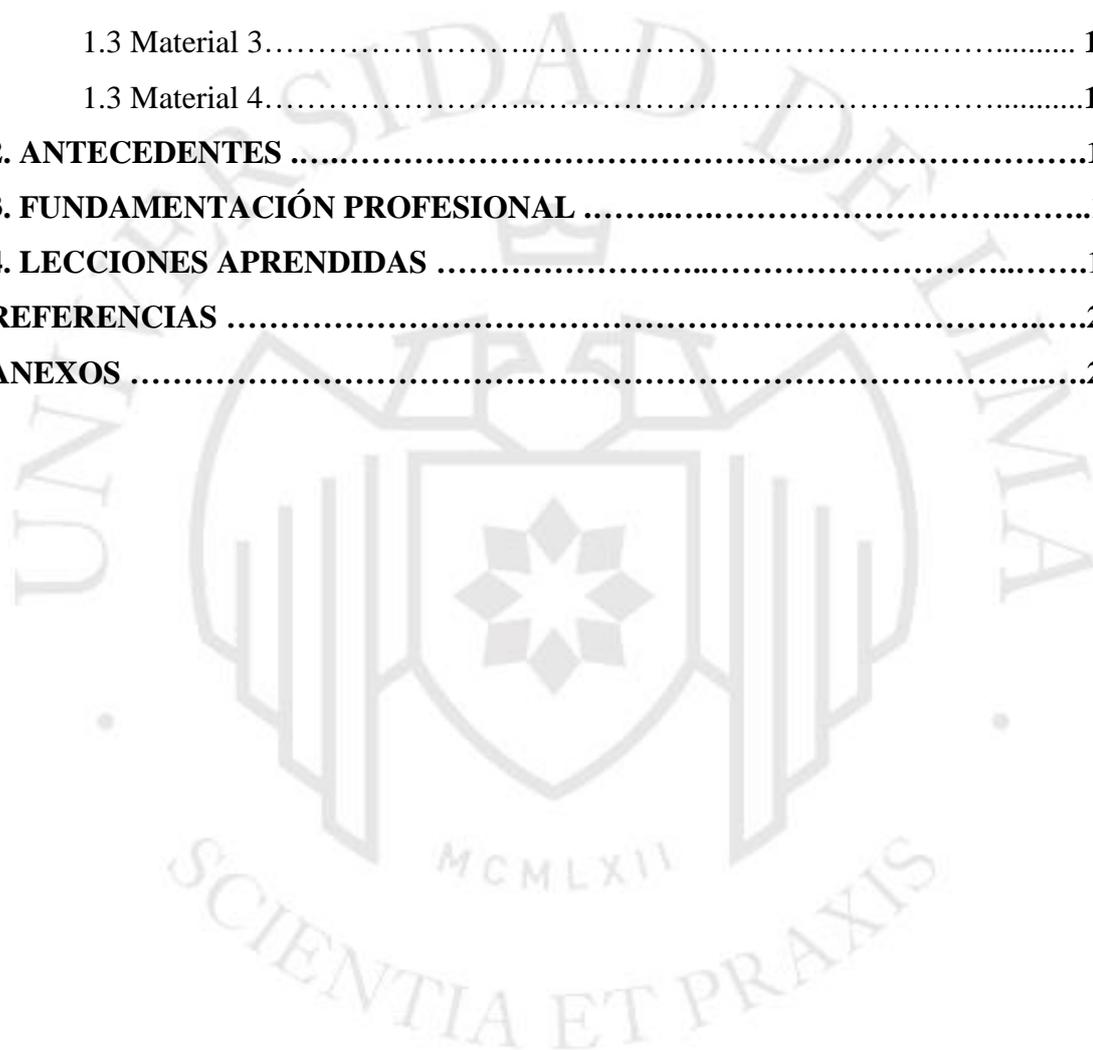




**SIN ELLAS NO HAY FÚTBOL: Podcast
enfocado en el fútbol femenino**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
1. PRESENTACIÓN	9
1.1 Material 1.....	10
1.2 Material 2.....	10
1.3 Material 3.....	10
1.3 Material 4.....	10
2. ANTECEDENTES	11
3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL	14
4. LECCIONES APRENDIDAS	19
REFERENCIAS	21
ANEXOS	26



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Presupuesto para la primera temporada del podcast.....14



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Revisión de programas deportivos.....	27
Anexo 2: Entrevista a Eduardo Combe.....	28
Anexo 3: Entrevista a Vivian Ayres.....	30
Anexo 4: Entrevista a Carlos Salinas.....	43
Anexo 5: Hoja de respuestas.....	50



RESUMEN

Tras 36 años de espera, la clasificación de Perú al Mundial de Rusia 2018 desató una auténtica fiebre futbolística en el país. Esto llevó a los medios de comunicación peruanos a crear una amplia oferta de programas y contenido relacionado con el fútbol, abordando análisis de partidos, entrevistas con jugadores y entrenadores, así como la cobertura de noticias y eventos. Sin embargo, la cobertura periodística del fútbol femenino no creció tanto como se esperaba, teniendo hasta ahora pocas menciones en los programas tradicionales y digitales.

El propósito de esta investigación radica en examinar el contenido abordado sobre fútbol femenino en los principales programas deportivos en Perú. Adicionalmente, se tiene como objetivo generar una propuesta para un espacio deportivo exclusivo centrado en el fútbol femenino, con el propósito de impulsar su difusión y reconocimiento en el país. Asimismo, se busca resaltar las condiciones laborales deficientes, el acoso y la violencia de género que enfrentan las jugadoras, además de desmitificar los estereotipos asociados a este grupo.

El trabajo es una investigación de campo, ya que elaboramos por nuestros propios medios nuestra plataforma digital, en base a las entrevistas realizadas y a la información recaudada de los últimos años.

Palabras clave: fútbol femenino, periodismo deportivo, redes sociales, medios digitales

ABSTRACT

After 36 years of waiting, Peru's qualification for the 2018 World Cup in Russia unleashed a true soccer fever in the country. This led the Peruvian media to create a wide range of programs and content related to football, addressing match analysis, interviews with players and coaches, as well as coverage of news and events. However, journalistic coverage of women's football did not grow as much as expected, with few mentions in traditional and digital programs until now.

The purpose of this research is to examine the content addressed about women's soccer in the main sports programs in Peru. Additionally, the objective is to generate a proposal for an exclusive sports space focused on women's soccer, with the purpose of promoting its dissemination and recognition in the country. Likewise, it seeks to highlight the poor working conditions, harassment and gender violence faced by female players, in addition to demystifying the stereotypes associated with this group.

The work is a field investigation, since we developed our digital platform by our own means, based on the interviews carried out and the information collected in recent years

Keywords: women's soccer, sports journalism, social networks, digital media

1. PRESENTACIÓN

Después de una espera de 36 años, la clasificación de Perú al Mundial de Rusia 2018 desencadenó una verdadera fiebre futbolística en el país. El éxito del equipo masculino peruano, bajo el liderazgo de Ricardo Gareca, provocó un notorio aumento en el interés hacia el deporte. El fútbol se convirtió en un tema recurrente de conversación, y el número de seguidores creció de manera significativa.

Ante la creciente demanda, los medios de comunicación en Perú respondieron generando una amplia oferta de programas y contenidos relacionados con el fútbol. Esto incluyó análisis de partidos, entrevistas con jugadores y entrenadores, además de cobertura de noticias y eventos. Incluso en los períodos en los que la selección nacional no estaba en competencia, los medios continuaron siguiendo de cerca a los equipos locales y a los jugadores peruanos que se desempeñaban en el extranjero.

La clasificación de Perú al Mundial de Rusia 2018 marcó un punto de inflexión en la historia del fútbol peruano. Este deporte se volvió más popular y accesible, y los medios de comunicación desempeñaron un papel fundamental en este proceso.

A pesar de los obstáculos, como la pandemia, que limitaron la celebración de eventos deportivos, como las eliminatorias para el Mundial de Qatar, el fútbol no ha perdido la atención mediática ganada durante la Copa del Mundo de Rusia 2018. Los programas dedicados al fútbol siguen siendo una parte importante de la programación en los medios tradicionales y digitales. Sin embargo, es evidente una falta de representación del fútbol femenino en estos espacios.

Uno de los objetivos de esta investigación es analizar el contenido relacionado con el fútbol femenino en los destacados programas deportivos de Perú. Como segundo objetivo, y el más importante, nos proponemos desarrollar una propuesta para un espacio deportivo exclusivamente dedicado al fútbol femenino, con la finalidad de fomentar su popularización y promoción en el país. Además, buscamos destacar las condiciones laborales precarias, el acoso y la violencia de género que enfrentan las futbolistas, así como desmitificar los estereotipos asociados a ellas.

Para la investigación nos enfocaremos en 2 distintas perspectivas de la cobertura informativa del fútbol en Perú: (1) Revisión de programas de fútbol nacionales de medios tradicionales, digitales y redes sociales (2) Análisis de programas hechos por el prosumidor en medios digitales.

Estos diferentes enfoques nos sirvieron como referencia para analizar los medios de nuestro país que tratan el tema del fútbol y confirmar que, en su mayoría, se aborda desde una perspectiva masculina. Como resultado de esta investigación, hemos elaborado una propuesta para la creación de un espacio deportivo que se distinga entre los ya existentes. Este proyecto consiste en la producción de un episodio piloto de un podcast al que llamaremos 'Sin ellas no hay fútbol'. El programa será en formato audiovisual y se distribuirá en YouTube, Spotify y Apple Podcasts (estos dos últimos en formato exclusivamente de audio). Además, crearemos dos perfiles de redes sociales adicionales en Instagram y TikTok para promocionar el podcast. Estableceremos una parrilla de contenido para el primer mes de emisión del programa. Asimismo, editaremos un video específico, apto para formatos como reels y TikTok, con el fin de invitar a las personas a sintonizar nuestro podcast.

1.1 Material #1: Episodio de podcast en YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=i9Nkf1yR6L0>

1.2 Material #2: Episodio en Spotify

<https://anchor.fm/sinellasnohayfutbol-pe/episodes/La-historia-del-ftbol-femenino-con-Vivian-Ayres--Captulo-1-e29ognm>

1.3. Material #3: Grilla de primer mes de contenidos de “Sin ellas no hay fútbol”

https://docs.google.com/document/d/1o2yGHh9N_6XrIVOfIbaqOrfKgUIRVy5aI3_XxpK888/edit?usp=sharing

1.4. Material #4: Video de TikTok

https://www.tiktok.com/@sinellasnohayfutb?_t=8fz58vWQLwM&_r=1

1.5 Cuenta de Instagram

<https://instagram.com/sinellasnohayfutbol?igshid=MzRIODBiNWFIZA>

2. ANTECEDENTES

En la reciente final de la Liga Femenina de Fútbol 2023 entre Universitario de Deportes y Alianza Lima, se estableció un nuevo récord sudamericano de asistencia a una competencia entre dos equipos de fútbol femenino, con la participación de 42 mil aficionados, según datos proporcionados por el club Universitario. Si bien este logro podría sugerir un avance hacia el tan ansiado reconocimiento, mejores condiciones laborales y la profesionalización del fútbol femenino, la realidad es que este éxito, aunque significativo para las jugadoras peruanas, es apenas un paso en la dirección correcta, y dista de ser completamente satisfactorio.

Según una investigación académica reciente realizada por la Fundación Deportes en Igualdad en colaboración con la Diplomatura de Estudios en Gestión Deportiva de la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Universidad Católica del Perú en 2022, que se centró en el crecimiento e impacto del fútbol femenino a nivel nacional, se encontró que el 82% de las jugadoras reciben una remuneración mensual de menos de 500 soles. Esta gratificación es significativamente inferior al sueldo mínimo en el país, que es de 1,025 soles. Esto ha llevado a que el 47% de las jugadoras deban buscar un segundo empleo y no consideren el fútbol como su única fuente de ingresos, lo que les permite dedicarse plenamente a su rendimiento en las canchas. La encuesta también reveló datos importantes, como que el 41% de las jugadoras comenzó a practicar fútbol antes de los 9 años y que el 70% de ellas tiene una edad promedio menor a 25 años. Esto subraya la necesidad de contar con un equipo completo que garantice el óptimo rendimiento deportivo de nuestras jugadoras, abarcando desde nutricionistas hasta entrenadores especializados. Los clubes deben encargarse de proporcionar un entrenamiento físico adecuado que contribuya al desarrollo saludable de las jugadoras, así como brindarles una correcta infraestructura para sus entrenamientos, una responsabilidad que aún no se está cumpliendo de manera completa.

Asimismo, de acuerdo con el Índice del Desarrollo Social de la Mujer y el Hombre en América Latina (Centrum PUCP, 2023), se revela que la brecha de género en nuestra región es, en promedio, del 7% en favor de los hombres, alcanzando un preocupante 10%

en el caso específico de Perú. Estas discrepancias se agudizan, especialmente, al considerar la autonomía y las oportunidades disponibles para ambos géneros.

Además, se llevó a cabo un estudio titulado 'Diversidad e inclusión en el Perú' (Ipsos, 2021), en el cual se abordaron los grupos más afectados por la discriminación y la desigualdad. Este estudio destacó que a las mujeres se les asocia con profesiones menos remuneradas, lo que, lógicamente, lleva a que cuando las futbolistas expresan preocupaciones sobre sus bajos salarios, sean percibidas como exageradas. Sorprendentemente, un 53% de los peruanos aún sostiene la creencia de que las mujeres deben priorizar su papel de madres y esposas antes que perseguir sus propios sueños. Esta mentalidad se refleja cuando una mujer decide desafiar los estereotipos y opta por convertirse en futbolista, no siendo esta elección siempre bien recibida. Ante esta realidad, no resulta asombroso que el presupuesto asignado al fútbol femenino en nuestro país sea notablemente inferior al destinado al masculino. Esta falta de inversión conlleva a una infraestructura limitada, una escasez de recursos y una visibilidad mediática reducida para nuestras futbolistas, traduciéndose en menos oportunidades de participación (Centrum PUCP, 2023).

Esto se confirma en una entrevista reciente para el medio Perú21 (2023), donde Emily Lima, actual entrenadora técnica de la selección peruana de fútbol, mencionó que gracias a su gestión la bicolor cuenta con nutricionistas, fisioterapeutas, médicas y psicólogos, conformando un equipo casi completo. Aunque esta mejora es bien recibida, llega muchos años después en comparación con la selección masculina. Además, es importante destacar que estos beneficios no están igualmente disponibles para los clubes privados, especialmente aquellos que operan fuera de Lima.

En lo que respecta a la cobertura periodística del fútbol femenino en nuestro país, aún se encuentra en una etapa inicial y generalmente se aborda a través de programas que informan sobre el fútbol masculino. No existe un programa peruano, tanto en medios tradicionales como digitales, que se enfoque exclusivamente en el fútbol femenino. Por otro lado, la participación de mujeres en los programas deportivos ha sido incorporada recientemente en los últimos años, después de años de exclusión en esta rama del periodismo. Cáceres y Vásquez (2020) señalan que la falta de inclusión de la mujer en el ámbito deportivo se debe a los estereotipos que persisten en la sociedad, históricamente

centrados en los hombres. La abrumadora presencia de contenido relacionado con los hombres en los medios digitales e impresos de los diarios deportivos deja en claro que la representación femenina en estos espacios suele ser limitada y, en ocasiones, excepcional.

Incluso ahora, que se añade a las periodistas femeninas como parte de los conductores que dirigen algunos programas deportivos, se hace desde una perspectiva machista y complaciente. Priorizando que sea “agradable” a los ojos de la audiencia, ejerciendo de complemento en los programas y no como una persona capacitada en el ámbito futbolístico. En general, se muestra a la mujer en un contexto que busca cumplir con las expectativas y necesidades de la audiencia.

Para ilustrar lo expuesto, presentamos un claro ejemplo de la cobertura periodística femenina en el país. En el programa 'Futbología' transmitido por GolPerú y conducido por Nair Aliaga y Christian Wagner, se observa una actitud condescendiente por parte del conductor hacia su compañera, minimizando en ocasiones sus comentarios críticos sobre el fútbol e intentando instruirla constantemente. Frases como 'yo te voy a enseñar' o 'yo te explico' son recurrentes por parte de Wagner, a pesar de que es sabido que su compañera ha completado exitosamente su carrera en periodismo y está plenamente capacitada para desempeñar su labor. Además, Aliaga tiene que enfrentar constantes cuestionamientos a su trabajo y a su capacidad profesional por parte de los seguidores, lo cual se refleja en los comentarios en redes sociales.

El público objetivo al que queremos dirigirnos con nuestro nuevo podcast digital son los integrantes de la generación X (14 a 26 años) y generación Y (27 a 42 años) de nivel socioeconómico A, B y C, con interés en el fútbol peruano o deportes. Esto se fundamenta en un informe de Ipsos sobre Generaciones en el Perú del año 2022, que revela que cubrimos el 45% de la población en cuestión de edad, lo cual nos parece necesario, considerando que el fútbol es el deporte bandera del país. Además, según esta data, los centennials son la generación con más internautas que usan continuamente TikTok, una de las plataformas claves en nuestro plan de marketing digital (IPSOS, 2023). Un estudio sobre el perfil de los peruanos conectados (IPSOS, 2020) nos indica que los 'Pagadores digitales en ascenso (o meseta)' son personas del NSE ABC, mayores de 24 años, que trabajan y son usuarios asiduos de smartphones.

3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

Identificando un nicho por explotar en el ámbito de los programas digitales peruanos centrados exclusivamente en fútbol femenino, 'Sin Ellas No Hay Fútbol' se presenta como un producto innovador. Un reciente estudio de investigación llevado a cabo en la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo (2023) analizó los diez podcasts peruanos más populares, revelando que la duración promedio de estos oscila entre 15 y 30 minutos. Tomando en consideración las preferencias del público peruano, decidimos establecer la duración de nuestro programa en este rango, considerando que el tiempo óptimo es de 25 minutos. Asimismo, al ser nuestro producto disruptivo en el contenido futbolístico convencional, la digestibilidad, el entretenimiento y la concisión del programa son esenciales para atraer a nuestra audiencia.

Apoyándonos en la digestión del programa, utilizaremos recursos gráficos llamativos para el mismo, que coincidan con los de nuestras redes sociales. De esta manera, solidificaremos la imagen de marca y generaremos recordación en el público que nos vea.

Al analizar los programas internacionales realizados por los prosumidores digitales centrados en fútbol femenino, así como los programas digitales y tradicionales del fútbol masculino examinados en este estudio (detallados en los Anexos), observamos que lo que más interesa a los usuarios es una combinación de noticias coyunturales a nivel nacional e internacional, curiosidades que distinguen el programa de otros productos similares y la presencia de entrevistados que generen interés en cada episodio.

Por ellos hemos decidido, dividir nuestro programa de 25 minutos en los siguientes segmentos:

1. **Presentación:** Breve introducción de nuestro programa para el público.
2. **Medio tiempo:** En esta sección, tendremos el privilegio de contar con una invitada especial que nos brindará su perspectiva sobre el contexto actual y/o histórico del fútbol femenino, permitiéndonos explorar el desarrollo de este deporte en nuestro país desde los actores del mismo. La elección de invitada puede basarse en la coyuntura actual, es decir, en su creciente presencia en los medios digitales o su relevancia en el

contexto actual del fútbol femenino. Daremos prioridad a las invitadas femeninas, buscando incluir entrenadoras, jugadoras, comentaristas y periodistas en nuestro programa.

3. **¡No te lo pierdas!:** Anunciaremos las fechas próximas de encuentros deportivos de fútbol femenino No solo campeonatos de la Liga 1 o torneos internacionales en los que participen equipos peruanos. Pensamos abrir un canal de comunicación, invitando al público a informarnos sobre sus torneos locales fuera de Lima.
4. **Lo que no sabías:** En cada episodio, compartiremos un dato curioso y poco conocido sobre el fútbol femenino, tanto en el ámbito peruano como internacional. Considerando el desconocimiento generalizado sobre este deporte en la población, nuestro objetivo es despertar el interés y motivar a descubrir más sobre el fútbol femenino.
5. **Opina la calle:** Consultaremos al público (con afinidad por el fútbol) sobre diversos temas del fútbol femenino tanto actuales como históricos. Incluso en un futuro, planeamos proponer convenios a marcas para brindar premios a los participantes,

Tendremos 3 puestos importantes en el programa en la temporada 1: Conductora (Rosa María Muñoz), productora (Dharma Arenas) y editora (Andrea Jara). Tuvimos un primer contacto con Rosa María Muñoz Tipiana, periodista deportiva, especialista en narración de fútbol y vóley, la cual creemos acorde al programa. Está involucrada en el desarrollo del fútbol femenino, e inclusive ha narrado finales de la liga femenina, En diversas entrevistas ha declarado que el fútbol femenino necesita apoyo y es consciente de las carencias de apoyo hacia el deporte, además es activista en el reconocimiento de las periodistas femeninas en los deportes del Perú. Ella nos parece la indicada para conducir el programa ya que su línea de carrera es acorde al propósito de nuestro podcast.

En nuestro piloto, contamos con la participación de Vivian Ayres, quien fue integrante de la Selección Juvenil de Fútbol Femenino en 1998 y obtuvieron la medalla de bronce en el Sudamericano, un hecho histórico en ese momento. Actualmente, ejerce como entrenadora de fútbol femenino en el Club Deportivo Municipal, brindándonos una perspectiva valiosa sobre la evolución del fútbol en los últimos años desde su experiencia directa.

Para nuestro segundo episodio, hemos asegurado la participación de Nicole Calderón, subeditora general de Líbero, un cargo de gran relevancia en uno de los medios más destacados de fútbol en el país, logrado por una mujer a la temprana edad de 24 años. Creemos que podrá ofrecernos una visión cercana sobre la evolución del periodismo deportivo femenino y comparar el rendimiento de los clubes nacionales como Universitario y Alianza con los clubes internacionales.

Nuestro plan inicial implica la creación de una primera temporada con 7 capítulos, que se publicarán quincenalmente, específicamente los sábados. Esto se debe a que nos lanzaremos como un programa independiente, sin el respaldo de un medio tradicional, asumiendo nosotras los costos económicos de cada episodio. Respecto a nuestro presupuesto, en primer lugar, tenemos los sueldos. Se consideran 3 puestos de trabajo para el podcast: conductora, productora y editora. Consideramos el disco duro que se compró para guardar los archivos del podcast, adicionalmente calculamos alimentos que podríamos ofrecer a la conductora/productora/editora como agua/snacks. Añadimos también movilidades de las 3 personas involucradas en el rodaje y un par de micrófonos portátiles que se usarán en las entrevistas en la calle. Finalmente consideramos el precio del estudio de grabación, pero no se añadió a la suma total, por la primera temporada, ya que conseguimos un acuerdo con un estudio emergente con el cual, mediante intercambio de menciones en redes sociales, nos brinda 14 horas de grabación gratuitas. Los montos que hemos estimado se estipulan en la imagen a continuación:

PRESUPUESTO ESTIMADO PARA PODCAST "SENHF"			
ÍTEM	CANTIDAD	MONTO UNITARIO	MONTO TOTAL
SUEDO CONDUCTORA	7	S/.200,00	S/.1.400,00
SUELDO PRODUCTORA	7	S/.150,00	S/.1.050,00
SUELDO EDITORA	7	S/.100,00	S/.700,00
DISCO DURO	1	S/.300,00	S/.300,00
ALIMENTOS	7	S/.40,00	S/.280,00
MOVILIDADES	7	S/.100,00	S/.700,00
ESTUDIO DE GRABACIÓN	7	S/.250,00	S/.1.750,00
MICRÓFONO PORTÁTIL	2	S/.40,00	S/.80,00
TOTAL			S/.4.510,00
TOTAL MENSUAL			S/.1.503,33
INVERSIÓN POR PERSONA X MES			S/.751,67

Presupuesto para la primera temporada de podcast. Fuente: Creación propia.

Hemos diseñado un plan de financiamiento a largo plazo para garantizar la rentabilidad de nuestra iniciativa. Tuvimos la oportunidad de conversar con Carlos Salinas, Director Periodístico Deportivo del Grupo La República. Nos mencionó que este medio de comunicación tiene interés en incluir nuestro programa en su oferta digital, siempre y cuando logremos una cantidad considerable de seguidores, visualizaciones y auspicios.

Como primera estrategia para atraer a nuestro público objetivo y buscar financiamiento de manera independiente, hemos optado por establecer colaboraciones con emprendedoras mujeres. En este sentido, promocionaremos sus productos (2 máximo por episodio) en nuestro programa, bajo la condición de que 'Sin Ellas No Hay Fútbol' sea mencionado al menos 2 veces en sus redes sociales durante la semana de publicación del capítulo correspondiente. Además, realizaremos sorteos de sus productos en nuestras páginas de Instagram, siguiendo esta dinámica: en cada episodio compartiremos una pregunta que se podrá resolver con información que mencionaremos en el mismo. Para participar en el sorteo, nuestros seguidores deberán ver el programa y comentar la respuesta en la publicación del sorteo. De este modo, fomentaremos la interacción en redes sociales, el interés en nuestro contenido y la posibilidad de que otros emprendimientos deseen participar y auspiciar nuestro producto.

Al principio, los emprendimientos serán de personas parte de nuestra red personal de contactos, ya que ellos tendrán la confianza en nuestro producto. Conforme avance el alcance del podcast, ofreceremos alianzas a distintos emprendimientos y eventualmente a empresas. Para los siguientes episodios hemos confirmado la participación de los siguientes emprendimientos:

- Chocolate y Nuez, emprendimiento de chocolates caseros con 690 seguidores en Instagram.
- Aliase, emprendimiento de ropa deportiva con 30 mil seguidores en Instagram.
- Nativa, emprendimiento de joyería de fantasía con 840 seguidores en Instagram.

Debido a la cantidad de seguidores de las redes sociales que se requieren, el podcast no está monetizado; sin embargo, apenas podamos es una opción que habilitaremos. Al ser un programa nuevo, entendemos la importancia de formar una comunidad digital. Para ello, hemos elaborado una estrategia de marketing digital. Manejaremos tres plataformas

en redes sociales: Instagram, TikTok y YouTube. Dado que produciremos un podcast, nuestras piezas serán, en su mayoría, audiovisuales, por lo que nos decidimos por estas plataformas, en las cuales el contenido predominante son videos. Además, según un estudio de Ipsos del año 2021, las cinco aplicaciones con mayor frecuencia de uso en Perú son WhatsApp, Facebook, TikTok, YouTube (Ipsos, 2021).

Nuestra estrategia será en inicio subir contenido constante para mantener a nuestros seguidores interesados, publicaremos todas las semanas dejando un día, iniciando desde el lunes. Nuestro contenido en la plataforma de TikTok e Instagram serán similares, se basarán pequeños videos de los momentos más relevantes de nuestras entrevistas, así como videos de presentación o datos de nuestra entrevistada para generar la atención del público. Iniciaremos con estos contenidos definidos para que nuestra audiencia pueda recordarnos por secciones en específicas, al contrario de tener cantidad de contenido disperso y sin recordación. El inicio de la grilla será un tráiler del programa en TikTok e Instagram.

Link de grilla de contenido para el primer mes:

https://docs.google.com/document/d/1o2yGHh9N_6XrIVOfIbaqOrfKgUIRVy5aI3_XpK888/edit?usp=sharing

Cabe resaltar, que Facebook y WhatsApp no se consideran dentro de nuestra estrategia digital ya que según un Informe de redes sociales (IPSOS, 2021), Facebook y WhatsApp se usan en su mayoría para realizar compras o para comentar experiencias.

KPI propuestos (plazo: 3 meses):

- 450 suscriptores en YouTube.
- 3000 seguidores en Instagram.
- 2000 seguidores en TikTok

4. LECCIONES APRENDIDAS

Realizar un piloto de podcast nos proporcionó una herramienta audiovisual adaptable a diversas plataformas. Aprendimos a comprender el pensamiento tanto de los actores principales como secundarios en el fútbol y el fútbol femenino. Utilizamos nuestra experiencia en el ámbito audiovisual adquirida a lo largo de nuestra carrera y trayectoria profesional para llevar a cabo este podcast.

Investigamos referentes de podcasts tanto peruanos como internacionales. Nos sorprendió descubrir que no existía uno exclusivamente dedicado al fútbol femenino en Perú, a diferencia de otros países como Argentina y Venezuela. Esto nos impulsó a dar el paso para crearlo.

Según lo que vemos y el furor que hay cada vez que la selección juega un partido, creemos que el Perú es un país 'futebolero' y apelando a eso es que creemos que nuestro programa puede tener éxito. Además, uno de nuestros segmentos de realizar preguntas a hinchas en la calle nos da la herramienta para que las personas, incluso si hace meses no piensan en fútbol femenino, ese día les de curiosidad y averigüen sobre el deporte. Los sorteos también creo que ayudan también porque es un requisito compartir la publicación en historias, así que estaremos a la vista de aún más personas que pueden interesarse por nuestro podcast y ser nuevos en la hinchada del fútbol femenino. Al fin y al cabo, ese es el objetivo del podcast, darle visibilidad al fútbol femenino para que puedan tener igualdad de condiciones al masculino. La hinchada debe crecer y esperamos en unos años comparta cantidad con el fútbol femenino o haya diferencias tan mínimas que solo se le llamará fútbol.

En nuestro episodio piloto, buscábamos lograr una importante repercusión. Por esta razón, nos pusimos en contacto con Vivian Ayres. Aunque no sea 'famosa' en el país, es una figura relevante en la historia del fútbol femenino, con ella pudimos tener una fuente de primera mano de la importancia de la mejora en las condiciones laborales de las jugadoras.

Como aprendizaje, nos queda claro que cada día de grabación debemos grabar mínimo dos programas y contar con al menos dos entrevistados para cada uno de ellos, para estar protegidas ante cualquier eventualidad. Dado que, en nuestro día de grabación, Vivian tuvo un imprevisto y nos canceló media hora antes de la reunión pactada, por lo que tuvimos que dividir la grabación en dos partes, en dos días diferentes, lo que nos genera una discontinuidad visual en la locación.

Del mismo modo, en la edición hubo una confusión con el nombre de nuestras secciones, por lo que hemos decidido tener una semana entera solo dedicada a la edición de cada programa y evitar este tipo de imprevistos. Lo cual, podremos lograrlo con mayor tiempo de producción en condiciones normales, fuera de los tiempos del programa de titulación.

Hemos aprendido que no solo las jugadoras son un tema de creciente interés en el ámbito futbolístico reciente, sino que las periodistas deportivas están adquiriendo cada vez más relevancia en el mundo del deporte. Cada vez hay más conductoras en los programas de televisión y radio, lo cual nos otorga un valor agregado como programa.

El Perú es un país apasionado por el fútbol, pero siendo sinceros, solo del fútbol masculino. Les toca a las mujeres también ser protagonistas del fútbol en nuestro país. Esperamos aportar con nuestro podcast a que la hinchada de este deporte se haga más grande y mejoren las condiciones de los equipos de fútbol femenino de nuestro país.

REFERENCIAS

Referencias

- Br. Gastañadui Cruz, L. d., & Br. La Torre Moreno, L. P. (29 de diciembre de 2022). Obtenido de Universidad privada Antenor Orregvo:
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/10094/1/REP_LUCIA.GASTA%C3%91ADUI_LORENA.LA.TORRE_PODCASTING.PERUANO.pdf
- CENTRUM PUCP. (22 de marzo de 2023). *CENTRUM PUCP*. Obtenido de <https://centrum.pucp.edu.pe/centrum-news/noticias-institucionales/peru-brecha-genero-mas-alta-america-latina/#:~:text=Seg%C3%BAn%20%C3%89ndice%20del%20Desarrollo%20Social,andinavinos%20como%20Ecuador%20y%20Per%C3%BA>
- Dick Ronald Cáceres Navarro, L. A. (2020). Presencia femenina en los espacios deportivos televisivos. *Cultura*, 35-48. Obtenido de https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_34_presencia-femenina.pdf
- Fundación Deportes en Igualdad en colaboración con la Diplomatura de Estudios en Gestión Deportiva de la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Universidad Católica del Perú . (28 de enero de 2022). Obtenido de .edu:
<https://puntoedu.pucp.edu.pe/institucional/genero/informe-sobre-futbol-femenino-en-peru/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (Mayo de 2021). *INEI*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1801/libro.pdf
- IPSOS. (agosto de 2020). *IPSOS*. Obtenido de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-10/perfil_de_los_peruanos_conectados_0.pdf
- IPSOS. (17 de noviembre de 2021). Obtenido de IPSOS:
https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-11/Diversidad%20e%20inclusi%C3%B3n%20en%20el%20per%C3%BA_Patria%20Rojas.pdf
- IPSOS. (28 de octubre de 2021). *IPSOS*. Obtenido de <https://www.ipsos.com/es-pe/redes-sociales-2021>
- IPSOS. (23 de enero de 2023). Obtenido de IPSOS: <https://www.ipsos.com/es-pe/generaciones-en-el-peru-2022>
- Peru 21. (24 de mayo de 2023). Obtenido de Perú 21:
<https://peru21.pe/deportes/seleccion-peruana/emily-lima-al-futbol-femenino-lo-miran-como-un-coste-muy-alto-y-no-como-una-inversion-seleccion-peruana-brasil-ecuador-peru-agustin-lozano-fpf-jugadoras-profesionales-liga-profesional-femenina-noticia/>

Bibliografía

- América Deportes. (s. f.). *FIFA instalará en Perú academias de fútbol femenino*.
<https://www.americatv.com.pe/deportes/seleccion/seleccion-peruana-fifa-instalara-academias-futbol-femenino-peru-n341535>
- Barrantes, A. (2018a, agosto 15). Copa Perú femenina: “Creo que sí hay futuro en el fútbol femenino”. *El Bocón*. <https://elbocon.pe/futbol-peruano/copa-peru-femenina-yo-creo-que-si-hay-futuro-en-el-futbol-femenino-171897/?ref=ebr>
- Barrantes, A. (2018b, agosto 21). FPF anuncia inscripciones para la Liga de Fútbol Femenino en Perú. *El Bocón*. <https://elbocon.pe/futbol-peruano/fpf-anuncia-inscripciones-para-la-liga-de-futbol-femenino-en-peru-172270/?ref=ebr>
- Chau, E. (2019, 7 junio). Acerquémonos más a la portería de un fútbol con equidad. *Peru21*. <https://peru21.pe/opinion/futbol-femenino-acerquemonos-porteria-futbol-equidad-mundial-482968-noticia/>
- Combe, E. (2020, 2 marzo). Selección Peruana femenina: Un día como hoy hace 22 años jugó su primer partido oficial. *Depor*. <https://depor.com/futbol-peruano/seleccion-peruana/seleccion-peruana-femenina-un-dia-como-hoy-hace-22-anos-jugo-su-primer-partido-oficial-noticia/?ref=depr>
- Dt, R. (2020, 11 junio). Cindy Novoa: “Con el sueldo de un futbolista, se podría pagar la planilla de todo un equipo femenino”. *El Comercio Perú*.
<https://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/universitario-cindy-novoa-alza-su-voz-de-protesta-tras-las-malas-condiciones-del-futbol-femenino-futbol-peruano-nczd-noticia/?ref=ecr>
- Ec, R. (2021, 5 junio). La evolución del fútbol femenino en el Perú en imágenes. *El Comercio Perú*. <https://elcomercio.pe/somos/historias/la-evolucion-del-futbol->

femenino-en-el-peru-en-imagenes-liga-femenina-fpf-seleccion-peruana-fotos-
universitario-alianza-lima-noticia/

Efe, A. (2022, 1 mayo). La serie “Las Bravas FC”, protagonizada por Mauricio

Ochmann, cambia la mirada sobre el fútbol femenino. *El Comercio Perú*.

<https://elcomercio.pe/tvmas/series/la-serie-las-bravas-fc-protagonizada-por-mauricio-ochmann-cambia-la-mirada-sobre-el-futbol-femenino-celebs-rmmn-noticia/?ref=ecr>

Empresa Peruana de Servicios Editoriales S. A. EDITORA PERÚ. (2020, 24 mayo).

Futbolistas nacionales mujeres lamentan la falta de respaldo en la crisis.

<https://andina.pe/agencia/noticia-futbolistas-nacionales-mujeres-lamentan-falta-respaldo-la-crisis-798688.aspx>

Empresa Peruana de Servicios Editoriales S. A. EDITORA PERÚ. (2022a, marzo 6). *El*

fútbol femenino del Perú tendrá auspiciador por primera vez en su historia.

<https://andina.pe/agencia/noticia-el-futbol-femenino-del-peru-tendra-auspiciador-primera-vez-su-historia-883587.aspx>

Empresa Peruana de Servicios Editoriales S. A. EDITORA PERÚ. (2022b, agosto 16).

Fútbol femenino, el gran potencial comercial que crece en Europa.

<https://andina.pe/agencia/noticia-futbol-femenino-gran-potencial-comercial-crece-europa-905843.aspx>

Futbolperuano.com. (2021, 7 marzo). Conmebol nombra al 7 de marzo «Día del Fútbol

Sudamericano Femenino». *Futbolperuano.com*.

<https://www.futbolperuano.com/peru/futbol-femenino/conmebol-nombra-al-7-de-marzo-dia-del-futbol-sudamericano-femenino-298713>

León, M. Q. (2019a, julio 25). Lima 2019: Esta es la realidad del fútbol femenino en el

Perú. *El Comercio Perú*. <https://elcomercio.pe/panamericanos-lima->

2019/juegos-panamericanos-lima-2019-realidad-futbol-femenino-peru-noticia-ecpm-659000-noticia/?ref=ecr

León, M. Q. (2019b, septiembre 8). #QueremosSerVistas: La lucha del fútbol femenino en el Perú. *El Comercio Perú*. <https://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/queremos-vistas-lucha-futbol-femenino-peru-noticia-ecpm-ech1t-673523-noticia/?ref=ecr>

Loyola, F. E. (2022, 11 octubre). Marcas y auspicios: el otro boom del fútbol femenino. *Gestión*. <https://gestion.pe/tendencias/estilos/liga-femenina-2022-marcas-y-auspicios-el-otro-boom-del-futbol-femenino-noticia/?ref=gesr>

Lr, D., & Lr, D. (2022, 7 febrero). Brecha de género y fútbol peruano: 82% de las deportistas recibe menos de 500 soles al mes. *La República.pe*. <https://larepublica.pe/deportes/2022/02/07/futbol-femenino-peru-82-de-las-deportistas-recibe-menos-de-500-soles-mensuales-atmp>

Noriega, J. C. (2022, 7 diciembre). La historia poco conocida de la primera selección de fútbol femenino, contada por sus protagonistas. *El Comercio Perú*. <https://elcomercio.pe/somos/historias/futbol-femenino-la-historia-poco-conocida-de-la-primera-seleccion-de-futbol-femenino-contada-por-sus-protagonistas-atar-mundial-historias-ec-noticia/?ref=ecr>

Perú, R. (2022, 21 septiembre). Tras su publicación en redes sociales: Movistar Deportes se disculpó con el equipo femenino de Alianza Lima. *Peru21*. <https://peru21.pe/deportes/futbol-peruano/movistar-deportes-se-disculpo-con-el-equipo-femenino-de-alianza-lima-liga-1-rmmd-noticia/>

Perucom, R. (2018a, enero 11). FPF: “Para 2019 el fútbol femenino será obligatorio en los clubes”. *Peru.com*. <https://peru.com/futbol/seleccion/fpf-2019-futbol-femenino-obligatorio-clubes-noticia-549938/?ref=pcom>

- Perucom, R. (2018b, marzo 20). Selección peruana femenina busca el Mundial contra todo pronóstico. *Peru.com*. <https://peru.com/futbol/seleccion/seleccion-peruana-femenina-busca-mundial-contra-todo-pronostico-noticia-558418/?ref=pcom>
- Rpp, R. (2021, 30 diciembre). Liga Femenina: 2021, un año clave en el crecimiento del fútbol femenino peruano. *RPP Noticias*.
<https://rpp.pe/futbol/descentralizado/liga-femenina-2021-un-ano-clave-en-el-crecimiento-del-futbol-femenino-peruano-alianza-lima-noticia-1373779?ref=rpp>
- Valdivia, C. C. (2022, 9 octubre). Vivian Ayres, Olienka Salinas y los nombres que hicieron grande al fútbol femenino en el Perú. *El Comercio Perú*.
<https://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/liga-femenina-los-nombres-que-hicieron-grande-al-futbol-femenino-en-el-peru-vivian-ayres-olienka-salinas-marisella-joya-adriana-lucar-premios-dt-rmmd-dtcc-noticia/?ref=ecr>
- ¡Vuelve el fútbol femenino! Liga 2021 se iniciará el 29 de mayo en Lima. (s. f.).
Noticias | Diario Oficial El Peruano. <https://elperuano.pe/noticia/119853-vuelve-el-futbol-femenino-liga-2021-se-iniciara-el-29-de-mayo-en-lima>



ANEXOS

Anexo 1: Revisión de programas deportivos

TV

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	LINK
Futbología-GolPerú	Programa deportivo conducido por Christian Wagner y Nair Aliaga acerca de las tendencias del fútbol en redes sociales	https://www.golperuporinternet.pe
Al Ángulo-Movistar Deportes	Programa de análisis deportivos y de entretenimiento conducido por José Chavarri, Franco Cabrera, Michael Succar y Pedro García	https://www.youtube.com/watch?v=QGxXuKB83Is&t=2s
Código de Fútbol. GolPerú	Programa de análisis deportivo conducido por Milena Merino, Maxi Medalla, Jorge Kieffer	https://www.golperuporinternet.pe
Fútbol en América	Programa de análisis de fútbol nacional e internacional conducido por Oscar del Portal, Erick Osores, Richard de la Piedra	https://www.youtube.com/watch?v=YfP_kzHIdNs

REDES SOCIALES / MEDIOS DIGITALES (VIDEO)

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	LINK
No son once, con Álvaro Benito-Diario As	El podcast del diario tradicional español "Diario AS", que presenta entrevistas exclusivas y análisis futbolístico, solo se transmite a través de YouTube y Spotify.	https://as.com/audio/podcast/no-son-once-con-alvaro-benito/
Fútbol como cancha	Podcast peruano del medio RPP, donde Jesús Arias hace un resumen de las novedades del fútbol	https://youtube.com/@RPPDeportes?si=du3p0sX5ojmtLUbH
Al Ángulo	Programa de podcast peruano de Movistar Deportes del Perú. Se hacen llamar #Lacasadelaselección.	https://youtube.com/@MovistarDeportesPeru?si=-OTjH0HkLWaoRyXM
Los titulares de Puchungo	Podcast de fútbol con invitados del diario Depor.	https://youtube.com/@Diario Depor?si=DIN2xfFuq6ZaKnGe

Análisis de programas hechos por el prosumidor en medios digitales.

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	LINK
Podcast de Flepe	Podcast de análisis de noticias coyunturales del fútbol femenino realizado por una prosumidora argentina. Solo se emite por Youtube.	https://www.youtube.com/@FlepeFutbolFem
Referentes Podcast	Podcast dedicado al fútbol femenino, creado por dos prosumidoras de Venezuela en mayo de este año. Solo por YouTube.	https://youtube.com/@ReferentesPod?si=HKY_xXbEnpqaXLLU
Ladra el fútbol	Podcast peruano en YouTube y Spotify que usa un lenguaje directo, su objetivo es hablar sobre fútbol sin filtro ni "mermelada" y se creó en el 2020. Sube episodios hasta la actualidad.	https://youtube.com/@LADRAELFUTBOL?si=Fnhhyaj6DNyqS-1
Fútbol total Perú	Podcast peruano de fútbol en Spotify, se dedica a compartir noticias del deporte. Se creó en el 2019 y sube episodios hasta la actualidad.	https://spotify.link/Tw5pajEDnDb

Anexo 2: Entrevista a Eduardo Combe

D: ¿Qué desafíos se enfrentan los periodistas deportivos para evitar la tergiversación de la información?

E: Es un tema muy interesante. Lastimosamente hoy existen las redes sociales que han tomado mucho poder informativo y a veces puede ser incontrolable que algo se vuelva en una mentira. El desafío que enfrentas es cuando eres un periodista solo de computadora y otro que tiene fuentes. Eso es lo que yo creo. Esa es mi forma de ver las cosas. Si tienes fuentes es muy fácil, ¿no? Te enteras de algo, tomas tu teléfono, escribes o llamas y tienes la información real. Si eres un periodista, solo de computadora, puede ser que caigas en alguna mentira.

D: ¿Cómo crees que el periodismo deportivo puede contribuir a la lucha contra la desinformación?

E: Informando bien, puede sonar muy irónico lo que digo, pero es simplemente informando bien, siendo buena onda, no ser mala leche. Hay gente lastimosamente hoy, que más que todo, quiere ser viral. No les importa su reputación, pueden mentir y contar algo para hacerse conocidos, ya es también de cada uno.

D: ¿Cómo crees que el periodismo deportivo puede promover la inclusión de minorías en el fútbol?

E: Hoy se hace mucho por Internet, es la parte irónica de las redes sociales, porque justamente eso ayuda a difundir las minorías, ¿no? Pero hay que recordar que al final los medios de comunicación, el periodismo se basa mucho igual de lo que es la rentable, como cualquier negocio, como si estuvieras en una bodega. Entonces, para difundir o promover la inclusión de las minorías, hay que hacerla también rentable, y a veces tienen que pasar cosas muy llamativas para que suceda.

D: ¿Qué papel juega el periodismo deportivo en la lucha contra el discurso de odio y discriminación del fútbol?

E: Muy grande, pero eso ya, más allá de la difusión para que no haya odio, discriminación, racismo, etcétera. Yo soy un partidario siempre que las cosas vienen de casa, pero eso no

tiene por qué decirle nada a nadie. Yo te puedo hacer una súper campaña en tele, en radio, en internet, en periódicos, pero si en tu casa o en tu entorno siguen en lo mismo, es por las puras. Todo viene de casa. El periodismo deportivo sí juega un papel muy grande, difundiendo afiches, mensajes, etcétera. Pero repito, para mí, eso es en vano si en casa todo sigue igual.

D: ¿Qué consejo darías a los periodistas deportivos jóvenes que quieran promover la inclusión y la seguridad del fútbol?

A: Que no sean mala onda y no se dejen llevar por querer ser viral un rato o por querer dar un dato que puede perjudicar a alguien y generar repercusión. Eso es lo que yo creo. Hay otras formas para hacerse conocido, y no es ganando ese tipo de reputación.



Anexo 3: Entrevista a Vivian Ayres

A: En este primer programa tenemos de entrevistada a Vivian Aires, que es goleadora histórica de universitario y una de las pioneras del fútbol femenino. Ella está aquí para conversar con nosotros un poquito acerca de lo que fue el fútbol femenino hace algunos años y cómo se viene desarrollando hasta el día de hoy. Bienvenida

V: Hola, Andrea. Hola, Dharma. ¿Qué tal? Gracias por la oportunidad que me dan de poder hacer conocer un poco más de lo que fue lo que ha sido la historia de pocas palabras del fútbol femenino a partir de 1996 que se inicia todo esta, digamos, nueva era de fútbol, ¿no? Porque tengo entendido que en el 70 ya había habido también en su momento algo, nos jugaban, pero no como un torneo oficial realizado por la Federación, pero en el fútbol. Así es que nada, las preguntas que tú decías, yo te voy a responder.

D: Claro, bueno, me gustaría comenzar con un poquito de historia, ya que si bien el fútbol femenino sigue en desarrollo y le falta bastante camino que recorrer. Tú has sido una de las jugadoras que ha sentado las bases para esto.

A: Teníamos una pregunta bastante puntual e importante. Queremos poner a las nuevas generaciones en contexto, ya que sabemos que nuestras generaciones para abajo no tienen mucha noción de todas las peripecias que han pasado las jugadoras para estar donde están, si es que ahora es difícil antes era mucho más difícil. Queríamos preguntarte cómo fue la experiencia de jugar en el año 98 con la bicolor en ese torneo tan importante que fue el sudamericano, que de hecho ustedes se llevaron a de bronce y fue algo histórico. ¿Cuál fue la parte positiva y la parte negativa de ser jugadora femenina de fútbol en esos años?

V: Todo empieza en el 96, con un torneo experimental, pero que fue oficial, experimental se le dice porque fue el primer torneo, donde vieron pocos equipos, pero creo que llegamos a 0,8 nada más y donde campeona la U y al año siguiente ya se hace el torneo con mayor cantidad de equipos donde en su mayoría eran, o sea eran universidades, no como universidades en sí, sino como universidades clubes, si lo podemos llamar así, y estaba lo que era la U y cristal, ¿no? Y ese primer año se hacen dos torneos, son dos torneos realmente, que también los campeona la U, y al año siguiente es el 98, donde es

el primer sudamericano, para nosotros los peruanos, pero ya había habido antes otros. Entonces, para nosotros, Perú era nuestra primera participación en un campeonato internacional y donde no fue, digámoslo así, bien, porque quedamos terceras, incluso pudimos ver cada dos segundos, si es que Argentina no recibe la ayuda del arbitraje en ese partido que jugamos el pase a la final con Argentina en Mar del Plata, ¿no? Es más, nosotros estábamos ganando ese partido, Argentina nos empata sobre el final, casi, y en la tanda de penales, la arquera de Perú, en este caso Rochi, que cambiamos a la arquera, porque era Mari Carmen Tejeira, la arquera, y para los penales, el profe Lucho Sánchez decide cambiar la arquera, porque en los penales Roger había demostrado tapar mejor que Mari Carmen. Fue un cambio arriesgado, porque Mari Carmen se tapó, hizo un partidazo ese día y bueno, pero, al fin y al cabo, Roger tapa los penales y le tapa un penal a Argentina, pero hicieron repetir ese penal porque dicen que se había adelantado. Y la verdad es que ahora ya no se adelantan los arqueros, pero como se adelantaban antes, lo que se había adelantado Rochi era realmente nada. Pero bueno, lo hicieron repetir, al final perdimos por penales y nosotros fuimos a disputar el tercer lugar con Colombia que le ganamos, en ese juego, y con ese juego ganamos el derecho de era los panamericanos del 99, pero hasta el día de hoy nosotros no sabíamos por qué nos fuimos a los panamericanos y ahí empezaron de alguna forma u otra a matar este crecimiento del fútbol femenino, ¿no? De ahí viene para el 98, bueno, para el 98, para el 99, juega también. Creo que el 98 también juega Alianza, pero Alianza tenía un equipo que, la verdad, o sea, su directiva no apoyaba al equipo, como hoy vemos que apoya la alianza. Después, en el 2000, bueno, yo hasta el 2000, tres, cuatro, 2004, que yo ya decido retirarme, no porque estuviera vieja ni nada, sino porque del fútbol me iba a vivir, ya trabajaba y mis horarios de trabajo se cruzaban con los horarios de los entrenamientos, pero básicamente después del sudamericano del 98 vinieron los bolivarianos, en los cuales campeona Perú también, y antes de eso había habido un torneo que lo que vendría a hacer hoy la Copa Libertadores era también un primer torneo, Inter clubes, que no tenía el título de Copa Libertadores, sino solo de Inter clubes, donde no estuvieron presentes equipos brasileros, de toda Sudamérica, más no de Brasil, y Perú llega pues a meter tres equipos, ¿no? Primero, segundo y tercero, que uno fue Cristal y Sport Boys, eso es lo que fue, o sea, así termina la tabla, digamos nuevo así. Entonces, nosotros veníamos con mucha fuerza, una selección, jugadoras que, en sus inicios, la gran mayoría éramos jugadoras que habíamos iniciado. Yo siempre digo como iniciaron siempre los hombres, desde chiquititas jugando al fútbol con esas habilidades, esas destrezas que debería tener uno para cualquier

deporte, ¿no? Y que hoy tal vez empiezas a aparecer, lo vemos, ya hay niñas de 12, 13 años, 13 años. Yo hoy por hoy, para mí, yo veo muchas chicas que tienen una sub 14, una sub 12 que juegan, tiene un nivel técnico muchísimo mejor de lo que puede tener una sub-20. Así es que eso parte porque ya desde muy temprana edad se empezó a jugar temprano para obtener mayores destrezas y habilidades para el fútbol en este caso y nosotras, pues esa generación de esa época éramos así, eran chicas que veníamos. Yo tenía hermanos y jugaba con ellos en el patio de la casa o en la esquina del barrio, así es que es por eso, yo creo que Perú en esa época tenía muy, muy buen nivel. Después con todos los problemas sociales que hay en un país donde ya los niños o las niñas no suelen jugar en la calle, entonces te limita muchas cosas, entonces no aparecen esas jugadoras diferentes, digamos que te puedan dar eso, ¿no? Y los otros países empiezan a desarrollar el fútbol como tal y nosotros nos quedamos como en algún momento que hasta el día de hoy pasa en el voleibol nacional fuimos subcampeonas olímpicas y de ahí nos dormimos en nuestros laureles y hoy hasta Chile nos gana, cosa que antes no sucedía.

A: Algo que mencionaste, que me llamó mucho la atención, fue el hecho de que dijiste que antes la selección no apoyaba a muchos jugadores y que tuvo el momento de retirarte una de las razones por las que te retiraste fue porque no podías vivir del fútbol. Eso me hizo pensar qué dificultades tenían en ese momento las jugadoras femeninas que, como tú mencionas, muchas no se podían dedicar solamente a su pasión, porque quizás el sueldo no era muy bueno, las condiciones no se prestaban para que el fútbol se siga profesionalizando en ese entonces.

V: Claro, mira, por ejemplo, yo te voy a hablar básicamente de mi caso. Yo jugaba en la U, en el 96, 97, y a nosotros nos pagaban 15 soles a la semana para transportarnos, y nosotros entrenábamos de lunes a viernes. Me acuerdo de 4, 6 de la tarde y en cristal, el promedio de lo que ganaban las chicas era entre 600 y 1.000 soles. Entonces, una gran diferencia y, además, equipos, olvídate. Tal vez, ni propina recibían, ni para el pasaje. Después yo paso a jugar a Cristal en el 98 99 y ahí ya yo, te digo así, ganaba 2.000 soles. Éramos dos o tres jugadoras que estábamos cerca de ese, nos salió 2.000, y creo que después venía Olenka, que llegaba a ganar 1800 más o menos y después por ahí venían todas las demás que ganaban de 1.200 para abajo. Te estoy hablando de Sporting Cristal. Después voy a Copsol y en Copsol, bueno, no pagan eso, yo decidí, por mi propia voluntad de irme de cristal y paso a ganar en Copsol de 750 soles. Y de ahí ningún equipo

pagaba, ¿no? Y Alianza, cuando yo digo Alianza, que no tenía el apoyo que tiene hoy por parte de su dirigencia, era, como tal vez algunos clubes que pueden pasar aquí en Lima, que sí se forman, se juntan, pero no tienen ese respaldo del club realmente para que crezca, ¿no? Entonces esa alianza no lo tenía. Y hoy, pues obviamente es otra cosa en ese sentido y también hay muchísimo más apoyo en varios equipos de la liga femenina. Así es que te se ha mejorado, se ha mejorado mucho. Pero nosotros en ese momento no lo sentíamos ni mal ni bien, porque la verdad era un deporte, sigue siendo un deporte amateur, ahorita en Perú. Algunas jugadoras tienen un contrato profesional, pero mientras todas no tengan un contrato profesional, yo no puedo hablar de que el fútbol femenino ya es profesional. Yo sí me retiré ganando en ese momento, porque yo vuelvo a la U, miento en Copsol, ganaba 600, 750, y en la U, regreso ganando 600, porque no había más plata. Claro, si tú te pones a pensar de 15 soles a la semana, ya pasas a ganar 600 soles, ¿no? Pero igual yo tenía claro que eso no iba a vivir y yo decido retirarme del fútbol porque ya no podía entrenar. Entonces, si a ti te gusta hacer las cosas bien, las haces bien, si no puedes mejor, da un paso al costado. Pero, o sea, nosotros éramos felices jugando al fútbol así, lo único que queríamos era jugar, logramos jugar, o sea, claro, la mayoría de otros puede ser porque cuando conversábamos, siempre decíamos mucho, qué pena que no exista el fútbol femenino, no existe el fútbol femenino. Hasta que existió, entonces nosotros éramos felices por eso. Van a ir pasando los años y siempre vas a querer un poco más. Hoy las chicas que juegan quieren tener todos los beneficios que pueden tener masculino y se entiende, pero la realidad es que no va a costar todavía lograr muchísimo más cosas o lograr atener las cosas que puede tener un masculino.

D: Claro. ¿Y qué creías que hace falta que haga la Federación para que la hinchada nos apoye más como equipo femenino en el fútbol?

V: Cuando FIFA ha querido que el fútbol femenino tome protagonismo a nivel mundial, es que ahora ves lo que ves, un nivel mundial lleno de países donde las finales de fútbol llenos totales, este, donde el fútbol femenino empieza a tomar protagonismo, pero no aún todavía, por lo menos en lo que es nivel de clubes, mostrar un nivel muy, muy alto, ¿no? Todavía hay hombres que dicen nada, quién va a haber fútbol femenino, pero si tú comparas este, cuánto ha crecido el fútbol femenino en este poquito tiempo es muchísimo, y es porque simplemente FIFA lo quiso así porque cuando ya FIFA ve que no puede exprimir de alguna forma más al masculino, decide apoyar al femenino para

tener dos patas fuertes, no solamente una pata fuerte, que era el masculino y la otra que era muy débil, que era el femenino. Entonces, FIFA se da cuenta que el fútbol femenino, bien jugado, va a hacer que sea grande también, entonces consolida su apoyo y decide, bueno, voy a entregar más dinero a nuestras federaciones asociaciones miembro, que son los países miembros de FIFA, y, por ende, las federaciones empiezan a presionar a los clubes a través, en este caso, de Conmebol, de tener fútbol femenino, pero donde se está fallando, pues, que ya, ya, yo tengo el fútbol femenino pero no le estás dando las condiciones a las chicas para que se pueda desarrollar muchísimo mejor. Entonces ahí es donde estamos tal vez fallando como, ya sea como club, federación, no sé dónde está, más o menos yo te hablo algo en general, para que esto pueda crecer más rápido de la mano de lo que quiere FIFA o de la mano de lo que avanza en los otros países. Y bueno, también es un tema, lamentablemente, de política de gobierno. Ya no es precisamente una federación, sino de política de gobierno, de masificar, no solamente el fútbol femenino, sino en general todos los deportes en el Perú. Hay talentos, yo escucho que hemos sido muy buenos en otros deportes, años atrás, cuando tal vez la tecnología no estaba desarrollada, como estaba desarrollada ahora, y nosotros peleábamos igual con cualquier país, en cualquier deporte. Pero cuando empieza a entrar en el desarrollo tecnológico, empiezan a apostar una planificación de crecimiento de esta forma, y nosotros seguimos en la época de la carreta. Entonces ya no podemos competir con nadie de esa forma. Entonces, no es el material humano necesariamente lo que está faltando en el Perú, sino es todo lo que viene con la construcción de cualquier disciplina y hablo en esto en general, porque si nosotros ahorita el fútbol femenino está creciendo un montón, pero es algo que le pasa a todos los deportes, lo que pasa es que empieza a tener mayor visualización el fútbol femenino porque el peruano es futbolero, pues entonces le gusta más el fútbol que cualquier otro deporte. Sí, como tú mencionas realmente, el crecimiento del fútbol femenino es algo que no podemos negar. Recientemente la final de la liga femenina tuvo 30.000 hinchas, que era algo que antes no se veía. Y aunque claro, ahora vemos que otros partidos de la Liga Femenina no tienen la misma acogida, de todas maneras, ha sido un crecimiento bastante grande y como tú lo mencionas y es cierto que falta la profesionalización, todavía es un deporte bastante amateur. Hace poco veíamos la entrevista de Emily Lima, que es la nueva jefa de equipo de la bicolor y he mencionado, pues no lo que tú mencionas, que solamente 27 o 28 jugadoras tenían contrato formal. Las demás, ya lo hablamos un torneo nacional, hablamos acerca de 200 jugadoras, pues no tenían un contrato formal ni un salario adecuado, e inclusive ya mencionaba que recién

ahora va a tener un staff completo de doctores, nutricionistas, entrenadores especializados y todo lo que, bueno, lo que claramente el equipo masculino ya tiene. Y muchas veces se menciona hablando de los clubes, ya no la selección, sino los clubes privados, que hacen mucha falta de inversión o sponsors, porque no se ve al fútbol femenino quizás tan atractivo

A: En tu opinión, ¿qué se podría mejorar dentro de estos clubes para hacer el fútbol femenino más atractivo que, como tú dices, de hecho, ya las jugadoras están dando todo eso, y de hecho el material humano es bueno.

V: Esto es, qué fue primero el huevo o la gallina, ¿no? ¿Qué es primero? Que nosotras empecemos a ganar para que sea atractivo, pero ¿cómo ganamos? Si no hay toda una infraestructura, no hay un apoyo logístico, ¿no? Hay toda una serie de cosas para que nosotras en lo que es fútbol femenino se pueda desarrollar. Entonces ahí vamos, ¿qué tengo que hacer primero? ¿yo tengo que ganar para que tú me apoyes? ¿o primero me apoyas para empezar a ganar, ¿no? Entonces, y se entiende de ambas partes, ¿no? Porque al final las empresas privadas, a veces cuando uno ve televisión dice esos programas basuras, pero esos programas basuras tienen rating, o sea, la gente lo ve y los sponsor van a ir ahí, mientras sponsor donde estén, vas a seguir viendo entre comidas, programas basuras y a lo mejor los culturales, los que te alimentan, los que te dan conocimiento, nadie los quiere ver porque no son entretenidos y el sponsor no vaya porque no van a ver su marca. Entonces, al final, la empresa privada va a estar donde se ha visto, donde se visualice, y cuando yo te decía, el Perú es futbolero y lo dije, y hace unos años atrás, no lo he dicho ahorita, lo he dicho hace varios años atrás, yo dije, el fútbol femenino cuando se prenda va a pasar y va a sobrepasar el voleibol nacional, el voleibol femenino. Se habla más del fútbol femenino que de lo que se habla hoy del voleibol femenino. A pesar de que el goleador femenino nos ha dado mayores logros a nivel mundial a lo largo de la historia. Entonces la historia del fútbol femenino es cortita, es chiquita recién y yo sé que va a ser un boom de aquí a unos años más, porque de aquí a unos años más estas chicas, a ver, ¿cuándo hemos empezado fuerte, digamos, con el fútbol femenino, hace tres, cuatro años, ¿vale? No, no, no. Cinco años. Fuerte en el sentido de que ya todo el mundo, ya los papás con sus hijitas de seis años, pues las van a llevar a una academia. Entonces, ¿qué pasa? Estas niñas de seis años, que hace cuatro años han empezado a jugar a los seis años, hoy tienen 10, 12, por eso te digo, tú vas a ver ahora mismo muchas niñas de 12 años

jugando a un nivel muchísimo mejor que una chica de Sub-20, porque esa chica de Sub-20, por la época fea, social que tenemos en el país, la delincuencia, pues, no jugaba en la calle, no jugaba en la calle, entonces se desarrolla de otra forma. Entonces técnicamente no es exquisita, no quiero meter a todas las del saco porque las tenemos, tenemos muy chicas, muy buenas, sub 20, pero tiene todo en un conjunto. Entonces, para mí, las empresas privadas al 200% a ojos cerrados van a empezar a apoyar al fútbol femenino cuando el nivel técnico de femenino sea superior a cualquier otra cosa, ¿no? O sea, sea bueno realmente, ¿no? Que realmente no haya esos que a veces dicen, oye, colectivamente, prácticamente ya están jugando mejor, pero la táctica se sostiene sobre un nivel técnico. Entonces, mientras haya fallas todavía en un control de balón por ahí, o de un pase tenso y al ras bonito, fuerte, un juego en primera, no se vea en general en todos los equipos, todavía va a ser visto así por encima del hombro, ¿no? Entonces, cuando eso se ve, y yo creo, máximo será en cinco años, porque a diferencia de los hombres, el hombre a los 16-17 años compitiendo con chicos arriba de 20, 22, se nota la diferencia de edad. Pero mujeres no, mujeres ya a los 16 años estaban formadas, ¿no? Y ya compiten de igual a igual, pueden competir con chicas de 20 años. Entonces, es más probable que los equipos, los clubes de aquí a cinco años, estén conformados más por chicas menores de 20 que mayores de 20, por el nivel técnico nada más. Y eso va a hacer que sea atractivo. O sea, he estado en las dos finales que hubo este año, ha estado lleno en los dos y la gente por ahí, tal vez, porque había mucho respeto y no se atacan como se tienen que atacar, esos pases y más la gente se iba a reír antiguamente, no cuando jugábamos nosotras tampoco porque era el nivel, era alto por lo que te expliqué que muchas de las jugadoras de selección veníamos de jugar desde chiquitas, pero eso se perdió, por lo que te estaba explicando, y yo estoy segurísima de que de aquí a cinco años, la verdad, si hoy, en promedio, las chicas mejor pagadas están ganando 2.500, por ahí me dicen algunas 3.000 soles, que estamos hablando de 800 dólares, yo creo que aquí a cinco años fácilmente están ganando arriba de sus 2.000 dólares la chica, entonces yo puedo vivir del fútbol de aquí a cinco años, netamente, del fútbol del tiempo que estoy jugando, sí, que me alcance para guardar pan para mayo, no creo todavía, pero yo creo que de aquí a cinco años tranquilamente el fútbol va a ser 100%, que puede ser profesional el próximo año. Tengo entendido que ya se les va a obligar a los equipos de fútbol en que tengan por lo menos el 30% de sus jugadoras sean con contrato y luego el siguiente año sea el 50% y creo que al tercer o cuarto año ya sea al 100% todas las jugadoras con contrato. Y eso va a obligar, pues, que no vamos a estar hablando ya de salarios de 500 soles, de 1.000 soles, 1.500.

Estamos hablando ya de salarios de 5.000, 6.000 soles. Yo tengo filtrado, por ejemplo, que jugadoras tanto de alianza como de la U, en las extranjeras reciben un salario aproximadamente de 5.000 soles fuera de casa y comida que les puedan estar dando, ¿no? Claro, es tiempo cortito, dos meses que podría venir, o los ocho meses que estamos jugando, pero más o menos son los salarios que se están manejando ahora, ¿no? Así es que yo sí creo que, en dos, tres años, fácilmente la chica titular más bajita de las titulares puede estar ganando fácilmente sus 1000 dólares, ¿no? Así es que imagínate acá en el Perú, el sueldo básico es 1030, creo, ¿no? No estoy segura. Entonces, alucinada, puedes ganar 3600 soles por trabajar dos horas al día, ¿no? De lo que te gusta, sí. Claro. Bueno, sí. Comprendo un poquito de data un 80% más o menos de las jugadoras, ganado una próxima vez 500 soles. Y, ¿qué podríamos hacer para lograr mayor inversión en el fútbol femenino. Es lo que te dije, o sea, todo eso fuerte y demanda es que vende. Si tú vendes un buen producto, tú ves un juego bonito, un juego intenso, un juego tildado, este, la empresa privada, o sea, esa, ustedes trabajan en este medio sabes muy bien que tú como empresa privada vas a ir donde te ven. Entonces, primero lo que tenemos que hacer es que el sudor femenino sea atractivo y va a ser atractivo a medida que se juegue bien. Y para que se juegue bien, pues tenemos que entrenar y para que se entrene tiene que haber apoyo de la institución, para que todos los equipos entrenen, como deben entrenar, y cuando hablo de entrenar bien, me refiero a que hayan comandos técnicos que realmente sean 200% profesionales, que realmente trabajen, que enseñen, que formen y a todos los niveles, desde las más pequeñitas en esta iniciación hasta las ya de alto rendimiento y para vender un producto bueno, entonces tú vas a ir, no sé, yo me imagino la alianza universitaria, se va a las empresas privadas y dice, oye, mira este lleno, mira esto, lo que mira dónde va a estar tu marca y la marca dice: “Wow”, entonces la marca viene y te pongo, no sé, en mi invento, 50.000 dólares para todo el año. Y así vas sacando plata y les vas a dar mejores condiciones a las chicas. Eso es lo que yo creo que es la única forma de crecer. O sea, que tú y las mismas jugadoras, o las mismas jugadoras sean conscientes que dependiendo de la disciplina que puedan tener en esto, es que vamos a crecer más rápido, ¿no? Porque si yo voy a decir, no, ya está, ya me pagan un poquito, yo voy, entreno, y no tengo esa intensidad para entrenar, no voy a competir, porque acá lo que vendes, ¿va a vender mucho? Depende de cómo termine la participación de la U horita en la Copa Libertadores.

Si vamos a suponer una gran Copa Libertadores, seguramente el próximo año va a tener más sponsors. Eso va a obligar a que todos los equipos que están alrededor quieran mejorar, porque van a querer ganar también y entonces al final todo vamos mejorando. O sea, el que le desee el mal a la U, alianza o a cristal, cuando tenga un torneo internacional, se está haciendo el harakiri, ¿no? Para mí es que le vaya de lo mejor a la U, que le vaya de lo mejor a Alianza, Cristal, todos los equipos, para que el fútbol femenino crezca, porque si ellos crecen, ellos ganan, todos vamos a ganar, todos, todos, todos los que estamos alrededor, y no solamente jugadores, comando técnicos, sino ustedes también como periodista, también van a ganar, porque van a tener un campo mayor, tú es hora, son dos. De repente, hoy necesito ir a hacer nota, bueno, necesito contratar a otra persona, porque tu programa es visto, porque los esposos llegan a tu programa, porque la gente lo ve y es todo, todo viene por añadidura. Entonces, nosotros siempre tenemos que desear que a todos nuestros rivales les vaya muy bien porque es la única forma que el fútbol femenino crezca.

A: Sí, como dices, justo estábamos hablando con Dharma, que la Copa Libertadores va a ser una gran oportunidad no solo para universitarios, sino para mostrar el fútbol femenino internacionalmente, porque ya se está hablando de un equipo peruano que está llegando. Y se ha hablado mucho de que el rendimiento puede ser no tan bueno, pero yo creo que ya el hecho de estar clasificadas y que las chicas vayan hacia allá y jueguen con otros equipos que son bastante buenos, es una experiencia única y de todas maneras suma un montón. Y ahora ya hablando más de temas generales de cómo es ser jugadora femenina de fútbol en este país. Hace poco vimos y enlazamos a lo que está pasando también internacionalmente, pero también pasa en el Perú. En España vimos el caso de Luis Rubiales y en hermoso, el uso no consentido, que empezó a hablar de acoso, pero es solo que no solamente pasa en España y en esa selección, sino también pasa acá en el país, hace poco vimos la denuncia de algunas jugadoras y también de la jefa del equipo Lourdes Merino, del Club Atlético de Trujillo que denunciaron que repetidamente varias jugadoras han sido acosadas por alguien del plantel y han pedido a la directiva que lo saque, no lo han sacado. Finalmente, la jefa de equipo tuvo que salirse del equipo porque claramente no avalaba la situación y finalmente no se dio ningún tipo de protección a las jugadoras, ni se sancionó a la persona, ni se la sacó, ni se abrió un pozo de investigación. Tú, como DT, ¿has vivido ese tipo de experiencias o cómo aconsejas a las jugadoras para protegerlas de este tipo de casos que claramente pasan?

V: Yo personalmente nunca he sentido un acoso de nada en ese aspecto, será porque, o sea, el acosador sabe a dónde va, sabe dónde está la debilidad y te va a ir y te va a acosar, ¿no? Pero el que tiene, no sé, tiene temperamento, tiene carácter, no va a permitir esas cosas, ¿no? Pero sí sé que ha pasado no solamente en Atlético de Trujillo, sino en otros clubes. Es más, hay un club el año pasado que suspendieron al entrenador porque hubo violación, no sé. Bueno, son cosas que al final se quedan ahí, ¿no? Es lo que tú acabas de mencionar en España, que ya las chicas, las seleccionadas españolas, ya las tratan ahora de lo peor, que para qué han venido las mujeres al fútbol femenino, al fútbol, ya valoraron el fútbol, que quieren que están esperando, que ganen igual que los hombres, o sea, y hay una serie de comentarios de haters, comentando, tergiversando la cosa, pero también pasa, porque quienes salen a hablar, a pedir cosas, ¿no? No están siendo claras, o sea, para mí, ¿no? Yo, mirando desde atrás, ¿qué es lo que ha pasado? ¿qué es lo que ha pasado? ¿la de los Rubiales? ¿el beso de Rubiales? Yo te puedo decir más, era un beso de emoción, pero si allá había algo más atrás, ¿no? Solamente estamos viendo la punta del iceberg ahí, hay que denunciarlo, porque si no, quedas como que son unas quejas, que ahora mucha, no sé, yo te decía siempre cariño de negra, y ahora si estoy negra, te digo negra, estoy siendo como se llama, la palabra que está de moda. Estoy haciendo racismo, ¿no? O sea, ya no puedo hacer nada de eso, ya no te puedo. Tal vez un hombre meterle un guiño a una mujer porque es acoso. Entonces, ya todo es. ¡ay, guau! O sea, yo he vivido en la época donde tomabas agua de caña y no pasaba nada. Ahora tienes que tomar agua embotellada. Yo vivo en una época donde estudias en bicicleta, sin cascos, sin ruedas, absolutamente sacadas de la grandísima y te matabas de la risa. Ahora no, todo para mí se ha magnificado, pero yo creo que siempre hay que hablar con claridad y yo dentro de donde yo puedo estar, siempre digo las cosas, ¿no? Acá están enfocando los haters, están enfocando en lo que nosotras las mujeres solicitamos como si quisiéramos ganar igual que los hombres. O sea, yo creo que hay que tener tres dedos de frente nada más, o dos, para decirle que no es que yo estoy pidiendo que a mí me paguen igual, lo que yo estoy pidiendo es que me den las mismas condiciones y las mismas condiciones pasan por cuanto tú estás en selección nacional, de repente sales de entrenar y tienes no sé, no digo ahora, pero en mi época, salías de entrenar y te daban una botella de agua, o tal vez por ahí, si tenía suerte, te dan un Gatorade y pasabas por el comedor, los chicos de la sub 15 estaban comiendo, por ejemplo. O tú recibías cinco soles de pasaje y los chicos de la sub 15 recibían 30 de pasaje. A esas cosas nosotros vamos. Nosotros vamos

a ir a competir en las mismas condiciones que tú. O sea, yo voy a ir a competir a un campo natural, pero, sin embargo, estoy entrenando en un campo sintético, selección nacional, selección nacional mayor, ni siquiera te estoy hablando, selección sub-17, selección mayor, ¿no? Cosas como esas y te podrían mencionar muchas más, donde la gente no lo sabe, donde las chicas terminan de entrenar y tienen que ir algunas a estudiar, otras se tienen que ir a trabajar, hay un desgaste, cosa que en los hombres no lo ves, ya terminaron entrenando y se van a su casa porque han decidido dedicarse al fútbol, porque ellos saben que si llegan a ser futbolistas profesionales van a ganar un huevo en plata, cosa que nosotros a las mujeres no. Yo no puedo pensar que, a no ser que no seas ambicioso en la vida y te contestes, te contestes contentos con mil soles. Vaya, no, yo quiero irme a Europa de vacaciones, quiero irme a todos los años de viaje a un lado y para eso con mis soles no me voy a ir. Entonces, podría irme, pero ya no todos los años. Tendría que estar juntando ocho años para poder irme un año, ¿no? Entonces cosas como esas, así es que hay que ser un poco, hay que saber de la realidad del fútbol femenino, ¿qué es lo que se solicita? Se necesita tener un campo, ya no importa, me das un sintético, pero dame un campo que tenga camerinos, que tenga agua, que pueda yo terminar de entrenar y puedas, aunque sea bañarme y cambiarme para irme a mi trabajo, o irme a la universidad a estudiar o a donde tenga que irme, ¿no? Porque no tengo, no tengo para bañarme, o dame, pues, escúchanos, también soy de una condición humilde y yo para rendir en el deporte tengo que estar bien alimentada y solamente alimentándome con arroz con frijoles, yo no me voy a alimentar, necesito también proteínas, como carne, pollo o pescado, y no me alcanza, la canasta familiar no me alcanza. Entonces tú me estás exigiendo a mí como profesional, pero me estoy alimentando como alguien que tal vez no tiene la plata, no quiero mencionar distritos ni nada, porque no quiero que nadie se ofenda. Pero es así.

D: Bueno, queríamos consultarte, ¿qué consejo le darías a una jugadora que recién está comenzando en el fútbol femenino. A ver, ¿de qué edad me estás hablando?

Yo te decía, yo decía, ¿por qué no fui hombre para poder jugar al fútbol? Porque no había fútbol femenino, ¿no? Entonces ya jugaba en el colegio, jugaba en la universidad, qué sé yo, y después hasta que apareció todo esto, ¿no? ¿qué te puedo decir? El fútbol va a pasar como de todos, todos los chicos, o sea, el deseo de empezar a ver, empiezas a crear tus ídolos o empiezas a ser hinchas de un club y quiere jugar por ese club y luego quiere jugar

por una selección nacional. Lo único que puedo decir es que mantengan sus sueños intactos, que para eso se preparen, que sean disciplinados, que se formen, que se dejen formar, sobre todo, y que después todo venir con tiempo, o sea, quien persevere alcanza eso es lo que yo te puedo decir. No necesariamente los mejores son los que llegan lejos, sino los perseverantes. Y a veces hay gente que jugadores que a veces tú lo ves que tienen algunas limitaciones, pero logran grandes cosas. Para mí un gran ejemplo, por ejemplo, es Aldo Corso en la selección nacional. Sin ser un jugador que te llame la atención, siempre rendido y siempre con la venia del entrenador que venga lo considera él como un pilar dentro de una selección nacional, ¿no? Así es que es una muestra para mí, que quien persevere alcanza. Así es que hay que trabajar duro, y si te caes, volverte a levantar y si te vuelves a caer, volverte a levantar. Las oportunidades llegan a la vida y que la oportunidad cuando te llegue te encuentre preparado.

D: ¿Algún consejo para las que ya se encuentran, por ejemplo, la sub-20 y están a punto de jugar el próximo año?

V: Para mí que no hay que subirse al carro de nadie, ¿no? Porque a veces toman posturas y no lo digo solamente por el fútbol femenino, sino por el voleibol nacional, yo he visto a Perú, eh, en las Olimpiadas y me levantaba en la madrugada, era chica y me enseñaron a modelar partidos de vóley y después viene una generación que no había ganado nada, pero caminaba con aires de ínsula, de grandeza. Cuando los que habían ganado eran las anteriores, pero ellas sentían que eran las que habían ganado. Entonces, yo creo que cuando tú eres humilde y trabajas seriamente tú vas a lograr las cosas. Cuando tú llegues y estés en la U, no sé, la U, ha campeonado del año pasado y tú no te sientas como quieres tú, la campeona. No, no, no. Tú buscas tu campeonato, ¿no? Y así siempre les voy a decir, o sea, sé más humilde, trabaja duro y no porque la prensa te diga qué buena eres, qué eres lo mejor, qué eres lo máximo, tú empiezas a pisar huevos y empiezas a creer que puedes manejar, que sin mí no van a jugar, así está dirigente, a mí no me paga, que se ha creído, y tú quieres tratar de imponerte porque te crees, no sé, pues Messi, Maradona, Cristiana Ronaldo, y estás equivocada, ¿no? Entonces también hay que tener humildad en la vida y perseverancia, que vas a llegar bien lejos. Perseverancia y trabajo duro entonces.

D: Muchas gracias. Gracias. Nos ha encantado conversar contigo y conocer un poquito más el fútbol femenino. Sobre todo, gracias porque disfrutan el fútbol femenino, que es

lo que necesitamos, y que sepan los hombres también de que no es fácil, no es fácil trabajar, estudiar y hacer deporte y sobre todo hacer deporte en condiciones a veces que no son las ideales, ¿no? Que no tengas a veces, no sé, un camerino o las condiciones de un campo bueno, o qué sé yo, ¿no? Y no lo digo por todos los clubes, pero no pasa nada en todos, pero sí hay algunos clubes que tienen esos problemas. La cosa es que no debería haber esos problemas en ningún club.



Anexo 4: Entrevista a Carlos Salinas

A: Nos han pedido crear un programa digital o una plataforma digital, sobre la evolución del fútbol después del mundial. Cómo mejoró, empeoró, etcétera, y nosotros hemos decidido enfocarlo desde el lado del fútbol femenino, ya que nos hemos dado cuenta de que no hay un programa, así como tan nicho que hable netamente del fútbol femenino en sí. Nos posicionamos después de la participación de Perú en el último mundial, en el 2018, que fue bastante histórico, pues, por vez de 36 años no habíamos ido al Mundial, y queríamos ver de qué manera tú percibes que ha cambiado la cobertura periodística acerca del fútbol después del Mundial de 2018.

C: Estamos hablando del fútbol en su conjunto, no solo femenino.

A: Sí, en su conjunto. Es una pregunta del fútbol en sí.

C: Mira, claro, mira, yo lo que siento y te lo había escrito es que la evolución ha ido en función de la expectativa que generó en la audiencia la clasificación al mundial. Tienen consideración que Perú volvía a una copa del mundo después de casi 40 años, es decir, hubo dos o tres generaciones que nunca vieron a Perú en un mundial. Entonces la clasificación con toda la expectativa que se generó, terminó siendo como una explosión que irradió no solo en Perú y a todos los peruanos, sino a toda América, porque digamos que desde afuera nos vieron como esa pequeña selección sufrida que nunca había llegado a un mundial y que ahora conquistaba el sueño de la mano de Ricardo Gareca. Este acontecimiento permitió la irrupción de mucho más contenido, de mucho más contenido, y un contenido que empezó a desarrollarse no sólo en radio, no sólo en televisión o en prensa escrita o en web digital, sino también en redes sociales o en canales digitales, como es el caso de YouTube o de Facebook. Lo tradicional para una persona de mi generación o para un periodista digamos que pertenece a una generación anterior a la que corresponde tú, que es mucho más reciente, lo tradicional era, digamos, espetar el deporte en televisión, en prensa escrita y en radio, lo tradicional, no había más en las secciones deportivas, en los programas deportivos o en las radios, en los programas deportivos. Pero a propósito de la, a propósito de la, digamos, de la globalización de las tecnologías de la información y a propósito de cómo estas tecnologías de la información han venido

acompañadas de un desarrollo tecnológico desde el punto de vista de cómo transmitimos el mensaje, hoy podemos decir que lo digital, en este caso la web, las redes sociales y los canales digitales les permitieron a los medios y les permitieron a los periodistas poder amplificar este mensaje. Entonces, se juntaron aquí desde mi punto de vista dos vertientes, ¿no? Dos vertientes: Éxito Deportivo, que significó la clasificación de Perú y la vertiente, El desarrollo de los medios y el desarrollo de los canales por los cuales tú puedes comunicar la información. En España 82, por ejemplo, cuando Perú clasificó, yo no era periodista en ese momento, pero lo viví siendo chico, recuerdo que yo accedería de información a través de la televisión de la radio y el diario. Cuando Perú clasificó al Mundial, fue exponencial. Ya existía YouTube, ya había Facebook, ya había Twitter, Instagram estaba en un proceso creciente, tengo entendido que en Instagram el Mundial tuvo mucha cabida y en estas cuatro redes sociales no solo se manifestaron los medios, sino también se manifestaron los periodistas y los influencers, porque Rusia 2018 terminó siendo el mundial de los influencers también, porque muchos canales o muchos medios contrataron a los influencers para que pudieran transmitir un mensaje mucho más jovial, mucho más fresco, mucho más dinámico a una audiencia joven, que era la que demandaba ese contenido en estas fuentes que tensiono. Entonces, creo que en el país cerramos la idea de la primera pregunta y, de alguna forma, creo yo que insisto, hubo dos vías o dos vertientes que vinieron en paralelo y se juntaron con la clasificación al mundial, que fue el éxito deportivo y el desarrollo de la tecnología de la información que permitió amplificar este éxito deportivo.

A: Sí, y como tú mencionas, desde ese momento creo que se ha digitalizado muchísimo más lo que es la cobertura periodística, inclusive el fútbol, también he visto que inclusive hay influencers ahora que hablan exclusivamente del fútbol sin ser periodistas y tienen bastante alcance. Sí. La segunda pregunta es: ¿qué aspectos de los programas ya tradicionales, hablando de televisión, radio, impreso? ¿crees que deberían mejorar para ofrecer una cobertura más amplia y objetiva del fútbol?

C: Mira, esa pregunta que tú me haces es una pregunta que con más o menos texto o algún detalle distinto, la escucho desde, cuando yo, desde chico, veía fútbol, leía de fútbol, lo escuchaba sobre el fútbol. Siempre había críticas, siempre había un tipo de cuestionamientos hacia la forma como los periodistas en ese momento enfocaban el fútbol. Recuerdo que en esa época estamos hablando de los 80 aproximadamente,

principios de los 80, se cuestionara el hecho de que el periodista deportivo era un profesional empírico, o sea, un profesional entre comillas empírico porque muchos de esa generación de finales de los 70, principios de los 80, todavía eran personas que habían aprendido el oficio, no la profesión, sino el oficio del periodismo en la cancha, como se le dice, ¿no? Básicamente, yendo de comisión, haciendo preguntas o escribiendo, o sea, muchos habían nacido con el talento de escribir, yo me considero en ese grupo, o sea, yo nací con el talento de escribir, el talento de hablar y el talento de poder, digamos, discernir sobre fútbol, pero muchos no tenían la oportunidad de estudiar porque no había facultades de periodismo o porque era esto muy pequeño, entonces eso era como una especie de oficio, o sea, era científico y se cuestionaba eso, se cuestionaba el hecho de que se hace empírico. Hoy no es así. Hoy, por ejemplo, en su gran mayoría, los periodistas que tú ves en medios, lees, han pasado por la universidad o han pasado por algún instituto y ya han estudiado sobre periodismo en estudios de ciencias de la comunicación. Entonces, pese a que hay, pese a que se ha profesionalizado el periodismo en el Perú y pese a que se ha profesionalizado el periodismo deportivo en el Perú, porque hoy son muchos más los periodistas deportivos que han asistido a un aula. Seguimos haciendo esta pregunta o seguimos cuestionando qué aspectos de los programas deportivos tradicionales que deberían mejorarse. Yo creo que los programas deportivos, los programas deportivos, los diarios deportivos, las secciones deportivas y todo lo que necesita un contenido que busca analizar el deporte, siempre va a estar en un constante cuestionamiento. Y una de las cosas que se cuestiona es básicamente la capacidad de análisis del periodista. La capacidad de poder entender la coyuntura, porque tú como periodista sabes muy bien que tu función, una de las funciones que tienes que cumplir, es la de recabar información. O sea, lo primero es recabar una información, si te llega una información o buscas una información, ya sea que la busques o te llegue o llega a ti, tú recabas una información. Y una vez que tienes esa información o ese dato, porque lo primero que recabas es un dato, tú tienes que transformar ese dato en información para tu público. Y hay un proceso que muchos obvian, que es básicamente el hecho de emitir un dato como información. Entonces, hay un proceso que significa el contraste, el filtro, y hay uno mucho más complejo todavía que es el análisis. Entonces, desde mi punto de vista, sin criticar directamente a un medio programa en particular o a algún periodista o influencers en particular, desde mi punto de vista, creo yo que seguimos pese a que el periodismo se ha profesionalizado y sobre todo el deportivo, seguimos asistiendo a ese problema que teníamos en algún momento, el hecho de que hay muchos dateros, hay muchos

comunicadores o periodistas que emiten lo que les llega directamente a tu teléfono o por una llamada o por alguien que les dijo algo, ¿no? Y eso, si necesita un contraste, necesita un filtro, un análisis, una posterior para su posterior emisión hacia la audiencia. Y por otro lado está el hecho de, digamos la ligereza que a veces existe para poder poner frente a un micrófono, frente a una cámara o delante de una computadora, digamos a periodistas a los cuales se le da quizás una responsabilidad mucho mayor de la que deberían tener. Porque yo soy un total convencido de que el periodista necesita un proceso para poder llegar a un determinado estado en el que le permita ganar cierta autoridad, prestigio, relevancia frente a la audiencia. Y hoy, por ejemplo, digamos que cualquiera que tiene reconocimiento ya tiene veracidad o tiene autoridad. Y no es lo mismo tener reconocimiento que tener velocidad o autoridad. Y tú has dicho algo muy importante hace un momento, que tiene que ver con el tema de los influencers, a los cuales no cuestiono, no cuestiono por nada del mundo, pero digamos que mucha más credibilidad para los chicos de ahora o para la audiencia joven de ahora, tiene, por ejemplo, por decirte un nombre, el mago, que se me olvidó el nombre del mago, este chico que es influencia y que tiene un programa de Alianza Lima. O sea, mucho más. Jesús Zamora me parece que es Jesús Zamora, claro. O sea, no lo cuestiono. Estamos, digamos, estoy poniendo un ejemplo, o sea, mucho más, y da mucha más credibilidad, mucha más cercanía con la gente y mucha más audiencia, tiene Jesús Zamora, quizás un periodista con algunos años más en la profesión que a lo mejor prende su canal y no le escuchan ni siquiera cinco personas, o no lo ven ni siquiera cinco personas. Entonces, eso es lo que creo yo, que eso es lo que te podría alcanzar desde mi humilde punto de vista, que puede estar ocurriendo en este momento y responde al hecho de los aspectos que deberían mejorarse. Básicamente los filtros en el análisis y el hecho de que necesitamos empoderar realmente al periodista para que pueda emitir un juicio de opinión. Por ejemplo, tú eres joven, con mucho futuro y mucho talento y mucha proyección. Pero como tú, yo también he sido joven y no me hubiese gustado a mí que buenas a primeras me hubiesen lanzado a hacer algo que no me corresponde, o sea, hay que seguir ciertos pasos para poder alcanzar el nivel, para transmitir un mensaje con cierta veracidad y cierto criterio noticioso.

A: Sí, como tú mencionas, justo hace poco para este proceso de la tesis, hicimos con mi compañera un análisis del contenido peruano de fútbol, periodísticamente hablando, y a lo que notamos es que es bastante escueto priorizando los programas digitales, se enfocan en tocar a los hombres del partido, quizás hasta ahorrar los partidos, pero como tú dices,

hay pocos segmentos en los programas deportivos de análisis o críticas, cosas que sí hay en otros países como Argentina, ¿no? E inclusive pensando en porque no hay más periodistas femeninas deportivas, es también porque las que están, que son pocas, quizás no están muy bien capacitadas o especializadas en lo que es el fútbol femenino. No vemos que tampoco hablen acerca de las condiciones del fútbol femenino en el país. También es importante hablar de las denuncias, acoso, por supuesto, o de las condiciones laborales, o entrevistas, ni siquiera entrevistas a las propias jugadoras. Y eso solamente en el fútbol femenino. En el fútbol masculino también hemos notado que siguen más amplitud de temas, porque claramente fútbol masculino es más acogido en Perú. Ya no se hacen análisis o reportajes tan amplios, digamos, con tanta minuciosidad. Es como que los chismes personales que pueden haber de los futbolistas y comentarios del partido. Como tú dices, son más como dateros o comentaristas que como periodistas, y creo que eso es algo que se podría mejorar, creo que por ahí también vale la idea.

C: Hoy la audiencia que consume contenido deportivo, quiere polémica, pero no una polémica que va desde el lado de discusión de análisis, sino una política que tiene que ver más con ruido, grito, desacreditar al interlocutor, o desacreditar a la persona con la que estás teniendo un debate, pues no. Te confunde el grito, se confunde el insulto, se confunde el impropio con el hecho de que, oye, mira qué tanto sabe, qué bien. Y básicamente lo que se busca ahí es ganar audiencia y ganar seguidores. Eso, eso, de alguna manera, es para sumarlo a la pregunta anterior.

A: ¿Crees que la inclusión que está habiendo actualmente de periodistas femeninas, comentaristas femeninas, es suficiente o es la adecuada, y ¿qué recomendarías tú para seguir aumentando la presencia de las mujeres en el área del deporte.

C: Sí. Este fútbol, ¿no? Sí, mira, yo honestamente yo saludo el hecho de que haya presencia femenina en el periodismo deportivo, yo dirijo un medio de comunicación como el libro, que tiene una cuota grande de periodistas deportivos, periodistas deportivas en este caso. Puedo tener algún tipo de error al momento de mencionar exactamente los términos cuando hablamos del tema femenino, así que ahí me vas a ayudar a corregir un poco. Por ejemplo, si tú subes al íbero un día lunes, un día martes, miércoles, vas a encontrar muchas chicas en la redacción. Es más, la subeditora, el cargo de subeditor en íbero lo tiene Nicole Calderón, que es una chica que debe tener 24 años, ella llegó muy

joven al libro, pero digamos, claro, en cambio, mira, a veces es un ejemplo de que ahí no sé si no es la piscina. O sea, hicimos poniendo seguimiento y es una chica muy, muy talentosa, muy, muy talentosa. Ella tiene un futuro tremendo y el hecho que llegó muy chica, sabiendo mucho, y fue incorporando conocimientos y alcanzó la posición que hoy tiene. Entonces, no va a ser suficiente nunca el número que exista, ¿no? O sea, no van a hacerlo. Miriam, ¿cuántas hay? Creo que va a ser nunca suficiente. Yo recuerdo que cuando yo empecé en el perímetro deportivo, habían reconocido a estas chicas de periodistas deportivos, de todo el grupo había solo tres chicas que eran reconocidas, nada más. Tres mujeres, tres mujeres, nada más. Y con el paso del tiempo, y eran, digamos, digamos que a todas se les veía con mucho respeto, pero siempre había, yo sentía eso, que siempre había eso de, esto es para hombres, no es para mujeres. Yo sentía eso, ¿no? Que era la percepción, ¿no? Pero con una sociedad como la de los 80, principios de los 90, cuando yo empecé en el periodismo, en la cual digamos que el concepto de machismo está mucho más marcado que ahora. Digamos que un poco, o sea, hay la sociedad, pero no es una sociedad absoluta y completamente machista. Pero digamos que hay algunas cosas que han empezado a ocurrir en estos tiempos que permiten entender un poco más muchas cosas. Entonces, en ese momento era totalmente distinto y a la mujer se debía, digamos, se veía raro, se veía raro el tema, no quiero utilizarlo a otro término. Entonces, yo sí creo, yo sí creo que nunca va a ser suficiente. Hoy en día hay muchas más mujeres, no solo en el global del periodismo deportivo, sino en los medios en sí y vas a encontrar siempre una periodista mujer reconocida dentro de un programa, dentro de un espacio. Por ejemplo, si bien es cierto, Nicole Calderón, que es la subeditora del Líbero, tiene un reconocimiento porque es la que maneja la mesa de redacción, la que maneja el tema digital luego del editor general, en el lado de dar la cara y entregar información a través de nuestros canales digitales, como en el caso del libro TV, por ejemplo, o los programas especiales que tenemos, contamos con Crisanto que es la editora de deportes de la República y es la editora de deportes del impreso y de la web. Entonces, tratamos digamos que desde mi posición como la persona que maneja todo el puzle de deportes y gerencia para atrás, te da todo lo posible de que haya una cuota femenina que yo soy contrario, digamos una contradicción a lo que te voy a decir. Pero voy al desarrollo de mi idea. Yo soy una persona totalmente opuesta al término cuota o a la necesidad de cuota, por ejemplo. Cuando me dice, a ver, el Consejo de Ministros tiene 11 o 16 ministerios, creo, u once o dieciséis ministros. Tiene que haber mitad y mitad, ocho, ocho, si son 16, y si eres mucho más, digamos, incluso, que tampoco me gusta esa palabra, deberían ser no

ocho, sino nueve. Y yo, como le digo a milagro, cuando converso con ella le digo a Nicole, se lo comento a Chirri, que es la redactora, que es la coordinadora de deportes de fútbol o se lo digo a Sandrita, que es otra de las coordinadoras, o lo converso directamente con las redactoras, con Gabriela, con Angie, que hay un grupo grande de chicas, yo le digo, ustedes no están en la redacción o no son parte del rompecabezas de deportes porque son mujeres y por lo que están cumpliendo una cuota. Ustedes son parte de esta redacción y son parte del equipo por su capacidad, por lo que ustedes saben, por lo que conocen y por la forma cómo se han adaptado al trabajo, por lo que aportan y lo que entregan. O sea, no es que acá estamos cumpliendo una cuota. Entonces, no es eso, o sea, están por su capacidad. Entonces, no sé si me abro mucho en la pregunta. Bueno, trato de que digamos limitasen el concepto global de lo que quiero manifestar. Entonces, yo creo que es positivo, o sea, es positivo todo lo que tenga que ver con sumario en favor del periodismo deportivo es positivo. Es positivo que exista el hombre, periodistas hombres capacitados, como es positivo que existan periodistas mujeres capacitados, y digamos que nunca va a ser suficiente, nunca va a ser suficiente, ¿no? Porque siempre se va a necesitar mucho más de todos, del equipo de las listas de armas, pero en particular, yo, que sí considero que es positivo en la presencia.

**HOJA DE RESPUESTAS A OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL
JURADO
TSC 2023-2**

OBSERVACIÓN DEL JURADO	RESPUESTA	PÁGINA
<p>Aunque se percibe que tienen una idea de lo que quieren, falta consistencia. Hay, además, errores de redacción y contenido en el trabajo. Finalmente, la propuesta de financiamiento no está bien sustentada.</p>	<p>Se arreglaron detalles de redacción/ contenido. Propuesta de financiamiento con mayor detalle.</p>	<p>Páginas 15-16</p>
<p>El formato no es innovador. Lo más importante es el testimonio que recogen de Vivian Ayres. El nombre del bloque (Ping Pong) supone un trato muy ligero para lo que resulta siendo lo más importante del programa. El primer segmento es confuso (no se entiende el resultado del primer partido)</p>	<p>Estamos transformando nuestro podcast en un formato que presenta entrevistas con destacadas personalidades del fútbol femenino a nivel nacional e internacional, así como expertos en el campo, como periodistas especializadas en deportes o comentaristas deportivas. Además, abordaremos las noticias más relevantes del fútbol femenino nacional e internacional, teniendo como parte de la sección pequeñas entrevistas en la calle con personas de a pie que puedan comentar las noticias. Para enriquecer la experiencia del podcast en formato de video, mejoraremos la edición con recursos gráficos, incluyendo elementos animados o estáticos que reflejarán nuestra imagen de marca y resaltarán datos importantes. Estos recursos ayudarán a una mejor comprensión de aspectos clave, como los resultados de los partidos, que serán anunciados de manera explícita.</p>	<p>Páginas 14-15</p>

<p>No se percibe una propuesta diferencial, en cuanto al formato y en lo referente a los contenidos informativos. Programas de conversación, discusión y debate se desarrollan por montones dentro del ámbito futbolístico. En ese sentido, hay que buscar la novedad y la originalidad para abrirse un espacio dentro de lo existente.</p>	<p>Proponemos la creación de un podcast en el que, quincenalmente, contaremos con la participación de una destacada personalidad femenina en el ámbito del fútbol femenino. Durante el programa, abordaremos temas de actualidad, exploraremos la historia del fútbol femenino y nos sumergiremos en la vida y carrera de nuestras invitadas. Además, tenemos la intención de involucrar activamente a nuestro público al consultarles sobre las noticias de la semana.</p> <p>El podcast, a pesar de ser un formato ampliamente utilizado, sigue siendo altamente efectivo en la actualidad, ya que permite a nuestros oyentes no solo escucharlo en cualquier momento del día, sino también disfrutar de una experiencia visual al verlo en formato de video.</p>	<p>Páginas 14-15</p>
<p>Falta mayor solvencia en el manejo de la información.</p> <p>Hay un trabajo algo superficial en lo que es la investigación y el trabajo de campo alrededor de lo que es el fútbol femenino en el Perú</p>	<p>Se añadieron referencias que usamos para nuestro trabajo.</p>	<p>Página 21</p>
<p>Se menciona mucho que el fútbol femenino es un tema emergente dentro de nuestra realidad. ¿Pero realmente se le ve como algo independiente de lo que es el fútbol en general? Así como los aficionados al tenis o al surf siguen estas disciplinas más allá de los géneros, ¿podemos ver al fútbol femenino como una disciplina independiente o como parte de un todo para el aficionado al fútbol?</p>	<p>La importancia de separar los géneros radica en el reconocimiento de las notables diferencias existentes entre las dos selecciones, tanto en términos de desarrollo como de necesidades específicas. Esta separación nos permite apreciar que cada género requiere un enfoque adaptado a sus particularidades. A pesar de ser una nación apasionada por el fútbol, nuestra atención históricamente se ha centrado en el fútbol masculino. Sin embargo, al amar este deporte, surge la pregunta: ¿Por qué no brindar también un apoyo sólido al fútbol femenino?</p>	<p>Página 19</p>
<p>¿Han monetizado sus programas? Hablan de "emprendimientos" que</p>	<p>En primer lugar, debido a la cantidad de seguidores requeridos en las redes sociales, actualmente no</p>	<p>Emprendimientos: Página 17</p>

<p>participarán... ¿cuánto y cómo?</p>	<p>hemos implementado la monetización; sin embargo, esta opción estará disponible en el futuro.</p> <p>En segundo lugar, estableceremos acuerdos con emprendimientos que proporcionarán productos para su mención en cada programa, limitando esta colaboración a un máximo de dos productos por episodio. Estos productos serán ofrecidos en sorteos semanales en nuestra cuenta de Instagram. Inicialmente, nos asociaremos con emprendimientos de nuestra red personal de contactos, ya que contamos con su confianza en la calidad del nuestro podcast. A medida que el alcance de nuestro podcast crezca, buscaremos establecer alianzas con una variedad de emprendimientos y, eventualmente, con empresas.</p>	
<p>- Público objetivo: ¿por qué AB? - Citan a Ipsos, 2021 para las 5 aplicaciones con mayor frecuencia de uso en Perú: ¿Entonces, por qué no Facebook?</p>	<p>Consideraremos el público objetivo A, B y C, justificado con data IPSOS en el documento. Sobre Facebook, si bien tiene una mayor frecuencia de uso, este no es preferido para ver videos, sino para comprar o dejar reseñas.</p>	<p>Público objetivo: Página 13 Facebook: Página 18</p>
<p>¿De verdad les sorprendió que no existía uno exclusivamente dedicado al fútbol femenino en Perú? En otros lados sí, pero ¿qué nivel de desarrollo hay en esos países del fútbol femenino?</p>	<p>A pesar de nuestras expectativas iniciales de un apoyo limitado al fútbol femenino, nos sorprendió la falta de iniciativas o el escaso respaldo por parte de la mayoría. Un ejemplo inspirador provino de Flepe, una apasionada del fútbol en Argentina, que defiende firmemente la causa del fútbol femenino. Argentina, con un histórico lleno de victorias, comparte nuestra misma pasión por el deporte. En Venezuela, encontramos a una dupla que, a pesar de tener menos de 500 seguidores en YouTube, 3,000 en Instagram y 1,900 en TikTok, lograron asegurar tres</p>	<p>Página 19. Anexos: Página 27</p>

	<p>patrocinadores en tan solo cuatro meses. Aunque Venezuela no tiene un amplio historial de victorias en el fútbol femenino, ha emergido como una fuerza prometedora en este ámbito. Ambos podcasts han destacado las desigualdades presentes en los equipos de fútbol femenino y han experimentado un notable éxito.</p>	
--	--	--



Inf. Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
3	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	<1%
4	nextjs-srv.eldeber.com.bo Fuente de Internet	<1%
5	centrum.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	(Carlinda Leite and Miguel Zabalza). "Ensino superior: inovação e qualidade na docência", Repositório Aberto da Universidade do Porto, 2012. Publicación	<1%

8

Fuente de Internet

<1 %

9

123dok.com

Fuente de Internet

<1 %

10

catalonica.bnc.cat

Fuente de Internet

<1 %

11

jccm.es

Fuente de Internet

<1 %

12

www.celaya.gob.mx

Fuente de Internet

<1 %

13

cloudutil.player.fm

Fuente de Internet

<1 %

14

es.player.fm

Fuente de Internet

<1 %

15

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

16

pubmed.ncbi.nlm.nih.gov

Fuente de Internet

<1 %

17

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

18

digibug.ugr.es

Fuente de Internet

<1 %

19

elcomercio.pe

Fuente de Internet

<1 %

20	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
21	idus.us.es Fuente de Internet	<1 %
22	peru21.pe Fuente de Internet	<1 %
23	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	www.peru.com Fuente de Internet	<1 %
26	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
27	"Women's Football in Latin America", Springer Science and Business Media LLC, 2022 Publicación	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo