



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADO EN LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO INTEGRADOR

TEMA: EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO
EN MEDIOS DIGITALES DE GUAYAQUIL

Autores:

Srta. Núñez Enríquez Linda Fernanda

Srta. Palacios Alvarado Anay Briggitt

Tutor: Mite Basurto Alberto Ernesto MSc.

Milagro, Marzo 2022

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Núñez Enríquez Linda Fernanda, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de integración curricular, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor, como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **EDUCACIÓN, CULTURA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PARA LA SOCIEDAD**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 12 de marzo de 2022

NÚÑEZ ENRÍQUEZ LINDA FERNANDA

Autor 1

CI: 0956395925

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Palacios Alvarado Anay Briggitt, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de integración curricular, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor, como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **EDUCACIÓN, CULTURA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PARA LA SOCIEDAD**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 12 de marzo de 2022

PALACIOS ALVARADO ANAY BRIGGITT

Autor 2

CI: 0958219115

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Mite Basurto Alberto Ernesto en mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, elaborado por las estudiantes Núñez Enríquez Linda Fernanda y Palacios Alvarado Anay Briggitt, cuyo título es **EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN MEDIOS DIGITALES DE GUAYAQUIL**, que aporta a la Línea de Investigación **EDUCACIÓN, CULTURA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PARA LA SOCIEDAD** previo a la obtención del Título de Grado **LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso previa culminación de Trabajo de Integración Curricular de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 12 de marzo de 2022

MITE BASURTO ALBERTO ERNESTO

Tutor

C.I: Haga clic aquí para escribir cédula (Tutor).

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (tutor).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (Secretario/a).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (integrante).

Luego de realizar la revisión del Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del título (o grado académico) de **ELIJA UN ELEMENTO**, presentado por Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (estudiante1).

Con el tema de trabajo de Integración Curricular: **EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN MEDIOS DIGITALES DE GUAYAQUIL**.

Otorga al presente Trabajo de Integración Curricular, las siguientes calificaciones:

Trabajo Curricular	Integración	[]
Defensa oral		[]
Total		[]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____

Fecha: Haga clic aquí para escribir una fecha.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Apellidos y nombres de Presidente.	_____
Secretario /a	Apellidos y nombres de Secretario	_____
Integrante	Apellidos y nombres de Integrante.	_____

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (tutor).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (Secretario/a).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (integrante).

Luego de realizar la revisión del Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del título (o grado académico) de **ELIJA UN ELEMENTO**, presentado por Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (estudiante2).

Con el tema de trabajo de Integración Curricular: **EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN MEDIOS DIGITALES DE GUAYAQUIL**.

Otorga al presente Proyecto Integrador, las siguientes calificaciones:

Trabajo de Integración Curricular	[]
Defensa oral	[]
Total	[]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____

Fecha: Haga clic aquí para escribir una fecha.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Apellidos y nombres de Presidente.	_____
Secretario /a	Apellidos y nombres de Secretario	_____
Integrante	Apellidos y nombres de Integrante.	_____

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico a la única persona que me motivo, apoyo y me soporto se la dedico a mi abuela Francia Coello, quien me dio ese ejemplo de perseverancia y actitud, a no dejarme vencer de nada a luchar por mis objetivos, quien me motivaba con sus consejos. Esta tesis es todo lo que me has enseñado tu junto a mis padres, ya que siempre fuiste una persona honesta, entregada a tu familia y trabajo, pero más que eso me quedo con el espíritu valiente que tuviste para salir adelante y no dejarte caer por las adversidades de la vida.

Es por eso que hoy redacto esta dedicatoria en tu nombre, me hubiera gustado que estés presente el día de mi sustentación, pero sé que desde el cielo estas muy orgullosa de tu “fetata”, como me decías. Gracias a mis padres por seguir apoyándome en mis proyectos ya que no estas. Lo estoy logrando gracias a ti Pachanga.

Linda Fernanda Núñez Enríquez

Este presente trabajo investigativo es dedicado principalmente a nuestro Dios, por ser Él quien nos dio la inspiración y la fuerza para continuar y obtener uno de mis más grandes anhelos. A mis queridos padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos arduos años de estudio, gracias a ellos he logrado llegar hasta donde estoy ahora. Ha sido un gozo y privilegio ser su hija, son unos padres maravillosos. Y a todas aquellas personas que me han extendido una mano y me han apoyado en todo este tiempo en especial a todos los que compartieron sus conocimientos con nosotros.

Anay Briggitt Palacios Alvarado

AGRADECIMIENTO

Quiero comenzar agradeciendo a Dios, padres, hermanos en especial a una persona que durante su corto tiempo por este mundo supo guiarme y apoyarme, lo estoy logrando gracias a mi abuela Francia que durante toda la etapa universitaria me brindó su apoyo.

No ha sido nada fácil este proceso, el camino fue largo y complicado, con muchos tropiezos, lágrimas, enojos y felicidad, pero siempre pensando que al final la vida da sorpresas y hoy por hoy ya vemos los frutos. Durante este proceso muchas veces pasaron por mi cabeza momentos de ¿Cuándo llega el día que me gradué?, ya falta poco, “ya quiero salir”, hoy me pregunto qué haré después que me gradué, muchos recuerdos vienen a mi mente, fueron 5 años de muchas experiencias.

Sin duda cada momento se lo agradezco a Dios, sin él no estaría donde estoy ahora, a mi gran amigo Byron Mora que me motivo a seguir cuando pasaron momentos de dejar la carrera por dificultades de la vida, hoy todavía no me lo creo estar aquí, redactando estas palabras quisiera poner a cada uno de mis amigos, pero me quedan cortas estas líneas. Solo diré gracias por todo.

Linda Fernanda Núñez Enríquez

Agradezco a Dios por proveerme de todo lo necesario para llegar a este momento tan importante de mi vida, por todas las bendiciones que me ha dado, por guiarme a lo largo de la vida, ser el apoyo y fortaleza en cada uno de los momentos que estuve en dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres: Ananías Palacios y Maribel Alvarado por ser los promotores de mis sueños, por creer y confiar en cada paso que daba, por cada uno de sus consejos, valores y principios que me han inculcado durante todo este camino llamado vida. También a mis hermanos que han sido mis grandes amigos y amores.

Agradezco a mi novio Byron Celi, a su familia que me ha acogido y apoyado en todo momento, a mis amigas de toda la vida Lissette Cabrera y Ana María Rodríguez que han sabido estar conmigo durante todo este proceso. Doy gracias a cada uno de los docentes de la carrera de Comunicación Social que nos han brindado sus conocimientos a lo largo de nuestra preparación profesional, quienes nos han dirigido con paciencia y sabiduría.

Anay Briggitt Palacios Alvarado

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	v
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
CAPÍTULO 1	3
1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Planteamiento del problema.....	5
1.2. Objetivos	6
1.3. Justificación	6
1.4. Marco Teórico	7
CAPÍTULO 2.....	16
2. METODOLOGÍA	16
2.1. Tipo de investigación por su objeto de estudio: aplicada.....	16
2.2. Tipo de investigación por su alcance: descriptiva.....	16
2.3. Tipo de investigación por su temporalidad: transeccional.....	17
2.4. Enfoque investigativo: mixto.....	17
2.5. Procedimientos y técnicas: encuesta y entrevista	18
2.6. Tratamiento estadístico de la información	19
2.7. Población y muestra.....	20
CAPÍTULO 3.....	43
3. RESULTADOS (ANÁLISIS O PROPUESTA)	43
3.1. Resultados de la encuesta	23
3.2. Análisis de las entrevistas	33
3.3. Análisis de contenido de los programas “Esto es fútbol” y “5G” del medio digital “Marca 90”	43
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	3
ANEXOS.....	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Fórmula de muestra infinita	20
Figura 2 - Género de los encuestados	23
Figura 3 - Personas que ven programas deportivos en medios digitales	24
Figura 4.....	25
Figura 5 - Roles protagónicos en el periodismo deportivo	26
Figura 6 - El rol que ejerce la mujer en el periodismo deportivo	27
Figura 7 - Calificación de las mujeres en el periodismo deportivo	28
Figura 8 - Observaron piropo de los varones hacia sus colegas mujeres.	29
Figura 9 - Observaron a periodistas varones hacer chistes sexistas hacia las colegas mujeres	30
Figura 10 - Desean ver a mujeres ejerciendo roles protagónicos en el periodismo deportivo.....	31
Figura 11 - Opinión sobre el hecho de que periodistas deportivas sean piropeadas por sus compañeros.	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Valor Z	21
Tabla 2 - Entrevista 1	33
Tabla 3 - Entrevista 2	36
Tabla 4 - Entrevista 3	39
Tabla 5 - Entrevista 4	41
Tabla 6 - Análisis de contenido del programa “Esto es fútbol”	44
Tabla 7 - Análisis de contenido del programa “5G”	45

Título de Trabajo Integración Curricular: El rol de la mujer en el periodismo deportivo en medios digitales de Guayaquil.

RESUMEN

Esta investigación aborda el rol de la mujer en el periodismo deportivo en medios digitales de Guayaquil. Se trata de una investigación descriptiva y de enfoque mixto en la que se utilizó instrumentos cuantitativos y cualitativos como la encuesta, la entrevista y el análisis de contenido para cumplir con el objetivo principal de analizar esta problemática. Entre los principales hallazgos que podemos mencionar está el revelar que aún en la actualidad existe mucho machismo y sexismo dentro del periodismo deportivo, habiendo mujeres periodistas que son víctimas de menosprecio y acoso sexual en el ejercicio de esta profesión. Sin embargo, cada vez son más las oportunidades que se presentan para que la mujer destaque en el campo del periodismo deportivo, pero hace falta una mejor preparación y formación profesional antes de enfrentar los desafíos que vienen implícitos con esta profesión. Debido a ello, se ha recomendado que la academia incluya la especialidad en periodismo deportivo dentro de las mallas curriculares.

PALABRAS CLAVE: periodismo, periodismo deportivo, medios digitales, sexismo

Título de Trabajo Integración Curricular: El rol de la mujer en el periodismo deportivo en medios digitales de Guayaquil.

ABSTRACT

This research addresses the role of women in sports journalism in digital media of Guayaquil. It is a descriptive and mixed approach research in which quantitative and qualitative instruments such as survey, interview and content analysis were carried out to meet the main objective of analyzing this problem. Among the main findings that we can mention is revealing that even today there is a lot of machismo and sexism within sports journalism, with women journalists who are victims of contempt and sexual harassment in the exercise of this profession. However, there are more and more opportunities for women to stand out in the field of sports journalism, but better preparation and professional training are needed before facing the challenges that come with this profession. Due to this, it has been recommended that the academy include the specialty in sports journalism within the curricula.

KEY WORDS: journalism, Sports journalism, digital media, sexism

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

A través del tiempo, el periodismo se ha convertido en una actividad importante para la sociedad, tanto que, en 1787, la prensa fue catalogada por Edmund Burke como el “cuarto poder” de la sociedad liberal (Yanes, 2021) por su poder de influenciar en las personas.

Desde las primeras manifestaciones de lo que puede ser reconocido como periodismo, en las “Actas diurnas del Senado Romano” (Yanes, 2021), esta práctica ha evolucionado y ha permitido una especialización en distintas áreas: Política, Economía, Arte, Deportes...; y es precisamente en esta última en la que se centra el objeto de estudio de este proyecto.

El periodismo deportivo nació en Ecuador en 1929, con la implementación de la primera radio; y al año siguiente, cuando se disputaba por primera vez el mundial de fútbol Uruguay 1930, este tipo de transmisiones radiofónicas toma fuerza (Maldonado, 2016) instaurándose la práctica y desarrollo de lo que hoy conocemos como periodismo deportivo.

Desde entonces existe una evolución del desarrollo periodístico en esa área, que parte de la radiodifusión, con la transmisión de partidos de fútbol y otras disciplinas; las publicaciones de periódicos con secciones deportivas, revistas especializadas y los programas de análisis en señal abierta de televisión.

Con la irrupción de la Internet, todas estas prácticas han detonado y han confluído en la digitalización y democratización de todo tipo de información. Y lo relacionado al deporte no es la excepción. Ya sea por redes sociales, plataformas de streaming, o formatos a la parrilla, los programas digitales especializados en deportes tienen algo en común: la poca o nula participación de la mujer haciendo periodismo deportivo, con un estereotipo, en su mayoría, sexualizado.

Aunque con grandes excepciones a nivel internacional, existen ejemplos en los que los medios han apostado por la participación femenina en espacios deportivos y estas mujeres periodistas se han desenvuelto en periodismo deportivo demostrando capacidad y conocimiento del tema. La argentina Viviana Vila fue la pionera en comentar un mundial de fútbol (el de Rusia) para Estados Unidos.

Sin embargo, hace falta más. En nuestro país, en pleno siglo XXI, donde las conquistas femeninas han permitido la intervención de las mujeres en distintos ámbitos, la información deportiva tiene deficiencias cuando se trata de representación de las mujeres ejerciendo esta labor.

Basta con poner atención a las coberturas de ruedas de prensa sobre anuncios o torneos deportivos y se puede ver que la cantidad de periodistas varones que asisten a las mismas supera en número a las mujeres que acuden. Las redacciones periodísticas de los medios tradicionales también demuestran poca participación femenina en las notas periodísticas que firman o de las que se responsabilizan.

Pero es en los programas audiovisuales donde se puede analizar con mayor detalle la participación (y sexualización) de las mujeres, ya sean en programas televisivos, de señal abierta, pagada, o por los medios digitales; pues, al ser necesaria la imagen, se recurre a un estereotipo de mujer (vestuario, maquillaje) que acompaña a los presentadores.

Estos casos demuestran una marcada tendencia a sexualizar la imagen de la mujer, o en su defecto a tener la compañía femenina sin mayor aportación dentro de los espacios audiovisuales, sean análogos o digitales.

Se cree que una de las razones para que se produzca esta situación en los medios ecuatorianos es el machismo, que considera a las mujeres como modelo-presentadora y al hombre como el mejor calificado para comentar de temas deportivos.

Esta investigación analizará el rol que desempeñan las mujeres dentro de prensa deportiva en los diferentes espacios digitales de Guayaquil. El canal escogido es el programa “Marca 90”, que se transmite por *YouTube* y que a su vez tiene varios productos o secciones. Se analizará dos de ellos: “Esto es fútbol” y “5G”, además se hará referencia a otros casos que mantienen prácticas similares en cuanto a su contenido.

En el estudio se analizará la equidad de las mujeres en estos espacios informativos y la participación que se le da a cada una y si existe o no sexismo durante la transmisión, sea con comentarios o acciones.

La investigación se realizará con una metódica tipo no experimental y exploratoria con énfasis en el estudio de los contenidos audiovisuales de los programas ya descritos. Para la consecución de lo planteado se propone el desarrollo de la investigación en capítulos, en

los que se detallará la problematización, objetivos, justificación y marco teórico o estado del arte, donde se conceptualizan los temas a tratar, en el Capítulo 1. En el capítulo 2 se tratará la metodología aplicada en este estudio, métodos e instrumentos utilizadas para la recopilación y análisis de datos obtenidos: y en el capítulo 3 estarán los resultados encontrados, y las conclusiones y recomendaciones.

1.1. Planteamiento del problema

El periodismo deportivo ha sido, a través de la historia, un espacio de entretenimiento casi siempre dirigido al público masculino y, en general, desarrollado por personal masculino. Es a comienzos del siglo XXI que se ha podido observar el incremento de personal femenino en esta área del periodismo, especialmente en mercados internacionales como el de Estados Unidos, en donde la participación de la mujer ha ido de manera paulatina.

No es el caso de América Latina, donde el desarrollo profesional en esta área presenta limitaciones, en los que casi siempre tiene que ver el enfoque de género. Desde la transmisión de las distintas disciplinas deportivas, en los que mayoritariamente se expone la participación de los varones existe un nivel de inequidad, además de que crea en la audiencia una idea de que los deportes son masculinos y se forma un constructo social en el que la mujer no comprende o no está capacitada para procesar información de un determinado deporte.

Es por ello que persisten programas de comentarios y análisis deportivos liderados por varones con la compañía de una mujer periodista cuya presencia se malinterpreta y en ocasiones puede ser objeto de burlas o acoso durante la transmisión de los mismos, estableciendo no solo machismo si no también inequidad entre hombre y mujer.

Debido a esto, el proyecto pretende analizar a profundidad la actuación femenina dentro de la prensa deportiva en los medios digitales de Guayaquil, analizando los contenidos de los programas “Esto es fútbol” y “5G”, del canal “Marca 90”, transmitido por *YouTube*. Con el presente proyecto se pretende establecer el nivel de participación de las mujeres en estos espacios y determinar si existe equidad y/o sexismo durante la transmisión de los mismos.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Analizar el rol que tiene la mujer en el periodismo deportivo en medios digitales de Guayaquil.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Describir el rol que se le da a la mujer en los programas digitales especializados en la comunicación deportiva.
- Establecer el nivel de participación que tiene el género femenino durante la emisión de los programas deportivos digitales.
- Determinar la equidad entre varones y mujeres durante los programas deportivos e identificar si existe sexismo durante los mismos.

1.3. Justificación

En el Ecuador es evidente que las mujeres han alcanzado metas en distintos niveles ya sea en los ámbitos profesionales, deportivos o culturales, representando al país de la mejor manera posible.

Sin embargo, aún se puede observar deficiencias o diferencias en cuanto al enfoque de género que necesariamente establece las oportunidades que tienen tanto hombres y mujeres en diferentes contextos.

En ese sentido, esta investigación basa su estudio conocer el papel que cumple una femina periodista dentro de la programación digitale especializados en deportes, que a primera vista demuestra una falta de oportunidades para su participación en medio de un sector tradicionalmente masculino.

Y, de ser el caso, cuando se tiene la oportunidad, en su mayoría los programas dejan a la mujer en un rol secundario, básicamente como un adorno pues por lo general se busca un complemento de “belleza” estereotipada. Además, se evidencia también una especie de cosificación y sexismo por parte de los compañeros en el ámbito de estos programas digitales.

A partir de ello, es necesario analizar estos programas, su contenido y la participación de las mujeres en los segmentos, pues como explica Pedraza (2012) existe una orientación a que la mujer sea relegada a un puesto secundario, tanto en los deportes como tal, como en los programas dedicados a estos.

En concordancia, Cuadrado (2017) establece que los medios son muy responsables de la perpetuación de un estereotipo y la publicidad, de la cosificación de la mujer. Por ello, esta investigación busca alertar sobre dichas prácticas para evitar que se sigan perpetuando.

Se ha establecido la utilización de métodos cuantitativos y cualitativos para la recolección de datos que permitirán el análisis de la situación objeto de esta investigación.

1.4. Marco Teórico

1.4.1 Periodismo deportivo, origen y evolución

Este es considerado como el precursor del periodismo especializado (González, 2018). De acuerdo con Mashingshi y Lala (2022) este surge “como una nueva tipología de información que captó la atención e interés de los públicos por informarse sobre acontecimientos relacionados al deporte” (2022).

Sus inicios se remontan al año 1822 cuando aparecen las primeras informaciones de este tipo en la revista *Bell's Live* y después en *Sportman* (1852) (Gómez, 2012). Para 1896, y 1908, años en los que se jugaron los primeros juegos olímpicos de la era moderna (Atenas y Londres, respectivamente), aparecen los primeros corresponsales del diario *Le Figaro*, y el londinense *The Times*, lo que dio la oportunidad de que surjan nuevos diarios con contenido deportivo (Ávila & Ávila, 2019).

Esto dio paso a que los medios incorporaran secciones deportivas por el gran alcance que tenía, como explica Morales (2019). “Tras el surgimiento de las primeras publicaciones, los medios observan el potencial económico que tiene la información deportiva y se produce una verdadera eclosión y magnificación de contenidos deportivos en todos los medios” (Morales, 2019, p. 42).

Desde entonces,

Ha evolucionado hasta convertirse en la actualidad en el producto informativo de mayor alcance social y en el más demandado y consumido en muchos países de la Europa Meridional y América Latina, tanto en la prensa tradicional, en los medios radiofónicos y televisivos, como en los nuevos soportes digitales (Rojas, 2014)

En concordancia, González (2020) asegura que “el periodismo deportivo ha evolucionado y se ha desarrollado hasta convertirse en el género especializado de mayor impacto social con gran repercusión a nivel mundial en numerosos ámbitos” (González, 2020).

Pero, ¿cuál es la fórmula para esa aceptación tan grande desde las audiencias?, y ¿por qué se han consolidado como periodismo especializado, con mayor repercusión social en prácticamente todos los medios de comunicación?

Como argumenta Lozano (2017), esto se debe a que “se presenta como una información de masas, de interés general y con un lenguaje asequible para la mayoría de la población” (Lozano 2017). Por ello, agrega, está presente en “radio, televisión, prensa y en los últimos años, adaptándose a la vida 2.0, en portales webs, blogs y páginas multimedia”, (Lozano, 2017).

Sin embargo, autores como Angulo y Moreno destacan de este periodismo especializado una ambigüedad en la que por una parte tiene mayor audiencia y por la otra es uno de los más criticados.

Por una parte, ha sido y es la sección de la prensa cuya audiencia aumenta, es decir, sus contenidos son cada vez más demandados por lectores, oyentes, televidentes y cibernautas en el mundo y, al mismo tiempo, los que más atraen el patrocinio de diversas marcas. Por otra, es una especialidad a la que se le cuestiona su calidad, pues el periodista dedicado a comunicar e informar sobre deportes se concibe como un profesional superficial, apasionado y con poco deseo de respetar las normas idiomáticas y la ética fundada en la veracidad, la confrontación de las fuentes, la separación entre la información y la opinión, la independencia y la responsabilidad social (Ángulo & Moreno, 2016)

Es lo que argumentan Scherman & Mellado (2018) cuando dicen que “las críticas al periodismo deportivo también se extienden a su poca rigurosidad, lo que se traduciría en un uso frecuente de rumores y una separación poco clara entre información y las opiniones entregadas por los periodistas” (Scherman & Mellado, 2018). Lo que significaría que no se ve al periodista deportivo como tal, sino como un hincha.

“Tradicionalmente, el periodismo deportivo ha sido criticado por no cumplir los estándares tradicionales de la profesión como objetividad, independencia o ejercer el control de los grupos de poder” (Scherman & Mellado, 2018, p. 6).

1.4.2. Periodismo deportivo en Ecuador

Según Carranza (2020), “el periodismo deportivo en Ecuador tendría su origen a partir de la aparición misma del deporte. No como una acción profesional, sino meramente empírica ya que en aquellos tiempos no existían centros de preparación académica especializada en deportes” (Carranza, 2020).

Otras investigaciones datan al periodismo de este tipo en el año 1929 cuando en Riobamba se realiza la primera emisión radial en Radio Prado con programación enfocada en eventos culturales (Maldonado, 2016); en estas, explica, se transmitían eventos deportivos enfocados en las disciplinas jugadas en las Olimpiadas que se venían desarrollando desde 1896, hasta que en 1930 se juega el primer mundial de fútbol y en Ecuador las estaciones radiofónicas transmiten este torneo disputado en Uruguay (Maldonado, 2016).

1.4.3. Características de los periodistas y las noticias deportivas

Como anteceden los conceptos del periodismo deportivo, nace también la interrogante de cuáles son las características de las noticias deportivas y, por tanto, el perfil que se requiere de un periodista que cubre este tipo de eventos.

De acuerdo con la universidad de Palermo (Universidad de Palermo, s.f.)

El periodista deportivo aporta datos, consideraciones y evaluaciones clave que le permiten al receptor de esos mensajes entender, informarse e interpretar al deporte moderno. Pero en ese proceso no sólo hay noticias, también aparece el

entretenimiento y siempre también el negocio y el marketing mediático (Universidad de Palermo, s.f.)

En ese contexto, los periodistas llevan una formación para las distintas coberturas y experiencias que tienen: sin embargo, todos están con la presión del tiempo, como se explica en el sitio web de esa universidad.

Aún en distintos roles (relator, reportero, cronista, editor, movilero, comentarista o productor que trabaja en el anonimato), los periodistas deportivos están siempre bajo la misma presión: el tiempo. Deben siempre informar con rapidez, pero también con certeza, por lo que es clave formarse para poder resolver situaciones periodísticas con extrema velocidad y sin errores (Universidad de Palermo, s.f.)

Una vez entendida la labor del periodista deportivo, estableceremos las características de las noticias de este ámbito. Como explica la página web de la organización mexicana ALEPH: “En todo artículo periodístico nos encontramos con una estructura básica: título, introducción, nudo o desarrollo de la noticia y conclusión. Esta misma fórmula debes respetarla al escribir un artículo deportivo” (ALEPH, s.f.).

Sin embargo, González (2016) enfatiza que “en el periodismo deportivo se permiten algunas alteraciones, que, por algunas particularidades, son necesarias” (González, 2016).

El periodista argumenta que, por ejemplo, “el resultado de un partido hay que darlo inmediatamente. Los adelantos tecnológicos obligan a eso. En radio, televisión e internet los detalles se ofrecen apenas termina alguna competición” (González, 2016).

Sucede igual con las fuentes de donde se obtienen las noticias. En ese contexto pueden enumerarse a cuatro, como las fuentes más importantes de donde se recogen las informaciones.

Por la presencia del periodista en el lugar de la noticia, por el seguimiento o fabricación de un rumor, por leer y escuchar “entre líneas” las informaciones ofrecidas por otros medios o personas, y por la asistencia a ruedas de prensa organizadas por organismos deportivos o patrocinadoras del deporte (Cardona, 2011, pp. 51-52)

1.4.4. Periodismo digital

En sus primeras investigaciones, Salaverría (2005) se refería al periodismo digital como ciberperiodismo, y la definía como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos” (Salaverría, 2005).

Hace unos años, este mismo autor hace una sutil diferencia entre esa expresión con la de periodismo digital, cuya definición la determina de la siguiente manera: El periodismo digital es “todo aquel periodismo que se practica con tecnologías digitales” haciendo referencia a que esto incluye además de “los medios de internet y las redes móviles, a la televisión digital y la radio digital” (Salaverría, 2019).

Sin embargo, todavía existen conceptos en los que se unifican el periodismo digital como ciberperiodismo y lo definen como “una modalidad del ejercicio periodístico cuyos medios auxiliares son de índole digital que se concentra como la evolución de la era digital que emplea el ciberespacio para investigar y producir sus contenidos” (Macas, 2020).

Esta conceptualización además enfatiza que este tipo de periodismo genera una “empresa digital que engloba todas las vertientes previas como la prensa escrita, la radio, la televisión, el internet y otros formatos en un conglomerado multimedia virtual” (Macas, 2020).

En ese sentido, la audiencia es capaz de alcanzar más de un medio para ver las noticias o información puestas en la red, por lo que las características de las mismas están relacionadas a la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad (Vizueté, 2019).

Partiendo de esa conceptualización, se establece la forma o ritmo de trabajo para el mismo. Como destaca Ruíz “el ritmo del periodismo digital queda determinado por la actualidad que hace que el relato se re-elabore permanentemente en función de la evolución del propio acontecimiento y se difunda prácticamente en tiempo real” (Ruíz, 2013).

Esta situación hace repensar el trabajo periodístico y el perfil que requieren los nuevos profesionales en el ejercicio de un periodismo digital. “Los nuevos periodistas deben ser capaces de moverse como pez en el agua en el nuevo ecosistema y para ello deben ser

profesionales multiplataforma y multitarea, además de ser versátiles y polivalentes” (Gosciola, Sedeño, Suing, Contreras, & Kneipp, 2018, pág. 132).

A pesar de los nuevos formatos y características, autores como Rolando (2018), enfatizan en que el ejercicio periodístico como tal no cambia, solo se adapta y aprovecha los espacios ilimitados que ofrece la internet (Rolando, 2018, p. 156). “No existe un periodismo digital como tal. Solo existen crónicas o entrevistas y reportajes, las cuales son elementos cotidianos de un periodismo pensado para la prensa en papel, que ahora son publicadas en Internet” (Rolando, 2018, p. 156).

Pérez (2017) explica que el periodismo hecho por y para internet se diferencia del tradicional por la “ausencia de límites, con posibilidades para articular formatos, públicos más amplios y diversos donde pasan a ser partícipes de las noticias” (Pérez, 2017).

1.4.5. Periodismo digital en Ecuador

Desde la puesta en vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, en 2013, el periodismo y la comunicación fueron protagonistas de un proceso de transición y, paralelamente, se presentó un incremento de medios digitales, con mayor fuerza en redes sociales (Gómez, Mendoza & Zambrano, 2021).

De acuerdo con una investigación de 2015, citada por Morejón y Zamora (2019) los medios digitales en Ecuador estaban clasificados en siete categorías:

Especializados, que recurrían a temas específicos; regionales, por el carácter local de la información; de investigación, por el abordaje de temas políticos, económicos y coyunturales en profundidad; de opinión, basados en criterios personales sobre temas políticos y económicos; radios, cuyo soporte principal era el audio; periódicos agregadores de valor, con publicación semanal o mensual; y finalmente, medios de periodismo narrativo que contaban historias más extensas, en algunos casos multimedia a partir de las noticias que generaban otros medios (Morejón & Zamora, 2019).

“Los medios nativos digitales son los que en la actualidad suelen proponer las estrategias de innovación en el periodismo local” (Gómez, Mendoza, & Zambrano, 2021).

Mientras Vizuet (2019), en su investigación sobre uno de los primeros medios nativos digitales de Ecuador, GK City, establece los rasgos fundamentales del periodismo digital.

La era de la información digital está marcada por varios elementos que la tecnología ha desarrollado. La interactividad, quizá, es el rasgo más importante dentro del mundo digital y, evidentemente, no se encuentra ajena del ciberperiodismo. La multimedialidad y la hipertextualidad son los otros componentes de esta triada que dan sentido al periodismo digital (Vizuet, 2019, p. 40)

Estas mismas características son las que se evidencian para el periodismo deportivo, como resalta De Vita cuando establece el perfil y trabajo del periodista digital. Este, explica, “se destaca por la cobertura de eventos en tiempo real, la inmediatez de sus notas y la capacidad de poder crear comentarios, entrevistas e informes que necesitan de observación, precisión, creatividad e imaginación para poder tener difusión en internet” (De Vita, 2018).

1.4.6 La mujer en el periodismo deportivo

La situación es generalizada. En los medios de comunicación y específicamente los segmentos deportivos, “la mujer periodista juega un papel casi invisible. Los grandes puestos, los grandes nombres y reconocimientos suelen ser los de hombres, por lo que observamos una desigualdad dentro del mundo de la comunicación deportiva” (González, 2020).

A decir de Almeida (2020) la situación en Ecuador no es distinta.

En Ecuador se ha representado a la mujer como un ser frágil, que adorna todo tipo de programas, se la destaca por su belleza, no por su capacidad. Tratan de evidenciar la feminidad en lo sexy o delicado. A los hombres se los ve la mayoría del tiempo vistiendo ropa elegante, demostrando masculinidad y seriedad” (Almeida, 2020, p. 19)

Sin embargo, aclara que “a lo largo de la historia, las mujeres han descubierto espacios en diversos espacios de la sociedad” (Almeida, 2020).

1.4.7. Género

La Real Academia de la Lengua establece un concepto cercano a la cuestión de género como “Conjunto de seres que tienen uno o varios caracteres comunes”, en cuestión gramatical, el género femenino es el “que se manifiesta a través de determinada concordancia y que en pronombres y sustantivos que designan seres animados suele denotar sexo femenino”.

Mientras que el enfoque de género tiene una conceptualización mucho más amplia.

El enfoque de género considera las diferentes oportunidades que tienen los hombres y las mujeres, las interrelaciones existentes entre ellos y los distintos papeles que socialmente se les asignan. Todas estas cuestiones influyen en el logro de las metas, las políticas y los planes de los organismos nacionales e internacionales y por lo tanto, repercuten en el proceso de desarrollo de la sociedad. Género se relaciona con todos los aspectos de la vida económica y social, cotidiana y privada de los individuos y determina características y funciones dependiendo del sexo o de la percepción que la sociedad tiene de él (FAO, s.f.)

De acuerdo con la Federación de Mujeres Jóvenes, los medios de comunicación perpetúan los estereotipos dirigidos a un perfil de la mujer. “Tanto los medios de comunicación en general como la publicidad en particular tienen en común, entre otras características apuntadas anteriormente, su contribución en la creación y perpetuación de estereotipos” (Cuadrado, 2017).

La autora explica que se cosifica a la mujer, dándole un papel relegado a la belleza; en el ámbito deportivo, apunta al poco o escaso apoyo que se le da a las féminas. “El papel de la mujer en el mundo deportivo sigue siendo secundario. Las marcas no esponsorizan a mujeres jóvenes, mientras que las canteras que los equipos futbolísticos son el objetivo de muchas miradas” (Cuadrado, 2017).

Bajo ese criterio Pedraza (2012) ya alertaba sobre esa situación en el ámbito periodístico.

“El periodismo, igual que el deporte, se ha construido como un espacio de exclusión genérica debido a que en la dualidad masculino-femenino a los hombres se les adjudica la libertad para desarrollar actividades que implican la creación de

un entorno cultural, patrimonio que los ubica en un espacio donde lo que hacen resulta valioso no sólo para ellos sino para el resto de la sociedad: el espacio público” (Pedraza, 2012, pp. 55-56).

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación por su objeto de estudio: aplicada

Esta investigación es de tipo **aplicada**. Esto es debido a que se enfoca en un problema específico, el cual se ha analizado con la finalidad de proveer a la comunidad científica de nuevo conocimiento al respecto. Además, se centra en una problemática que viene siendo ampliamente debatida como es el rol de la mujer en el periodismo o en los medios informativos, pero haciendo referencia a un caso específico que las noticias deportivas en los medios electrónicos de la ciudad de Guayaquil.

Rodríguez (Rodríguez, 2020) afirma que la investigación aplicada se caracteriza porque el investigador conoce la problemática y se centra en darle solución o encontrar el camino para solucionarla. Añade que se relaciona muy estrechamente con la investigación básica ya que depende de sus hallazgos para poder continuar investigando para ofrecer una solución.

Un ejemplo de investigación aplicada es la que han realizado varias empresas farmacéuticas y universidades para desarrollar una vacuna para la COVID-19. Previamente a desarrollar la vacuna es necesario realizar una investigación básica para conocer el virus SARS-CoV-2; posteriormente se realiza la investigación aplicada para desarrollar y aprobar la vacuna (Rodríguez, 2020)

2.2 Tipo de investigación por su alcance: descriptiva

Debido a que se enfoca en un tema que ya ha sido estudiado con anterioridad, esta investigación no puede ser considerada como exploratoria. El trabajo que se llevó a cabo, por su alcance, se trata de una investigación **descriptiva**, ya que se enfoca en las características del problema, pero no llega a indagar en el porqué de la problemática (Investigadores, 2020).

El objetivo principal de la investigación descriptiva se centra en definir las características de un fenómeno particular sin necesariamente indagar en las causas que lo producen. En este tipo de investigación el investigador debe tener especial cuidado en no intervenir en el objeto o fenómeno observado, ya que su

comportamiento podría cambiar al implicarse un factor externo (Investigadores, 2020)

2.3 Tipo de investigación por su temporalidad: transeccional

Por su temporalidad, esta investigación es del tipo **transeccional**, también llamada transversal. Se le da esta categorización debido a que es un estudio que se realiza en un momento determinado, tomando datos, obteniendo información acerca de un fenómeno en un momento establecido y específico. No se trató de analizar el comportamiento de un fenómeno en un periodo prolongado como cuando se estudia el cambio climático, la reducción de la vida silvestre o el comportamiento de un volcán a lo largo de un siglo, ese tipo de estudio longitudinal es para analizar otro tipo de problemáticas o fenómenos.

Cuando la investigación se centra en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado o bien en cual es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo, se utiliza el diseño transeccional. En este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Dzul, 2010, p. 5)

Dzul (2010) señala que la investigación transeccional o transversal puede abarcar grupos o subgrupos de personas o indicadores y que puede ser de tres tipos: transeccional exploratoria, transeccional descriptiva y transeccional correlacional o causal.

2.4 Enfoque investigativo: mixto

El trabajo denominado “**EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN MEDIOS DIGITALES DE GUAYAQUIL**” tiene un enfoque investigativo mixto, ya que para poder estudiar la problemática y recopilar la información necesaria para cumplir con los objetivos propuestos, fue necesario aplicar técnicas tanto cualitativas como cuantitativas.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) afirman que la diferencia entre la investigación cuantitativa y la cualitativa es que la cuantitativa se basa en estudios previos para consolidar creencias, patrones de comportamiento exactos; mientras que la investigación cualitativa forma creencias únicas sobre objetos de estudio únicos.

Al utilizar el enfoque mixto, se entremezclan los enfoques cualitativo y cuantitativo en la mayoría de sus etapas, por lo que es conveniente combinarlos para obtener información que permita triangularla. Esta triangulación aparece como alternativa a fin de tener la posibilidad de encontrar diferentes caminos para conducirlo a una comprensión e interpretación lo más amplia del fenómeno en estudio (Ruíz, 2013)

Cabe destacar que, en la presente investigación, el estudio cuantitativo ofreció datos medibles, porcentajes numéricos sobre determinados criterios que se analizó; mientras que la parte cualitativa permitió indagar en cuestiones más subjetivas, percepciones y significados sobre el tema planteado. Ambos tipos de investigación poseen igual validez científica y tienen su grado de rigurosidad.

2.5 Procedimientos y técnicas: encuesta y entrevista

Para obtener los datos necesarios y cumplir con los objetivos planteados para esta investigación, se requirió de aplicar los siguientes procedimientos y técnicas:

Encuesta: esta herramienta de investigación fue aplicada al público en general con la finalidad de obtener respuestas variadas, diversas, de todo tipo de personas que pudieran aportar para conocer cómo observa el usuario común el papel que practica la mujer en la comunicación deportiva. Cada persona tiene una forma y una apreciación distinta sobre lo que ve, por eso fue necesario cuantificar y hacer equivalencias sobre las diferentes ópticas de los ciudadanos.

Entrevista: debido a que el tema abordado posee un componente subjetivo cargado de percepciones únicas, fue necesario realizar entrevistas a periodistas de amplia trayectoria en el periodismo deportivo, que conocen sobre sus inicios y su evolución, así como de la inclusión de la mujer en los *staffs* deportivos y el rol que han venido desempeñando y el que cumplen en la actualidad.

También se entrevistó a dos mujeres periodistas deportivas que han vivido en carne propia la problemática analizada, por lo cual aportaron información valiosa acerca de cómo ellas perciben el rol que se les da actualmente y cómo el mismo ha venido evolucionando con el transcurso del tiempo, ya que fue importante conocer de voz propia de mujeres periodistas deportivas los principales detalles que se viven en este entorno.

Es importante hacer hincapié en que debido a la pandemia de Covid-19 las encuestas fueron realizadas *vía online* utilizando la aplicación *Google Forms*, que se ha venido aplicando para trabajos de este tipo desde hace varios años debido a la facilidad con la que el público en general puede acceder a las preguntas y responder con toda tranquilidad, comodidad y seguridad pues su identidad queda completamente protegida y en incógnita.

Las entrevistas también fueron realizadas *vía online* utilizando la plataforma *Zoom* y *WhatsApp*, esto debido a que aún estamos atravesando los estragos de la pandemia del Covid-19 y los entrevistados deben cumplir con las normas del distanciamiento social. Otro factor determinante para llevar a cabo las entrevistas de manera virtual fue la delincuencia. Los altos índices delincuenciales registrados en la ciudad de Guayaquil obligan a tomar precauciones, por lo que los periodistas contactados no se movilizan a menos de que sea estrictamente necesario y en cumplimiento de sus obligaciones laborales.

Análisis de contenido: este instrumento de investigación se aplicó a dos de los programas del medio digital “Marca 90”, que emite su contenido a través de la plataforma *YouTube*. Se eligió a este medio porque, en la actualidad, es uno de los que goza de mayor popularidad entre el público, además de que aglutina a periodistas deportivos de gran trayectoria, reconocimiento y credibilidad a nivel nacional. Para fines de esta investigación, se escogió el programa “Esto es fútbol”, que cuenta con mayor presencia masculina; y el programa “5G”, en el cual sus panelistas son mujeres y solo incluye a un periodista varón.

2.6 Tratamiento estadístico de la información

Para este procedimiento se llevó a cabo por medio de la misma plataforma *Google Forms*, que se utilizó para la realización de las encuestas. Esta plataforma, a más de ser una herramienta poderosa y útil para la realización de encuestas, cuestionarios y sondeos, provee resultados de manera instantánea, elabora los gráficos que explican el comportamiento del fenómeno analizado de manera inmediata y permite acceder a ellos con mucha facilidad guardando la confidencialidad de quien ha respondido de manera voluntaria.

2.7 Población y muestra

INEC (2017) señala a Guayaquil como la ciudad más poblada del Ecuador con 2`644.891 habitantes. Considerando que el 44% de hogares guayaquileños posee acceso a internet, este sería el tamaño de la población, ya que son estas personas quienes pueden dedicarse a observar los programas deportivos en los medios digitales y aportar acerca de lo que perciben sobre el rol que desempeña la mujer en este campo.

Población: 1'163.752.

Una vez conocido el tamaño de la población, se aplicó la fórmula para determinar el tamaño de una **muestra finita** y así poder determinar a cuántas personas se debió encuestar.

Parámetros

n = tamaño de muestra

N = tamaño de la población / universo

Z = Depende del nivel de confianza (NC)

e = error máximo permitido

p = probabilidad de éxito

q = (1-p) = probabilidad de que no ocurra el evento

Fórmula para muestra finita

Figura 1

Fórmula de muestra infinita.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Nota: con esta fórmula se calcula la muestra conociendo el tamaño de la población.

Tabla para determinar el valor Z

Tabla 1

Valor Z.

Nivel de confianza (NC)	Z
99.7%	3
99%	2.58
98%	2.33
96%	2.05
95%	1.96
90%	1.645
80%	1.28
50%	0.674

Nota: el valor Z depende del nivel de confianza (NC).

Ingresar valores para encontrar n

$$N = 1'163.752$$

$$Z = 1,645$$

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$e = 8\%$$

$$n = 106$$

Considerando que el tamaño de la población o universo es de 1'163.752, un factor Z de 1.645 que proviene de un Nivel de Confianza del 90%, que las probabilidades de éxito y de error son del 50% y 50%, y un error máximo permitido del 8%, el resultado de nuestra **muestra** fue de 105.69, que redondeando dio 106. Es decir, para esta investigación fue necesario encuestar a 106 personas.

2.7.1 Características de la muestra

La muestra es una porción representativa de la población objeto de estudio. Para fines de la presente investigación, se consideró que las 106 personas participantes de la encuesta debían cumplir con las siguientes características:

- Tener acceso a internet.
- Estar dentro de un rango de edad entre 18 y 45 años.
- Ser aficionado al deporte.
- Utilizar redes sociales.
- Haber visto algún programa deportivo a través de medios digitales.

2.7.2 Proceso de selección

Para poder contactar e invitar a los participantes, se llevó a cabo el siguiente procedimiento:

- Revisar redes sociales de programas deportivos.
- Revisar comentarios y reacciones a las publicaciones en redes sociales de programas deportivos.
- Revisar grupos en redes sociales de aficionados a los deportes, especialmente al fútbol.
- Invitar a participar de la encuesta a diversos usuarios o seguidores de estos programas y grupos.

2.8 Resultados de la encuesta

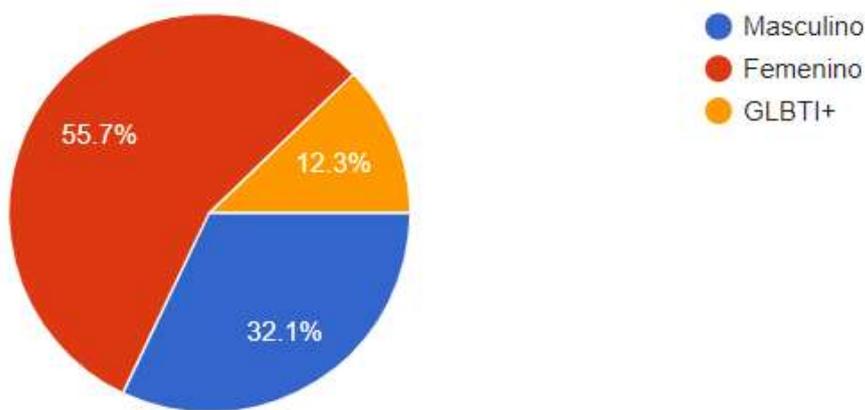
Para fines de la presente investigación, se llevó a cabo una encuesta a un total de 106 personas a través de la plataforma *Google Forms* para conocer más acerca de su percepción sobre el rol que ejerce la mujer en el periodismo deportivo en programas de medios digitales de Guayaquil. Los resultados se muestran a continuación.

1. ¿Cuál es su Género?

Se consideró importante conocer qué grupo de personas le prestarían más atención y estarían dispuestas a participar en una investigación acerca del rol de la mujer en el periodismo deportivo. Debido a ello, se consultó cuál es el género de los participantes. El resultado fue que casi el 56% de quienes se animaron a contestar la encuesta son mujeres, el 32% fueron varones y el 12% se identificó como GLBTI+ (véase figura 2).

Figura 2

Género de los encuestados.



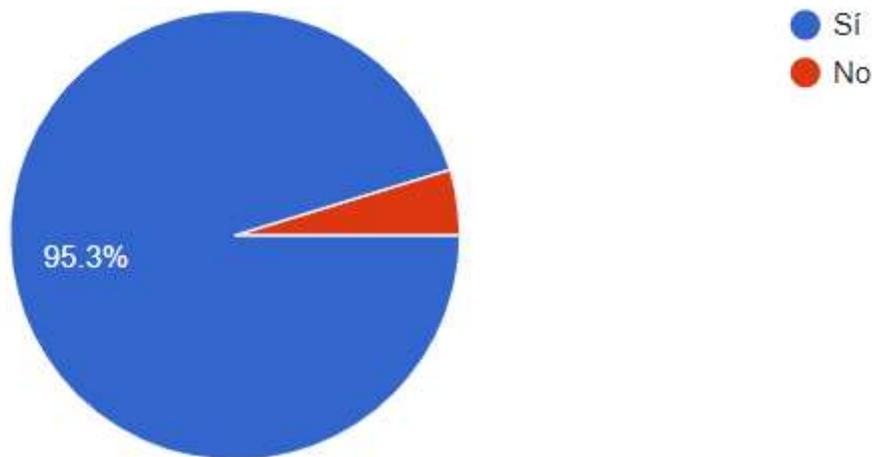
Nota: hubo más participación por parte de las mujeres.

2. *¿Usted ve Algún Tipo de Programa Deportivo a Través de Medios Digitales?*

Como segunda pregunta se buscó conocer quiénes de los que respondieron la encuesta ven o siguen algún tipo de programa deportivo a través de medios digitales, redes sociales, *streaming* o internet. Más del 95% de los encuestados respondió que sí, lo que resulta lógico en una sociedad que ha volcado la interacción, el entretenimiento y la información a las redes sociales (véase figura 3).

Figura 3

Personas que ven programas deportivos en medios digitales.



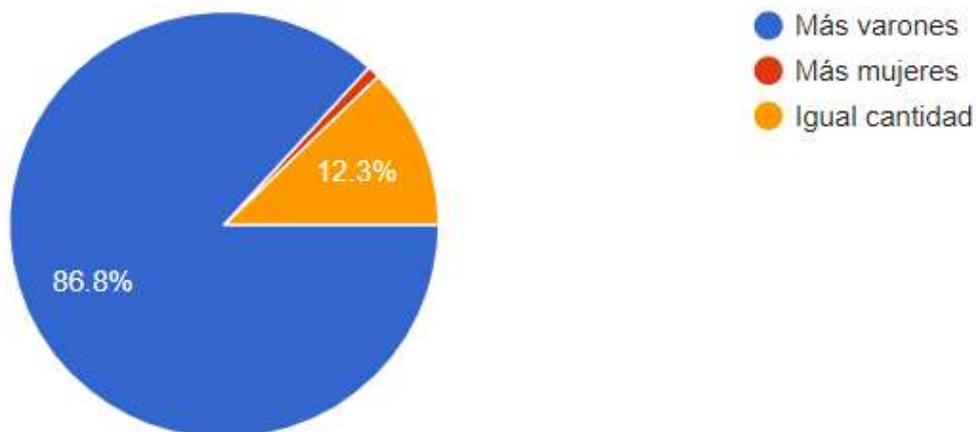
Nota: más del 95% respondió que sí ve programas deportivos en medios digitales.

3. *¿En Esos Programas Deportivos hay más Periodistas Varones o más Periodistas Mujeres?*

La tercera pregunta tuvo como objetivo conocer la percepción de los usuarios acerca de la cantidad de mujeres y varones que ven ejerciendo labores en programas deportivos. El 87% de los encuestados respondió que hay más varones en los programas deportivos, el 12,3% considera que la cantidad de hombres y mujeres es igual, mientras que menos del 1% percibe que hay más mujeres que hombres en los programas de periodismo deportivo. Es decir, la presencia femenina en programas deportivos en comparación con la masculina, según el público, es muy inferior (véase figura 4).

Figura 4

Cantidad de periodistas hombres y mujeres en programas deportivos.



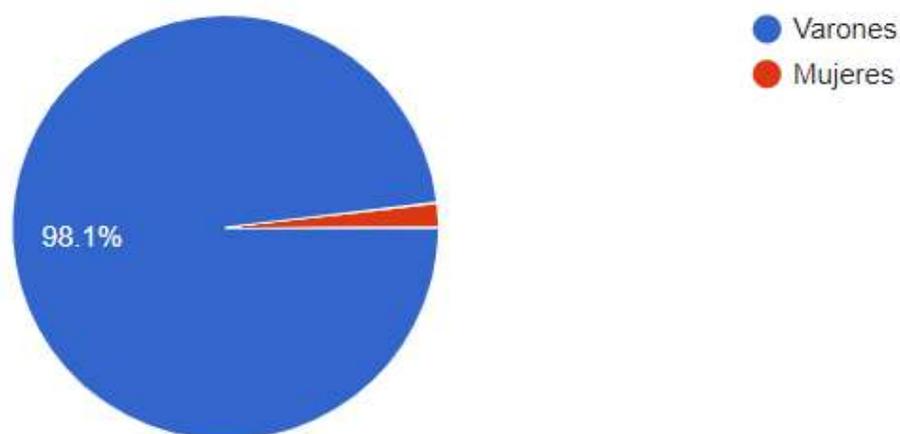
Nota: según la apreciación del público, hay más periodistas deportivos hombres que mujeres.

4. *¿Los Roles Protagonicos Estelares los ha Visto más en Hombres o Mujeres?*

Pero más allá de la cantidad de hombres y mujeres en el periodismo deportivo, fue también importante conocer quiénes, según el público, ejercen los roles protagónicos o estelares en los programas de deportes. Ante esta interrogante, el resultado es que más del 98% de los encuestados considera que los roles protagónicos los ejercen los varones (véase figura 5).

Figura 5

Roles protagónicos en el periodismo deportivo.



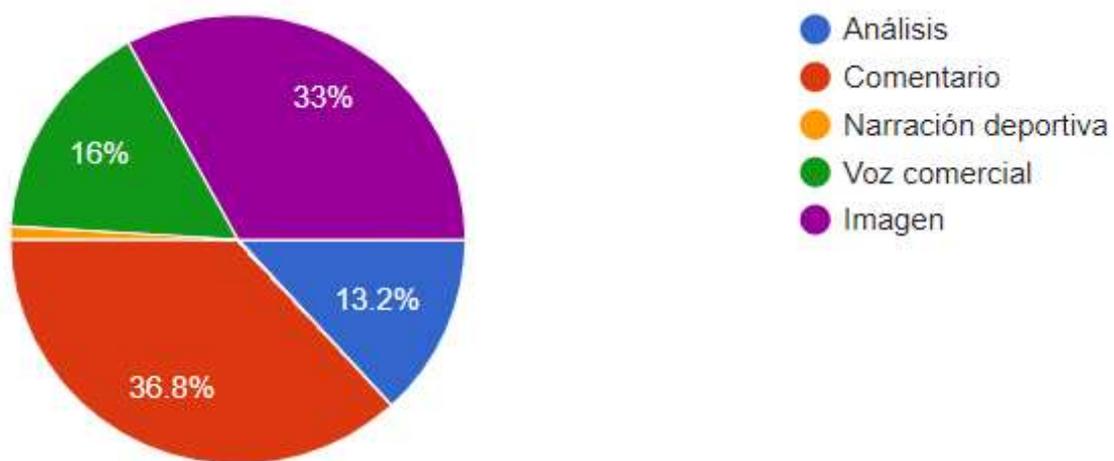
Nota: el 98% considera que los roles protagónicos ejercidos por varones.

5. *¿Cuál es el Rol que más ha Visto Desempeñar a Periodistas Mujeres?*

También fue importante conocer cuál es el rol que el público más ha visto desempeñar a las mujeres periodistas deportivas. Se les dio a escoger entre cinco opciones: análisis, comentario, narración deportiva, voz comercial e imagen. El resultado fue diverso, sin embargo, casi el 37% de los encuestados considera que el rol que más ejercen las mujeres en el periodismo deportivo es el de emitir comentarios. A esta cifra le sigue un 33% de usuarios que considera que la mujer ejerce un rol netamente de imagen en el periodismo deportivo. Un 16% ha visto a las mujeres más como voz comercial, mientras que el 13.2% las ha visto realizar análisis. Menos del 1% considera que su papel es el de narración deportiva (véase figura 6).

Figura 6

El rol que ejerce la mujer en el periodismo deportivo.



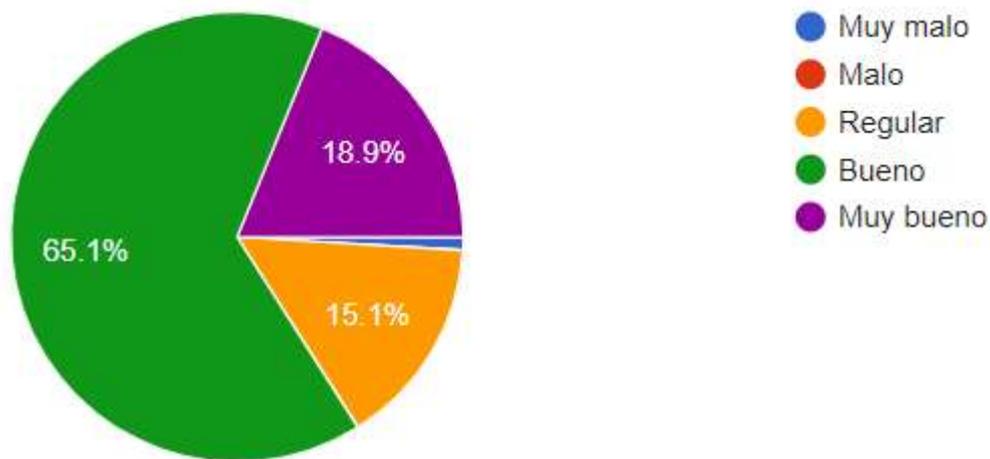
Nota: casi el 37% dice que la mujer emite comentarios, mientras que el 33% la ha visto solo como imagen.

6. ¿Cómo Califica la Participación de las Mujeres en el Periodismo Deportivo en los Programas Digitales?

A los encuestados también se les consultó cómo califican la participación de las mujeres en el periodismo deportivo en los programas digitales. Se les dio a escoger entre cinco opciones: muy malo, malo, regular, bueno y muy bueno. Más del 65% considera que la participación de la mujer es buena y casi el 19% la considera muy buena. El 15,1% considera que su participación es regular y las demás respuestas no llegan ni al 1% (véase figura 7).

Figura 7

Calificación de las mujeres en el periodismo deportivo.



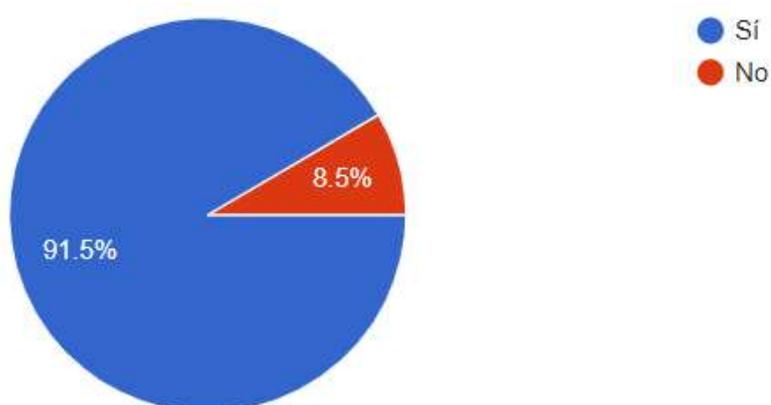
Nota: el 84% de encuestados le da calificación positiva a la participación de la mujer en el periodismo deportivo en programas de medios digitales.

7. En los Programas Deportivos que ha Podido Observar en Medios Digitales ¿Ha Visto que los Varones le Digan Algún Piropo a su o sus Compañeras Periodistas?

Se indagó acerca de la interrelación entre los periodistas hombres y mujeres durante los programas de periodismo deportivo en los medios digitales. Para ello, se consultó a los encuestados si han observado que periodistas varones expresen piropos a su o sus compañeras periodistas mujeres. Más del 91% de los participantes en esta encuesta respondió que sí ha visto que periodistas varones piropeen a su o sus compañeras mujeres, es decir, aquella situación debió suceder al aire. El 8.5% de los encuestados respondió que no ha presenciado este tipo de actos (véase figura 8).

Figura 8

Observaron piropo de los varones hacia sus colegas mujeres.



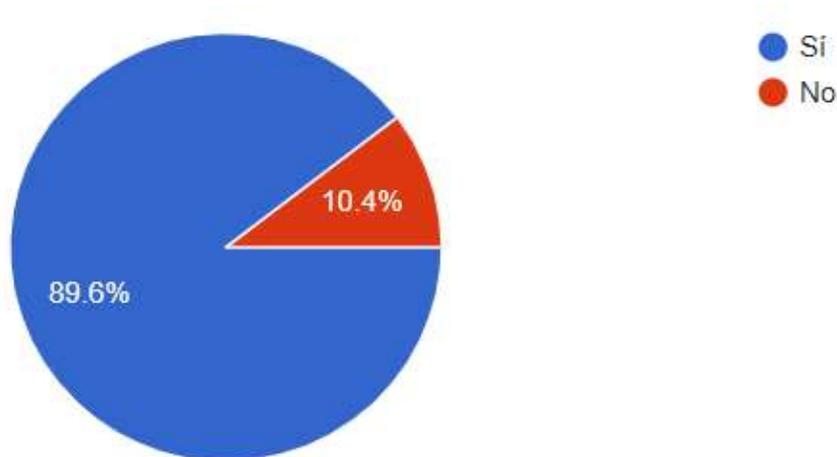
Nota: más del 91% afirma haber observado a un periodista hombre piropear a una compañera mujer.

8. En los Programas Deportivos que ha Podido Observar en Medios Digitales ¿Ha Visto que los Varones le Digan Algún Chiste Sexista a sus Compañeras Periodistas?

Al igual que la pregunta anterior, se quiso saber si los encuestados han observado que los varones realicen algún chiste sexista a sus compañeras mujeres. Casi el 90% respondió que sí y tan solo el 10.4% respondió que no (véase figura 9).

Figura 9

Observaron a periodistas varones hacer chistes sexistas hacia las colegas mujeres.



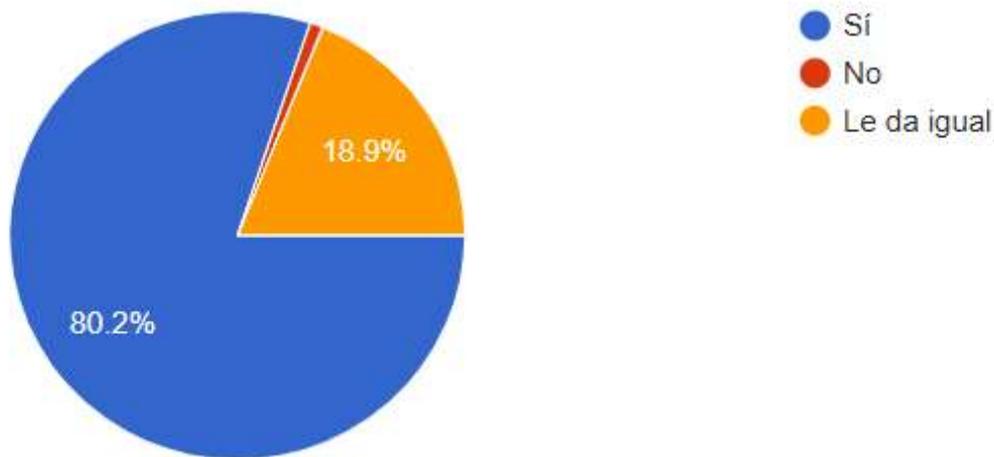
Nota: casi el 90% ha observado a un periodista varón hacer chiste sexista a compañera mujer.

9. *¿Le Gustaría que las Mujeres en el Periodismo Deportivo Tengan más Roles Protagonísticos en los Programas Digitales?*

A los usuarios también se les preguntó si les gustaría ver a las mujeres ejerciendo roles más protagonistas en los programas de periodismo deportivo. El resultado fue que una gran mayoría equivalente al 80,2% de los encuestados respondió que sí. Sin embargo, cerca del 19% respondió que le da igual, es decir, le es indiferente si ejercen o no roles protagonistas las mujeres o quiénes los ejerzan, mientras que menos del 1% no desea ver a mujeres ejerciendo roles protagonistas en el periodismo deportivo (véase figura 10).

Figura 10

Desean ver a mujeres ejerciendo roles protagonistas en el periodismo deportivo.



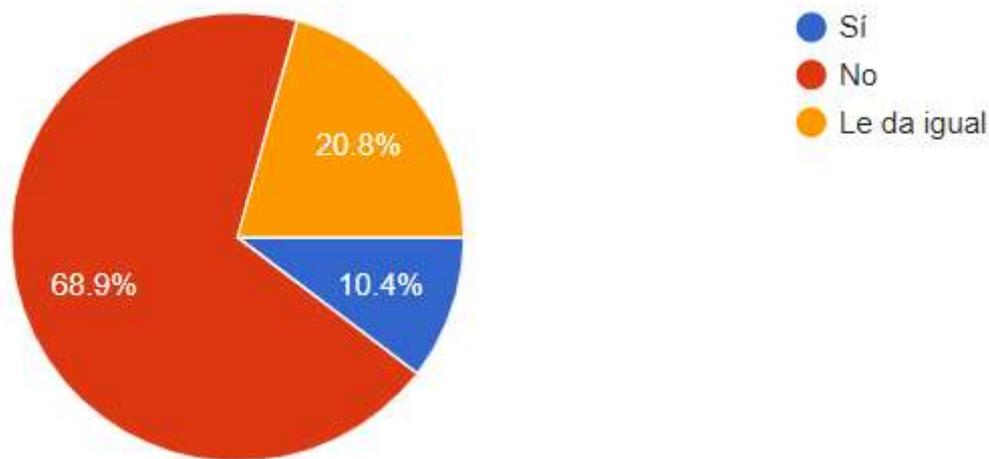
Nota: más del 80% de los encuestados sí desea ver que las mujeres ejerzan roles más protagonistas en los programas de periodismo deportivo.

10. ¿Le Parece Adecuado que las Mujeres Periodistas Deportivas Sean Piropeadas por sus Compañeros de Labores?

Finalmente, se consultó si la acción de que las periodistas mujeres sean piropeadas por sus compañeros de labores, es decir, periodistas varones, es adecuada. A los encuestados se les dio la opción de responder sí, no y le da igual. El resultado fue que casi el 69% dice que este comportamiento no es adecuado. Casi el 21% de los encuestados dijo que le da igual si ocurre o no ocurre, mientras que el 10.4% considera que esta acción sí es adecuada (véase figura 11).

Figura 11

Opinión sobre el hecho de que periodistas deportivas sean piropeadas por sus compañeros.



Nota: el 68.9% considera inadecuado que periodistas deportivas mujeres sean piropeadas por sus compañeros.

2.9 Análisis de las entrevistas

Otra de las técnicas aplicadas para el presente trabajo de investigación fue la entrevista. Se realizó entrevistas utilizando los medios tecnológicos disponibles a cuatro periodistas deportivos de renombre a nivel nacional: dos hombres y dos mujeres. La finalidad fue conocer cómo han visto la evolución del periodismo deportivo en el Ecuador, la inclusión de la mujer y la evolución de los roles que ejerce en esta rama del periodismo, así como saber, por medio de la voz de mujeres periodistas deportivas, cómo es el ejercicio de esta profesión en los medios digitales de Guayaquil y cómo ha sido su evolución en cuanto a los roles que ejercen y que han ejercido desde sus inicios.

2.9.1 Entrevista a Periodista Deportiva María José Flores.

Tabla 2

Entrevista 1.

Entrevistado	Lic. María José Flores
Título	Licenciatura en Comunicación Social
Medio en que labora	Tc Televisión
Cargo que ocupa	Presentadora de deportes
Temas importantes	<ul style="list-style-type: none">• Inclusión de la mujer en el periodismo deportivo.• Cambio del rol de la mujer en el periodismo deportivo.• Formación de la mujer en periodismo deportivo

Fuente: elaboración propia.

La entrevista realizada a la periodista deportiva María José Flores es un aporte importantísimo para la presente investigación ya que es una de las primeras mujeres en incursionar en el periodismo deportivo de manera profesional. Por 17 años se ha mantenido

en TC Televisión, uno de los medios televisivos más importantes a nivel nacional, además de trabajar también para el medio digital “Marca 90” y tener su propio canal de *YouTube* llamado En la cancha con Majo. Flores ejerce el periodismo deportivo desde 2010, fue, precisamente, el Mundial de Fútbol de Sudáfrica 2010, su primera experiencia en esta rama del periodismo.

María José afirma que lo más enriquecedor de ejercer el periodismo deportivo es la posibilidad que se presenta para conocer diversas ciudades, países, continentes y con ello todo el intercambio cultural, el aprendizaje, la interrelación personal, el hacer contactos que continúan nutriendo tu carrera profesional y tu labor periodística.

Según su apreciación, ella inició en el periodismo deportivo y vio un cambio generacional. Destaca que, en sus inicios, colegas mujeres dedicadas al periodismo deportivo eran muy pocas e, incluso, se retiraron de esta labor. Considera que la oportunidad de realizar un verdadero trabajo periodístico se lo debe a la visión que tuvieron sus jefes en TC Televisión, que decidieron apostar por ella como imagen femenina deportiva del canal y que esto abrió la puerta a más mujeres en el periodismo deportivo.

- Conmigo creo que entró esta generación de periodistas que no solo estábamos para mostrar nuestros atributos o para ser una chica bonita, que tiene bonita figura, no; si no que conmigo se pensó distinto y como yo soy periodista y comunicadora de profesión comenzamos hacer el tema de elaborar reportajes, ir a coberturas, ir a la cancha.

Afirma que es difícil, pero que antes lo era mucho más, ya que, hoy en día, hay mucho espacio para las mujeres en el periodismo deportivo, tanto así que en todos los equipos de deportes hay una mujer, pues su aporte es importante.

Algo importante que destacar es que, según Flores la inclusión de la mujer en el cumplimiento de facetas del periodismo deportivo a la par que los periodistas varones, podría haber demorado más debido a la mentalidad de los mismos varones que consumen la información deportiva. Según sus palabras: “el hombre, como tal, siempre va a preferir que el hombre te hable de fútbol”.

María José Flores también ha sufrido de menosprecio por parte de colegas periodistas varones. “Muchos colegas del periodismo deportivo que señalaban que por qué iba yo, “que yo sabía de farándula, que no sabía de fútbol”, señaló. Pero ha sido su

profesionalismo y visión lo que ha logrado un cambio de opinión sobre la presencia femenina en el periodismo deportivo.

Pese a que la mujer ha ganado espacios dentro del periodismo deportivo y que se la incluye mucho más, Flores está consciente de que hay superioridad numérica de los hombres frente a las mujeres.

Afirma que en su entorno laboral no ha sufrido de acoso, sexismo, burlas respecto a su trabajo o un sueldo menor que el de sus colegas o desempeñar roles secundarios en comparación con el que se le da al varón, sino que ha sabido respetar el trabajo de los demás, aprender de sus colegas y hacer su trabajo.

Acota que la mujer en el periodismo deportivo cumple con todos los roles que cumplen los hombres, incluso, afirma tener colegas que se están formando en narración deportiva, de hecho, existe una escuela de narradoras deportivas ubicada en la ciudad de Quito.

- Tienes a la mujer que es reportera, que es reportera de cancha, comentarista, narran partidos, a la presentadora del noticiero deportivo, a la comentarista, a la analista, a la que debate, que se sienta a debatir, que maneja un panel de hombres que justo es lo que me toca a mí cuando me solicitan en “Marca 90”, para manejar un panel de hombres y comentaristas deportivos con una gran trayectoria, una amplia trayectoria, con conocimiento y todo. Ya nos vemos ahí. Te paras y manejas un panel, entonces yo veo demasiada igualdad en eso.

Flores considera que el presente para las periodistas deportivas es muy bueno, que hoy están muy bien, que hay colegas que gozan de gran credibilidad, que son escuchadas, vistas y seguidas por el público y eso la llena de satisfacción. Lo que recomienda es que se tenga plena conciencia de que la profesionalización, capacitación e investigación son aspectos que no se pueden dejar de lado para alcanzar el éxito.

- El trabajo de la periodista deportiva es todos los días, es ser original, es ser versátil también, buscar historias, siempre estar investigando, no quedarte solamente con ciertos datos que te da tu productor, si no que siempre ver mucho más allá, siempre dar datos diferentes, ser los ojos de los comentaristas, en la cancha, si tienes ese privilegio de estar en la cancha, usar tus redes sociales también para informar. Todo eso.

2.9.2 Entrevista a periodista deportiva Laura Serrano.

Tabla 3

Entrevista 2.

Entrevistado	Lic. Laura Serrano
Título	Licenciatura en Comunicación Social
Medio en que labora	CNT Sports, Canal TV Digital
Cargo que ocupa	Presentadora de deportes
Temas importantes	<ul style="list-style-type: none">• Machismo en el periodismo deportivo.• Acoso laboral en el periodismo deportivo.• Sexismo en el periodismo deportivo.

Fuente: elaboración propia.

Esta entrevista aporta al trabajo de investigación que se ha realizado debido a que la periodista entrevistada, Laura Serrano, tiene una trayectoria de 20 años en el periodismo, ha trabajado en medios de alcance nacional tanto en radio como en televisión y ha podido evidenciar esa evolución en los roles que desempeñan las mujeres en el periodismo deportivo, incluyendo la influencia del cambio de época con la llegada de los medios digitales.

Laura coincide con María José en que en sus inicios en el periodismo deportivo este campo estaba copado por varones y había muy pocas mujeres periodistas deportivas. Sin embargo, vio en esta situación una oportunidad de destacar. Se propuso como meta ser presentadora de programa de deportes, pero en el canal en que laboraba ya había una presentadora deportiva, por lo que tuvo que renunciar e irse a otro canal de televisión.

También considera que el intercambio cultural en las coberturas internacionales es una de las experiencias más enriquecedoras en el ejercicio del periodismo deportivo.

Algo muy importante de destacar es que Laura afirma haber sufrido el sexismo en su labor como periodista deportiva por parte de sus compañeros varones, también la desvalorización de su trabajo, el menosprecio y dice que estas situaciones se mantienen hasta la actualidad, que para las mujeres es más complicado que se les den oportunidades en el periodismo deportivo.

- A mí sí me tocaron compañeros dinosaurios, compañeros que no estaban acostumbrados a ver a una mujer en su estudio, en su entorno; entonces es como que no te miran como la profesional si no como la que ah, la que tiene buena pierna y por eso está, o la que es bonita y que por eso está ahí sentada; no ven la parte positiva, o la inteligencia, en lo que tú te puedes desenvolver o lo que tú puedes decir, si no que lo relacionan en la parte física, eso siempre va a ser así.

Laura considera que la labor de las mujeres en el periodismo deportivo depende mucho de las disposiciones dictadas por los mandos jerárquicos. Cita como ejemplo su paso por la radio Diblú, en la que su jefe deseaba que todo el equipo, hombres y mujeres, desempeñaran todas las funciones, de modo que fue borde de campo, periodista, voz comercial, locutora, comentarista, entre otros. Considera que las universidades deberían incluir como especialidad el periodismo deportivo, ya que quienes no se han formado en esta rama deben aprender en el campo.

La periodista afirma que las mujeres deben tener mucha fuerza para enfrentar las adversidades que implica dedicarse al periodismo deportivo. Debido a que muchas veces las mujeres periodistas deportivas son víctimas de burla, críticas, difamación, acoso sexual y propuestas indecentes, pero que depende de la mujer decidir si accede o no a las propuestas de este tipo y que lo más recomendable es no hacer caso a los comentarios y burlas de otras personas.

- A veces creen que, porque queremos ocupar un lugar o alcanzar algo tenemos que someternos tal vez a ciertas cosas, entonces ahí también ya depende de ti. Porque si es tanta tu ambición o es tanto tu deseo y llegas a caer en eso, pues bueno, es tú responsabilidad, porque en realidad nadie te está obligando, te están haciendo una propuesta y ya depende de ti si la quieres acoger o no, pero siempre en cualquier medio lo vas a recibir, en el ámbito deportivo también lo vas a recibir, también vas a recibir este tipo de propuestas indecentes por decirlo así.

Coincide con María José en que hoy en día las mujeres ejercen distintos roles en el periodismo deportivo, sin embargo, considera que sí existe desigualdad en cuanto a la cantidad de mujeres que se incluye, haciendo hincapié en equipos conformados por hasta seis varones y una sola mujer, lo que genera que la fémina tenga que, prácticamente, pelear para poder tener participación.

Al igual que María José Flores, Laura Serrano recomienda que las mujeres que quieren ser periodistas deportivas se preparen formalmente para poder ejercer los distintos roles que tiene la profesión. En su caso, pese a que ha estado rodeada de profesionales varones de gran trayectoria y relevancia a nivel nacional, considera que sí ha tenido la oportunidad de estar a la par con sus compañeros, incluso en la parte económica. No obstante, coincide con María José Flores en que el público masculino en Ecuador aún considera que son hombres quienes deben ejercer el rol de periodista deportivo, es decir, existiría machismo por parte de la audiencia.

- Los hombres todavía no están preparados para eso. Los hombres siempre te van a criticar. Te van a decir: no sirve, es bruta, mejor váyase a la cocina, cuide a sus hijos, te van a decir de todo; por eso te digo que la haga que haga esto, mis respetos, pero tiene que hacerlo bien, para que obviamente los hombres se queden fríos y no digan esas cosas.

Finalmente, Laura Serrano afirma tener muchos colegas periodistas que pasan de la crítica al ataque, intentando dañar a otras personas utilizando su influencia como ser mediático. Sin embargo, ella no comparte esa actitud, sino que, más bien, considera que se debe hacer un buen periodismo sin dañar a nadie.

2.9.3 Entrevista a periodista deportivo Modesto García

Tabla 4

Entrevista 3.

Entrevistado	Lic. Modesto García
Título	Licenciatura en Comunicación Social
Medio en que labora	Medio Digital “D’Una”
Cargo que ocupa	Periodista deportivo
Temas importantes	<ul style="list-style-type: none">• Machismo en el periodismo deportivo.• Acoso laboral en el periodismo deportivo.• Sexismo en el periodismo deportivo.• Cosificación de la mujer en el periodismo deportivo.

Fuente: elaboración propia.

Para agregar más contexto, contraste y diferentes puntos de vista sobre la problemática analizada fue necesario sumar voces masculinas que aporten, desde su experiencia y observación, cómo ha sido el rol de la mujer en el periodismo deportivo. En este sentido, la entrevista al periodista deportivo Modesto García ha sido un aporte valioso, ya que él cuenta una experiencia de 25 años en periodismo deportivo en medios escritos, radiofónicos, televisivos y digitales, lo que le ha permitido evidenciar la evolución del rol que desempeña la mujer en esta rama.

García coincide con Serrano y Flores en que en la actualidad se ha incrementado la presencia femenina en el periodismo deportivo. En sus inicios, año 1994, recuerda solo cuatro colegas mujeres en esta rama. “El periodismo deportivo estaba básicamente dominado por hombres”.

Sin embargo, considera que existen falencias en cuanto a la formación de los periodistas que desean inclinarse por esta especialidad, tanto hombres como mujeres, coincidiendo

también con lo acotado por Laura y María José al mencionar que hace falta que exista una preparación formal en las universidades y escuelas de periodismo para los futuros periodistas deportivos.

- Lamentablemente la preparación académica es muy deplorable, muy baja, lo que se enseña en las aulas no es lo mismo que pasa en el periodismo; por ejemplo, yo tengo mucha experiencia en los medios escritos y realmente me da pena ver profesionales que llegan con escasos conocimientos de redacción.

Sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo, Modesto García afirma que el rol que menos ejercen es el de analista deportiva, que, en su mayoría, las mujeres tienen presencia en trabajo de campo, reportería, entrevista, camerino. Añade que la situación de la mujer sigue siendo complicada, pues aún es víctima de explotación y sexismo.

- En el tema de las mujeres sabemos que pasa por un ámbito muy sexista, se les exige mucho, o se busca de ellas una retribución de favores para poder ayudarlas. Hay excepciones, reitero, hay excepciones, pero lamentablemente siguen siendo vistas como un campo de explotación en todos los sentidos.

García afirma que en la actualidad sí hay mujeres ejerciendo cargos jerárquicos en el periodismo deportivo, no obstante, duda de la capacidad de algunos colegas y considera que algunos periodistas, tanto hombres como mujeres, logran escalar posiciones mediante recursos que se salen del ámbito profesional.

Modesto considera que un obstáculo inmenso es la existencia del machismo y el sexismo en el periodismo deportivo. “El que no es machista, suele buscar favores sexuales por parte de la mujer y así no se puede, así no se debe hacer una profesión tan noble como el periodismo”

- Alcanzar una equidad de género en los medios, sinceramente lo veo como una utopía, porque lamentablemente se ve mucho a la mujer como una especie de arma sexista para tratar de llegar a la fuente, muchas no saben poner los límites entre lo que es el profesionalismo y la amistad.

2.9.4 Entrevista a periodista deportivo Jerson Ruíz

Tabla 5

Entrevista 4.

Entrevistado	Lic. Jerson Ruiz
Título	Licenciatura en Comunicación Social
Medio en que labora	Diario Extra
Cargo que ocupa	Periodista deportivo
Temas importantes	<ul style="list-style-type: none">• Inclusión de la mujer en el periodismo deportivo.• Evolución del rol de la mujer en el periodismo deportivo.• Desigualdad salarial en el periodismo deportivo.• Falta de equidad en el periodismo deportivo.

Fuente: elaboración propia.

Jerson Ruiz es un periodista con 32 años de experiencia, 29 de los cuales ha laborado para Diario Extra. Como enviado especial ha recorrido toda Sudamérica, México, Estados Unidos, España, Portugal, Sudáfrica, Dubái y Qatar realizando la previa de lo que será el próximo Mundial de Fútbol. De manera que aporta una visión completa de lo que es la *praxis* en el periodismo deportivo y el rol que han desempeñado y desempeñan las mujeres en esta profesión.

Coincide con todos los entrevistados considerados para el presente trabajo de investigación en que en sus inicios el periodismo deportivo estaba copado de varones y había muy pocas mujeres, recuerda cuatro o cinco periodistas deportivas mujeres nada más, pero asegura que hoy en día sí hay muchas mujeres en esta rama. Sin embargo, en su equipo de trabajo son, actualmente, cinco varones y ninguna mujer. Antes tuvo dos compañeras, pero obtuvieron una mejor plaza laboral.

Concuerta también en que, según su criterio, no hay equidad o igualdad entre hombres y mujeres en el periodismo deportivo, pero agrega que esto también tiene que ver con la situación económica de los medios de comunicación. En Ecuador aún existen medios que no pagan sueldo a sus periodistas, especialmente a los nuevos, sino que les encargan vender espacios publicitarios para darles una comisión y que ese sea su ingreso. Resulta que la situación económica del país y los cambios de época hacen que cada vez sea más difícil la venta de espacios publicitarios, y las mujeres lo tienen aún más complicado, ya que la mayoría de clientes ya pautan con algún periodista varón de mayor trayectoria.

- Yo creo que ahí sí no hay tanta igualdad entre hombres y mujeres; ahí sí, duele decirlo, más predominan los varones. Una porque tienes que conseguir la publicidad, o tienes que tener dos trabajos porque a veces con el periodismo no te alcanza para llevar el sustento, y ahí los varones ganan sobre las chicas, hablando de cantidad de personas que integran un programa.

CAPÍTULO 3

3 RESULTADOS (ANÁLISIS O PROPUESTA)

3.1 Análisis de contenido de los programas del medio digital “Marca 90”

“Marca 90” es un medio digital que transmite a través de la plataforma *YouTube*, hasta la fecha del 8 de marzo de 2022 cuenta con 102.000 suscriptores y 550 vídeos.

De acuerdo a su lista de reproducción son varios los segmentos que tiene este canal: “La Trivia”, “La Reacción 90”, “El Golazo”, “Marca 90 live”, “De Una”, “Marca 90 momentos”, “Esto es fútbol” y “5G”. Para este estudio se ha escogido vídeos al azar de “Esto es fútbol” y “5G”, de los que se analizará: presencia de la mujer periodista, participación, si existe machismo, sexismo, “piropos” o acoso, además de chistes, burlas o algún otro tipo de agresión hacia la mujer.

3.1.1 Análisis de contenido de “Esto es fútbol”

“Esto es fútbol” es un segmento cuya duración varía entre hora y media y dos horas. Es un espacio de análisis y debate entre presentadores de televisión como Diego Arcos, Roberto Bonafont, Esteban Dreer, Carlos Gálvez, Alfonso ‘Pocho’ Harb; con Carlos Víctor Morales como moderador. En ocasiones tienen una moderadora invitada que reemplaza a Morales, estas suelen ser Kristy Alvarado o María José Flores. Algunos programas incluyen un segmento de, en promedio, unos 6 minutos de duración, donde se aprecia la presencia femenina, Nadia Manosalvas, cuya labor es presentar o promocionar algún sorteo y motivar a la audiencia a participar en el mismo. También presenta a los ganadores de dichos sorteos.

Tabla 6

Análisis de contenido del programa “Esto es fútbol”.

Nombre del vídeo	Tema	Varones	Mujeres y su participación	Duración	Machismo, sexismo, burlas o chistes a la mujer
Para qué te traje (08-03-2022) https://youtu.be/hZaInHayDMM	Análisis del partido de Barcelona, en Libertadores	7	0	1 hora 28 minutos	-
El rifle blandito (07-03-2022) https://youtu.be/2Gndes6Kutk	Análisis de la situación de violencia en los estadios. Situación de Barcelona, Emelec	7	0	1 hora 48 minutos	-
Se armó la pelea: Rifle vs. Casi todos (04-03-2022) https://youtu.be/2Y35FmMLDNY	Debate: Situación de equipos ecuatorianos con la ventaja de la altura en Copa Libertadores	7	1 mujer. Moderadora, voz comercial. 1 mujer presentadora en los últimos 4 minutos.	1 hora 33 minutos	Todos los varones con saco y corbata; mujer: minifalda y escote.
Seguimos estudiando al Barcelona clasificado (03-03-2022) https://youtu.be/pUCibrj85aQ	Análisis de los juegos de fútbol del equipo Barcelona	6	1 mujer presentadora Moderadora, voz comercial. 1 mujer presentadora de sorteo (durante 5 minutos)	1 hora 37 minutos	Todos los varones con saco, y camisa. Mujer: minifalda y escote.
Las autoridades del fútbol eligiendo el 11 ideal (15-12-2021) https://youtu.be/dbuejzXoIBc	Análisis de las contrataciones del equipo ecuatoriano	7	1 mujer presentadora, moderadora y voz comercial. Comentarios poco relacionados con el deporte o fútbol y más relacionados a la personalidad de los panelistas. 2da. Mujer presentadora de sorteo, durante 6 minutos	1 hora 45 minutos	Varones con saco y corbata; mujer con minifalda. Piropos en referencia a que la mujer es un pecado. Actitudes de que la presentadora se acerca y comentarios como: “te quería robar un pico”. “Ahora sí la vienen a ver”. Chistes en doble sentido: yo tengo el chiquito (cheque de 500 dólares), en cambio yo tengo el grandote (cheque de 1000 dólares).
En busca de un gran campeón (10-12-2021) https://youtu.be/IwfkmtLtdng	Análisis del equipo Barcelona	6 panelistas y 1 presentador	1 mujer que presenta a ganador de un sorteo aparece a la hora 18 minutos y permanece por 6 minutos.		Efectos de sonido: silbidos y besos cuando entra la presentadora

Nota: El análisis muestra escasa participación de la mujer frente al protagonismo del hombre, además de piropos, efectos sonoros de silbidos y besos hacia la mujer.

3.1.2 Análisis de contenido de “5G”

“5G” es un segmento “rosa”, es decir, toda su producción tiene los colores representativos de la mujer y es presentado por mujeres, específicamente mujeres periodistas deportivas de Guayaquil y de Quito: Mayra Bayas, María José Flores, Mariegiselle Carrillo, Soledad Rodríguez, Kristy Alvarado, Mariela Díaz, con un moderador, Gustavo Navarro.

Hasta el 8 de marzo de 2022, el segmento cuenta con 56 vídeos, de casi una hora de duración, subidos desde su estreno en agosto de 2021.

En el espacio se analizan temas coyunturales, casi siempre de fútbol. Se ofrecen datos noticiosos y se lleva la conversación con el señor Navarro, quien al inicio del programa saluda a las panelistas, hace referencia a sus atuendos, a las fechas, o a alguna situación específica que, en ocasiones tienen picardía o generan gracia entre el equipo.

Tabla 7

Análisis de contenido del programa “5G”.

Nombre del vídeo	Frases machistas	Contexto
Entre el #Barcelona y el Top de las chicas (08-03-2022) https://youtu.be/88OvRL45MRw	“Tiene la dulzura del rosa, por fuera, pero el negro de viril dominante por dentro”	Gustavo Navarro en referencia al atuendo de Mayra Bayas.
Analizando la nueva era Barcelona (04-03-2022) https://youtu.be/tm9r6cXX84I	“Pero usted chupa también”	Gustavo Navarro en relación al comentario de Mayra Bayas de que es buen diente y come cangrejo.
Se fue Bustos... ¿Y ahora? (25-02-2022) https://youtu.be/m_a9k3Vfw8Y	“La voy a saludar primero, es mi engreída el día de hoy” “En mi mirada me delató, entonces”	Gustavo Navarro, refiriéndose a Mariegiselle Carrillo que trae información deportiva en relación a quién sería el nuevo DT de Barcelona. Gustavo Navarro en relación a la respuesta que le dio Kristy Alvarado: Lo que sea con usted, no.
Martes de tiki taka tiki taka (22-02-2022) https://youtu.be/NSQGymsUbKU	“Gustavo, yo también quiero mi harén de mujeres”	Grabación de voz en off, al inicio de este programa.
Un encuentro con el más allá (18-02-2022) https://youtu.be/A19hD5m-les	“Es la ropa de Narcisa de Jesús” “Pero en cambio, pasamos a esta sensualidad marca. <i>The beautiful girl</i> , así le digo yo”	Gustavo Navarro en referencia al atuendo, sin escote, de Mariela Díaz. Gustavo Navarro en referencia al atuendo de Mariegiselle Carrillo. Efectos de sonidos de silbidos y besos.
¿Será que gana Barcelona? (15-02-2022) https://youtu.be/mYansCfcfpw	Efectos de audio de silbidos y besos al presentarse Soledad Rodríguez.	
Barcelona una previa muy previa ¿Y la banana? (08-02-2022) https://youtu.be/IRiKyVx2ItU	“No me gusta ese look, mucha ropa”	Las chicas, en relación a la camisa que usa Soledad Rodríguez

Nota: en el programa hay presencia de muchas frases machistas.

3.2 PROPUESTA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

Campaña de concientización sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo en medios digitales.

Descripción

Se trata de una pieza o producto audiovisual que muestre opiniones, sentimientos y percepciones sobre el verdadero rol que debe ejercer la mujer dentro del periodismo deportivo en medios digitales. La finalidad de su elaboración es contribuir con la concientización acerca del respeto y el rol protagónico que se merece la mujer dentro del periodismo deportivo. Su importancia radica en que gracias a estas piezas audiovisuales se podrá fomentar en el público una cultura de respeto hacia la mujer en todos en todos los campos, empezando por el periodismo deportivo.

Objetivos

Objetivo general

Concientizar al público y a usuarios de medios digitales sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo.

Objetivos específicos

- Visibilizar el rol de la mujer en el periodismo deportivo en medios digitales.
- Fomentar la cultura del respeto hacia la mujer en el periodismo deportivo en medios digitales.
- Difundir el mensaje en primera persona desde sus autores.

Público objetivo

Usuarios de medios deportivos digitales y redes sociales.

Descripción

Se realizarán una serie de piezas audiovisuales con un contenido direccionado hacia la conceptualización y respeto a la mujer, este contenido será creado por medio de una estructura de 5 conceptos: cada uno de estos de estos conceptos será indicado por los autores (periodistas de los medios digitales). Las piezas audiovisuales serán cortas, las cuales contendrán la marca de la campaña como ente unificador.

Logotipo

Se ha incorporado un logotipo como conector de todas las piezas audiovisuales que se realizaran para llevar a cabo la campaña. Para la realización del logotipo se ha reunido cada uno de los conceptos o palabras claves las cuales se han representado dentro del logo.



Palabras claves para la campaña

En base al estudio realizado en la investigación y entrevistas, se ha llegado a considerar que los siguientes conceptos son claves para llevar a cabo la campaña.

- Respeto
- Empoderamiento
- Protagonismo
- Imagen
- Igualdad

CONCLUSIONES

Gracias al trabajo realizado en la presente investigación, se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

Las mujeres han ganado espacio, con el paso de los años, en el periodismo deportivo. Cada *staff* o equipo periodístico, por lo general, incluye al menos a una mujer. Sin embargo, la presencia de varones sigue siendo mucho mayor, existiendo equipos en los cuales solo hay una mujer entre más de cinco varones. Es decir, no existe equidad de género en el periodismo deportivo.

El rol que desempeñan las mujeres en el periodismo deportivo en medios digitales de Guayaquil varía dependiendo de la disposición de los directivos del medio o de los mandos jerárquicos. Actualmente la mujer ejecuta, prácticamente, todos los roles dentro de esta rama del periodismo, habiendo incluso mujeres narradoras deportivas y otras que se están formando para dedicarse a esta actividad.

La mujer continúa siendo víctima, no solo de la falta de equidad e inclusión, sino de otros abusos como el menosprecio, desvalorización de su trabajo y el sexismo. Según una de las entrevistadas, las mujeres en el periodismo deportivo suelen ser vistas y acosadas por sus atributos físicos, pero depende de sí misma para lograr superarse por sus propios méritos.

El machismo y el sexismo son temas graves, preocupantes y muy frecuentes en el periodismo deportivo. De hecho, uno de los periodistas varones que fueron entrevistados en esta investigación confirmó que es muy habitual entre los varones el pedir favores sexuales a las mujeres periodistas deportivas a cambio de contactos, entrevistas, fuentes o una mayor participación, y que, en otros casos, son utilizadas como “una especie de arma sexista” para estos mismos fines o para llamar la atención de la audiencia.

Lo que el público ve es que hay periodistas varones que suelen piroppear a sus compañeras mujeres y que les hacen chistes sexistas. El 69% considera que este comportamiento es inapropiado, pero casi el 21% es indiferente a que se den este tipo de situaciones y simplemente le da igual.

El análisis de contenido de los productos comunicacionales del medio digital “Marca 90” en *YouTube* permitió detectar la presencia constante de chistes sexistas hacia las mujeres periodistas deportivas, así como también efectos sonoros de silbidos y besos cuando éstas

entran en escena. Pese a que el canal digital tiene un programa manejado por mujeres, por lo general en sus otros productos las periodistas deportivas tienen escasa participación, siendo utilizadas, más que nada para promociones, concursos y sorteos en que participa el público, entrega de premios a los ganadores, entre otras actividades poco trascendentales en cuanto a la labor profesional del periodista.

Parte de la falta de oportunidades para que exista mayor equidad de género en el periodismo deportivo es la mentalidad machista del público. Las mujeres periodistas deportivas que fueron entrevistadas coinciden en que los varones desean o quieren ver que el deporte sea abordado por varones periodistas y no por mujeres. En este sentido, hace falta un cambio en la mentalidad del público amante del deporte.

Otra de las razones por las cuáles la mujer enfrenta dificultades al buscar espacios en el periodismo digital es la crisis económica que, muchas veces, inclina a los dueños de los medios a contratar o mantener en sus equipos periodísticos a quienes tengan capacidad para vender espacios publicitarios o atraer auspiciantes. Al ser una rama dominada por varones, las nuevas periodistas deportivas se topan con que hasta los auspiciantes suelen ya tener una relación con algún periodista varón de mayor trayectoria.

La mejor opción que tienen las mujeres para evitar ser víctimas de abusos en el periodismo deportivo es la educación. Debe existir una mejor formación, especializada en periodismo deportivo, para que tanto hombres como mujeres lleguen mejor preparados y se pueda hacer esta profesión más justa, equitativa, consciente y libre de abusos.

RECOMENDACIONES

Después de analizar las voces expertas y las sugerencias de los experimentados periodistas que han colaborado con esta investigación, podemos emitir las siguientes recomendaciones:

Se recomienda que las universidades y escuelas de periodismo incluyan la formación en periodismo deportivo entre sus propuestas curriculares para aquellas personas que deseen ejercer esta profesión lo hagan de la manera correcta.

Otra recomendación es que las mujeres que deseen dedicarse al periodismo deportivo se capaciten, preparen, estudien, investiguen y lean constantemente, a fin de que puedan desempeñar un rol protagónico en esta profesión que continúa siendo dominada por hombres.

También recomendamos que se lleven a cabo campañas que motiven al público varonil a aceptar a la mujer dentro de los distintos roles y ejerciendo papeles protagónicos en el periodismo deportivo, a fin de que en algún momento se reduzca el machismo y se deje de ver a la mujer como un objeto sexual o como incapaz de ejercer correctamente determinadas labores del periodismo deportivo como la narración.

Finalmente, recomendamos que se lleven a cabo más estudios respecto a esta problemática para que se pueda dar seguimiento a la evolución de la misma y si las recomendaciones de expertos, experimentados e investigadores son escuchadas y qué resultados se obtiene.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEPH. (s.f.). *¿Qué tipo de texto es una noticia deportiva?* Obtenido de ALEPH: <https://aleph.org.mx/que-tipo-de-texto-es-una-noticia-deportiva>
- Almeida, C. (2020). Representación de las mujeres periodistas en los programas deportivos de señal abierta de Guayaquil, durante el periodo 2015 a 2020. *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Recuperado el febrero 24 de 2022, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16949>
- Ángulo Rincón, L., & Moreno Castro, A. (3 de octubre de 2016). Periodismo deportivo. El fútbol es el rey. *Luciérnaga*, 10-26. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6000182.pdf>
- Ávila Sacoto, Á. A., & Ávila Sacoto, D. M. (2019). La mujer en el periodismo deportivo de Cuenca. *Universidad del Azuay*. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8837>
- Cardona Alvear, M. (2011). Situación de la práctica profesional de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador : ventajas y desventajas, desde el enfoque de género y la comunicación. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*.
- Carranza Cruzate, Y. D. (mayo de 2020). Rol del periodista deportivo y su influencia en la práctica del deporte, en el sector El Pital 1, ciudad de Quevedo, año 2019. *Universidad Técnica de Babahoyo*. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7885>
- Cuadrado Zurinaga, M. (2017). *El género femenino a través de la publicidad*. Madrid: Mujeres Jóvenes. Recuperado el 3 de marzo de 2022, de https://mujeresjovenes.org/wp-content/uploads/2017/11/ElGeneroFemeninoATravesDelaPublicidad_comprimido.pdf
- De Vita, R. (octubre de 2018). El periodista deportivo en la era digital: Caso del sitio oficial de la Copa Argentina. *Universidad Abierta Interamericana*. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC125959.pdf>
- Dzul Escamilla, M. (2010). Aplicación básica de los métodos científicos. *Sistema de Universidad Virtual*, 5.
- FAO. (s.f.). *El enfoque de género*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/x2919s/x2919s04.htm>
- Gómez Bueno, J. (2012). Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo. *Universidad de Murcia*. Recuperado el 02 de marzo de 2022, de <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/35089>
- Gómez Chávez, K., Mendoza Bravo, J., & Zambrano Vélez, K. (2021). Evolución de medios nativos digitales de Ecuador en 2021: Estudio de La Posta y GK. *Revista San Gregorio*, 1(48), 113-122. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de

http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072021000500113

- González Borrallo, E. (2020). *Mujer y periodismo deportivo*. *Universidad de Sevilla*. Recuperado el 3 de marzo de 2022, de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/104527/PER_Gonz%c3%a1lezBorrallo_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González León , O. (8 de junio de 2016). *Periodismo Deportivo UBA*. Obtenido de Periodismo deportivo: <http://periodismodeportivouba.blogspot.com/2016/06/noticia-deportiva.html>
- González Macías, R. (enero de 2018). Periodismo deportivo y futbol. Una mirada desde la literatura académica. *Revista Iberoamericana de Comunicación*(34), 49-61. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <https://ric.iberomx/index.php/ric/article/view/56/44>
- Gosciola, V., Sedeño, A., Suing, A., Contreras, F., & Kneipp, V. (2018). *Narrativas: da televisao as nogas linguagens e negócios*. Ria Editorial.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Hernández, A., & Montoya , T. (2015). Estereotipos sobre la mujer dentro de los programas deportivos televisivos de Guayaquil. *Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 24 de febrero de 2022, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12629/1/UPS-GT001688.pdf>
- INEC. (6 de octubre de 2017). *Guayaquil en cifras*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>
- Investigadores. (22 de febrero de 2020). *¿Cuáles son los principales tipos de investigación y en qué consisten?* Obtenido de Técnicas de investigación: <https://tecnicasdeinvestigacion.com/tipos-de-investigacion/#Descriptiva>
- Jiménez, E., & Zambrano, C. (2016). Análisis de la presencia de la mujer periodista en los programas deportivos televisivos de señal abierta en el Ecuador. *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Recuperado el 24 de febrero de 2022, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6562/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-122.pdf>
- Lozano Cosano, P. (junio de 2017). Periodismo deportivo en la red. *Universidad de Sevilla*. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/64504/TFG.%20PERIODISMO%20DEPORTIVO%20EN%20LA%20RED.pdf;jsessionid=5169A66EA8B297EDEABF2AD57CBF2585?sequence=1>

- Macas, R. M. (2020). Periodismo digital en Ecuador. Análisis del website La Posta como una nueva forma del ejercicio periodístico. *Universidad Técnica de Babahoyo*. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/7357/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000210.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Maldonado, J. (2016). Proyecto de producción y realización del programa deportivo radial: Deporte Expreso. *Universidad de Cuenca*. Recuperado el 24 de febrero de 2022, de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27042/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>
- “Marca 90”. (10 de diciembre de 2021). *En busca de un gran campeón*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/2Y35FmMLDNY>
- “Marca 90”. (15 de diciembre de 2021). *Las autoridades del fútbol eligiendo al 11 ideal*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/2Y35FmMLDNY>
- “Marca 90”. (15 de febrero de 2022). *¿Será que gana Barcelona?* Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/mYansCfcfpw>
- “Marca 90”. (4 de marzo de 2022). *Analizando la nueva era Barcelon*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/tm9r6cXX84I>
- “Marca 90”. (8 de febrero de 2022). *Barcelona y una previa muy previa ¿Y la banana?* Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/IRiKyVx2ItU>
- “Marca 90”. (7 de marzo de 2022). *El rifle blandito*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/2Gndes6Kutk>
- “Marca 90”. (8 de marzo de 2022). *Entre el #Barcelona y el top de las chicas*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/88OvRL45MRw>
- “Marca 90”. (22 de febrero de 2022). *Martes de tiki taka tiki taka*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/NSQGymsUbKU>
- “Marca 90”. (8 de marzo de 2022). *Para qué te traje*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/hZaInHayDMM>
- “Marca 90”. (4 de marzo de 2022). *Se armó la pelea: Rifle vs Casi todos*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/2Y35FmMLDNY>
- “Marca 90”. (25 de febrero de 2022). *Se fue Bustos... ¿Y ahora?* Obtenido de YouTube: https://youtu.be/m_a9k3Vfw8Y
- “Marca 90”. (3 de marzo de 2022). *Seguimos estudiando al Barcelona clasificado*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/2Y35FmMLDNY>
- “Marca 90”. (18 de febrero de 2022). *Un encuentro con el más allá*. Obtenido de YouTube: <https://youtu.be/A19hD5m-les>
- Mashingashi Uncut, M. F., & Lala Tenelema, N. (enero de 2022). Periodismo Deportivo. Una breve reseña. *Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21621>

- Morales Alonso, V. (3 de junio de 2019). Uso de Twitter como transmisor de información deportiva. Estrategias utilizadas por las principales cabeceras españolas de prensa deportiva para informar sobre La Liga. *Universitat Autònoma de Barcelona*. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <https://core.ac.uk/download/pdf/228212763.pdf>
- Morejón, R., & Zamora, B. (15 de marzo de 2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y contextos*, 1. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1752/1680>
- Pedraza, C. (2012). Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes. *Derecho a comunicar*. Recuperado el 24 de febrero de 2022, de <https://biblat.unam.mx/hevila/Derechoacomunicar/2012/no4/4.pdf>
- Pérez, J. (2017). *Cada Mesa, un Vietnam: sobre el oficio del periodismo*. Barcelona: Edición Enric González.
- Rodríguez, D. (10 de junio de 2020). *Investigación aplicada: características, definición, ejemplos*. Obtenido de Liferder: <https://www.liferder.com/investigacion-aplicada/>
- Rojas Torrijos, J. L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias y análisis*(4), 177-190. Recuperado el 2 de marzo de 2022
- Rolando, L. (2018). El periodismo en la era digital. *Letras*, 155-159. Recuperado el 3 de marzo de 2022, de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/73489/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ruiz Medina, M. I. (Agosto de 2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Tlatemoani*(13), 25. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>
- Ruíz, E. (2013). El periodismo digital: la revolución de los contenidos. *Escola Superior de Disseny*. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <https://labmedia.org/wp-content/uploads/docs/ES/el-periodismo-digital.pdf>
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 28(1). Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/69729/42172>
- Scherman, A., & Mellado, C. (2018). La performance periodística en la cultura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile. *Palabra clave*. Recuperado el 3 de marzo de 2022, de <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v22n3/0122-8285-pacla-22-03-e2238.pdf>

- Universidad de Palermo. (s.f.). *Características distintivas*. Recuperado el 3 de marzo de 2022, de Facultad de ciencias sociales:
<https://www.palermo.edu/cienciassociales/periodismo/tecnicatura-deportivo/caracteristicas-distintivas.html#:~:text=El%20periodista%20deportivo%20aporta%20datos,negocio%20y%20el%20marketing%20medi%C3%A1tico>.
- Vizueté Páramo, A. (2019). Periodismo digital en Ecuador. Análisis del website GK (GKILLCITY) como una nueva forma del ejercicio periodístico. *Uniuersidad Central del Ecuador*. Recuperado el 2 de marzo de 2022, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17871/1/T-UCE-0009-CSO-122.pdf>
- Yanes, J. (2021). La contrapuesta evolución del Periodismo y la Historia a lo largo de la contemporaneidad. *Historiografías*(22), 116-132. Recuperado el 24 de febrero de 2022, de <https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/historiografias/article/view/6359>

ANEXOS

Preguntas para encuesta.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN, COMERCIAL Y
DERECHO**

**Encuesta realizada para el tema de investigación EL ROL DE LA MUJER EN EL
PERIODISMO DEPORTIVO EN MEDIOS DIGITALES DE GUAYAQUIL.**

Por favor seleccione una opción según considere.

- 1. ¿Cuál es su género?**
 - a. Masculino
 - b. Femenino
 - c. GLBTI+

- 2. ¿Usted ve algún tipo de programa deportivo a través de medios digitales?**
 - a. Sí
 - b. No

- 3. ¿En esos programas deportivos hay más periodistas varones o más periodistas mujeres?**
 - a. Más varones
 - b. Más mujeres
 - c. Igual cantidad

- 4. ¿Los roles protagónicos estelares los ha visto más en?**
 - a. Varones
 - b. Mujeres

- 5. ¿Cuál es el rol que más ha visto desempeñar a periodistas mujeres? seleccione una opción:**
- a. Análisis
 - b. Comentario
 - c. Narración deportiva
 - d. Voz comercial
 - e. Imagen
- 6. ¿Cómo califica la participación de las mujeres en el periodismo deportivo en los programas digitales?**
- a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno
- 7. En los programas deportivos que ha podido observar en medios digitales ¿ha visto que los varones le digan algún piropo a su o sus compañeras periodistas?**
- a. Sí
 - b. No
- 8. En los programas deportivos que ha podido observar en medios digitales ¿ha visto que los varones le digan algún chiste sexista a sus compañeras periodistas?**
- a. Sí
 - b. No
- 9. ¿Le gustaría que las mujeres en el periodismo deportivo tengan más roles protagónicos en los programas digitales?**
- a. Sí
 - b. No
 - c. Le da igual

10. ¿Le parece adecuado que las mujeres periodistas deportivas sean piropeadas por sus compañeros de labores?

- a. Sí
- b. No
- c. Le da igual

Preguntas para entrevista a periodista deportivo.

1. Nombres completos:
2. Lugar o lugares de trabajo:
3. ¿Qué tiempo tiene ejerciendo el periodismo y en qué año empezó a hacer periodismo deportivo?
4. ¿Ha realizado coberturas deportivas internacionales?
5. Cuando empezó en el periodismo deportivo, ¿tenía colegas mujeres cubriendo la misma área ya sea en el medio en que trabajaba o en otro?
6. En el lugar donde labora, ¿cuántos hombres y cuántas mujeres periodistas se dedican específicamente a cubrir deportes o partidos de fútbol, es decir, hacen periodismo deportivo?
7. ¿Considera que existe equidad en cuanto a la contratación de mujeres para esta área, es decir, hay igual cantidad de periodistas deportivos hombres y mujeres o cuál es la diferencia en porcentaje?
8. Según su observación, ¿qué rol ejercen las mujeres en el periodismo deportivo (análisis, narración, comentario, comercial, imagen)?
9. En los últimos años se ha visto a más mujeres cubriendo deportes, sin embargo, en TV o en programas digitales se sigue observando más hombres que mujeres haciendo periodismo deportivo, ¿a qué considera que se debe esa situación? ¿Poco interés por parte de las mujeres, poca preparación, no se les da oportunidad o qué otra razón existiría?
10. Hace poco usted hizo un reportaje sobre el programa digital “Marca 90”, con reconocidos colegas del medio como Diego Arcos, Carlos Víctor Morales, Roberto Bonafont, entre otros. Tomando como referencia ese programa, ¿cómo ve la equidad de género? ¿La inclusión de la mujer es de liderazgo o se mantiene ejerciendo un papel secundario y los protagonistas siguen siendo los varones?

11. ¿Qué considera que hace falta para cumplir con la igualdad de género, es decir, que haya igual cantidad de hombres y mujeres haciendo periodismo deportivo y con la misma consideración para hacer análisis, comentarios o cualquier trabajo relacionado?

Preguntas para entrevista a periodista deportiva.

1. Nombres completos:
2. Lugar o lugares de trabajo:
3. Tiempo de labores en el periodismo:
4. ¿En qué año empezó a hacer periodismo deportivo?
5. ¿Qué es lo más enriquecedor o apasionante de hacer periodismo deportivo?
6. ¿Recuerda su primera cobertura periodística en este ámbito?
7. ¿Ha realizado coberturas internacionales?
8. Como mujer periodista en un medio casi siempre manejado por varones, ¿cómo ha sentido su labor? ¿Ha sido difícil que la incluyan, la valoren, la consideren y respeten su trabajo?
9. Cuando empezó en el periodismo deportivo, ¿tenía colegas mujeres cubriendo la misma área ya sea en el medio en que trabajaba o en otro? ¿Era la única mujer, tenía más colegas con las cuales formar una sororidad o equipos?
10. En el lugar donde labora, además de usted ¿cuántas mujeres periodistas cubren deportes o partidos de fútbol, es decir, hacen periodismo deportivo? ¿Existe equidad o hay más varones que mujeres?
11. ¿Ha tenido alguna experiencia (mala o difícil) por su condición de mujer? ¿Acoso, sexismo, burlas respecto a su trabajo, un sueldo menor que el de sus colegas o desempeñar roles secundarios?
12. Según su observación, ¿qué rol ejercen las mujeres en el periodismo deportivo (análisis, narración, comentario, comercial, imagen)?
13. ¿Qué consideraría que hace falta para que haya más roles protagónicos dedicados a las mujeres?
14. ¿Qué recomienda a las mujeres que desean tener roles protagónicos, ser valoradas en el periodismo deportivo?

Transcripción de las entrevistas

Entrevista a María José Flores.

1. Nombres completos:

María José Flores.

2. Lugar o lugares de trabajo:

Trabajo en Tc Televisión. Trabajé en Televisión Satelital donde arranqué todo este mundo de la comunicación desde muy pequeña, estaba en el colegio todavía y luego estuve en Telesistema, cuando todavía se llamaba Telesistema, estuve seis meses. De ahí ya me llamaron de Tc y comencé a trabajar en TC desde el 2005 hasta la actualidad, gracias a Dios.

En la Actualidad trabajo en Tc como lo dije y también en “Marca 90” y tengo mi propio programa en YouTube que se llama En la cancha con MAJO que se transmite semanalmente y lo pueden ver en mis plataformas digitales

3. ¿En qué año empezó a hacer periodismo deportivo?

En el periodismo deportivo tengo ya desde el 2010 con el mundial de Sudáfrica arrancó toda esta etapa en mi carrera, este reto y gracias a Dios llevamos desde ese año hasta la actualidad ejerciendo el periodismo deportivo.

4. Recuerdo una anécdota en el mundial de Sudáfrica, usted cumplió como con un reto o un desafío, si alguna selección avanzaba como a una segunda fase, ¿puede contarnos un poquito acerca de esa anécdota?

Sí, ese partido fue Uruguay – Ghana, ese partido creo que fue uno de los más esperados por todos, recordando que Uruguay hizo un gran mundial con figuras como Froilán, Luis Suárez, entonces yo aposté por eso, y como yo aposté con el ‘Hincha pelotas’, él es uruguayo entonces claro, yo aposté por Ghana y él apostó por Uruguay, Uruguay ganó, entonces yo perdí prácticamente, entonces yo tenía que darme la vuelta al estadio *Soccer City* en Johannesburgo, con la ropa de Jane, de la de Tarzán, entonces bueno, cumplimos en esa apuesta, hacía mucho frío porque Sudáfrica en el mundial fue muuucho frío pero bueno, cumplimos con la apuesta y algo bueno que después en TC hubo una subasta de muchas cosas y subastamos ahí este traje y lo compraron, entonces fue por una buena causa. Todo se dio. A mí sí me gustan los retos y me gustan las apuestas con jugadores o con

compañeros, con colegas, me gusta, pero siempre y cuando sean apuestas que se puedan cumplir

5. ¿Qué es lo más enriquecedor o apasionante de hacer periodismo deportivo? De pronto esto precisamente, este tipo de coberturas, este tipo de evento o algo más.

Definitivamente el periodista vive una historia diferente todos los días, porque no todos los días hace lo mismo, desde ahí me apasiona mi profesión. El periodismo deportivo me ha permitido conocer y recorrer el mundo, estar en torneos deportivos, en varios escenarios, donde he podido comparar ¡Wao, estoy en este continente! Mira lo de acá. Ya tengo tres mundiales, si Dios lo permite ya Qatar será mi cuarto mundial. Justo hoy leía que Panchito Molestina puso algo sobre el tema de que el fútbol te permite conocer y recorrer el mundo, y es verdad: aprendes, conoces, nutres tu conocimiento general, culturas, costumbres, y sobre todo también haces contactos, con los que te mantienes hasta ahora, porque con los contactos te mantienes hasta ahora; entrevistas, conoces historias, países, eso es lo que más me gusta, me gusta saber que en esta rama no siempre el escenario es el mismo, sino que te permite darle la vuelta al mundo y en cuanto a tu ciudad te permite también conocer otras ciudades donde hay partidos, donde hay equipos, conocer historias...

6. Como mujer periodista en un medio casi siempre manejado por varones, ¿Cómo ha sentido su labor? ¿Ha sido difícil que la incluyan, la valoren, la consideren y respeten su trabajo?

Bueno, cuando empecé realmente yo fui una de las pioneras en el periodismo deportivo femenino, antes de mí, en televisión no había muchas que hacían esto, había muy poquitas, de hecho, no continuaron en esto. Había en radios, sí que son colegas, pero bueno, conmigo creo que entró esta generación de periodistas que no solo estábamos para mostrar nuestros atributos o para ser una chica bonita, que tiene bonita figura, no; si no que conmigo se pensó distinto y como yo soy periodista y comunicadora de profesión comenzamos hacer el tema de elaborar reportajes, ir a coberturas, ir a la cancha. Yo siempre voy a estar agradecida con mis jefes en Tc porque su visión fue espectacular; o sea, la visión que ellos tuvieron conmigo como imagen femenina deportiva del canal dio el paso para que

comiencen a venir muchas más chicas y que otros canales también ya incluyan a mujeres dentro de sus espacios deportivos.

Entonces sí, es difícil. Antes yo creo que era un poquito más difícil, ahora ya es raro no ver, en una transmisión de un partido, a una mujer, o en la cancha o comentando, de hecho, en la Champions, vi que estaba ya una chica en la final en un borde de campo. Veo también chicas que se están preparando para ser narradoras, chicas que están comentando, entonces cada vez se abre más este abanico; aunque siempre vamos a decir nosotras que el hombre, como tal, siempre va a preferir que el hombre te hable de fútbol, eso es ya no sé por qué; pero, ¿qué esperan de la mujer? Esperan de la mujer que te dé esa información que quizás tú no conoces o no estás ahí pendiente, porque la mujer, estamos nosotros siempre tratando de investigar, de ir a hacer entrevistas.

Entonces es el plus perfecto para un equipo; o sea, en todos los equipos de periodismo o comentarios, siempre vas a ver a una mujer, porque la mujer pone ese toque, la mujer llega hasta donde quizás el comentarista o el periodista hombre no puede llegar, en el buen sentido de la palabra

7. Es decir, usted ha notado que la mujer, a partir de un cierto momento, que empezó a incluirla a usted en el tema del periodismo deportivo, empezó a ganar un espacio más. Antes de esta época, nos mencionó que era más complicado ver a mujeres ganándose un espacio...

Exacto, si de hecho cuando yo fui al mundial de Sudáfrica hubo mucha gente, muchos colegas del periodismo deportivo que señalaban que por qué iba yo, “que yo sabía de farándula, que no sabía de fútbol”, pero se dieron cuenta de que el mundial, primero no es solo fútbol, por eso cuando nos ha tocado cubrir los mundiales, quién dice que el mundial es solo fútbol, en el mundial hay mucho más que eso; en el mundial hay color, hay historias hay familiares de jugadores..., entonces tienes que estar empapada de todo. Pero lo más importante es de los maestros de los que tú te rodeas.

Yo recuerdo que Diego Arcos me dijo; Majo, ¿te vas al mundial? Yo le dije: bueno, aquí estamos. Yo me comencé a preparar, mi familia sabe, y siempre lo cuento y es real, yo me comencé a preparar, a leer, a buscar nombres de los jugadores de las selecciones y mira, de la nada, Diego me dijo: Majo, te tienes que ir a cubrir el entrenamiento de Portugal y el entrenamiento de Uruguay, y yo dije bueno, quién

dijo miedo, me fui, hice mis dos notas y cuando regresé Diego me dijo: súper bien, Majo, van al aire.

Entonces imagínate, yo fui a hacer “entretenimiento” pero fui una ayuda y terminé sumando al equipo de Deportes. Entonces poco a poco así fueron mis pininos. Yo nunca dije no, tengo miedo, no. Yo siempre creí en lo mío, si no sabía algo pues preguntaba, para armar un texto. Es que yo creo que cuando eres comunicador en general y sabes armar un reportaje, sabes lo que tienes que elaborar, una escaleta o armar un texto yo creo que ya eso fluye.

Y siempre voy a decir que el periodista deportivo siempre tiene que estar informado, siempre tienes que leer lo que pasa a diario,

8. En el lugar donde usted labora, además de usted ¿cuántas mujeres periodistas hay? ¿Existe equidad entre varones y mujeres o hay más varones que mujeres?

En Tc, yo creo que hay más mujeres, en cuanto a presentadores, y noticieros y reporteras creo que hay más mujeres que hombres; de hecho, creo que en la televisión ecuatoriana hay más mujeres que hombres. En la rama de periodismo deportivo hay más hombres en general, por ejemplo, en mi equipo en TC son dos hombres y yo, y en general, en el periodismo deportivo, considero que más son hombres que mujeres

9. ¿Ha tenido alguna experiencia (mala o difícil) por su condición de mujer? Acoso, sexismo, burlas respecto a su trabajo, un sueldo menor que el de sus colegas o desempeñar roles secundarios en comparación con el que se le da al varón.

La verdad es que no creo que ha sido tanto así, o sea, yo he sabido respetar mi espacio desde el momento en el que yo asumí el reto de ser imagen deportiva, de dejar a un lado la farándula y dedicarme cien por ciento al periodismo deportivo; creo que he caminado con mucho respeto a mis compañeros que están conmigo, he ido aprendiendo, he ido nutriéndome de ellos y nunca he sido parte de algo así, o sea nunca me he sentido menos, nunca me he sentido mal porque me han hecho a un lado. Hablo a título personal. Siempre valorando lo que yo hago, y si mi trabajo fue lograr una entrevista con algún jugador, siempre sintiéndome con las palabras que me dicen mis compañeros, con los elogios que me dicen en vivo, esas cosas te

motivan y te permiten seguir haciendo las cosas bien, pero no, nunca he sentido eso, al menos yo, no.

10. Según su observación, ¿qué rol ejercen las mujeres en el periodismo deportivo en la actualidad (análisis, narración, comentario, voz comercial, imagen)? O ya hacen de todo un poco.

Ya hacen de todo un poco. Tienes a la mujer que es reportera, que es reportera de cancha, comentarista, narran partidos, a la presentadora del noticiero deportivo, a la comentarista, a la analista, a la que debate, que se sienta a debatir, que maneja un panel de hombres que justo es lo que me toca a mí cuando me solicitan en “Marca 90”, para manejar un panel de hombres y comentaristas deportivos con una gran trayectoria, una amplia trayectoria, con conocimiento y todo. Ya nos vemos ahí. Te paras y manejas un panel, entonces yo veo demasiada igualdad en eso. Todavía no vemos una narradora, pero sé que están preparándose, en Quito, hay una escuela de narradoras. Todavía no hemos escuchado una narradora acá, pero en voz comercial, informes, bordes de campo, presentadoras, moderadoras de espacios de paneles. Hoy veo bastante eso y me encanta, me encanta ver que estamos ahí.

11. ¿Qué consideraría que hace falta para que haya más roles protagónicos dedicados a las mujeres?

Para mí estamos bien, lo único que aconsejo yo, cuando me dicen, Majo tú has pasado. Bueno yo empecé ustedes saben muy jovencita, tengo 37 años, soy mamá de dos niños, soy casada ¿Cómo haces Majo para poder manejar esto, lo de acá, lo de acá lo de acá, irte de viaje, estar con las entrevistas y las exclusivas y llamar y llamar y llamar...?

Yo creo que eso sería lo único que yo les diría, o sea, que vengan más chicas pero que sepan que el trabajo de la periodista deportiva es todos los días, es ser original, es ser versátil también, buscar historias, siempre estar investigando, no quedarte solamente con ciertos datos que te da tu productor, si no que siempre ver mucho más allá, siempre dar datos diferentes, ser los ojos de los comentaristas, en la cancha, si tienes ese privilegio de estar en la cancha, usar tus redes sociales también para informar. Todo eso. O sea, yo considero que hoy en día nosotras estamos muy bien, hay credibilidad, hay periodistas que tienen credibilidad, que somos escuchadas, que somos vistas, que somos seguidas, y eso me da a mí mucha

satisfacción, porque ya te digo, yo soy una de las pioneras en esto y una de las que empezamos, la que sigue vigente y aquí estamos.

12. Es decir, su recomendación sería que hagan un trabajo profesional al máximo nivel, que, obviamente, el estudio, la investigación sirven muchísimo, ya que el periodismo siempre lo considero como una carrera como medicina, como arquitectura, en las cuales el profesional debe hacer las cosas a la perfección o si no, mejor no las hagas, porque es otra área del conocimiento súper importante. Entonces básicamente esa sería la recomendación de su parte.

Así es, ya que nunca dejamos de aprender, que todos los días es un día para leer, estar pendientes de redes sociales, no solo para ver fotos, sino que también para ver información, estar pendientes de los ecuatorianos en el exterior, no solamente hablar de fútbol, mirar otras disciplinas; mira lo que pasó en los juegos olímpicos, eso; y preguntar. Yo pregunto, hasta el día de hoy, yo pregunto hasta cómo se pronuncia el nombre de un jugador si no lo sé, porque no se sabe todo, no somos las sabelotodo. Entonces siempre voy a decir que pregunten, preferible preguntar a equivocarte al aire, o equivocarte en una transmisión. Rodearte de maestros. Yo tengo el privilegio de tener maestros a mi alrededor, que han sido para mí fundamental en mi carrera y que siguen siendo.

Entonces eso. Que, si esa es la vocación, adelante, porque para mí ser periodista es una vocación, para mí es una cosa que, desde chiquito, es innato. Que lo hagan y que busquen cuál es su fortaleza en tantas ramas que tiene el periodismo deportivo.

Entrevista a Laura Serrano.

12. **Nombres completos:** Laura Serrano, 37 años de edad. Trabajado en diferentes medios de comunicación.
13. **Lugar o lugares de trabajo:** en Teleamazonas me inicié, también trabajé en Caravana Tv. En radios: radio Diblú, Radio Caravana, radio CRE, radio Rumba, Teleradio. Encargada de jefa de departamento de la Radio.
14. **Tiempo de labores en el periodismo:** unos 20 años prácticamente. Inicié apenas terminé mis estudios en la Universidad, con prácticas en Teleamazonas, y me quedé. Se me dio la oportunidad, gracias a Dios.
15. **¿Qué es lo más enriquecedor o apasionante de hacer periodismo deportivo?**

Cuando yo estaba estudiando en la universidad jamás pensé que iba a hacer periodismo deportivo, no estaba en mis planes, no era mi meta. Yo quería hacer periodismo en la comunidad o periodista de noticias, porque en ese tiempo yo veía canal 1, que era Canal 12, y estaba Dennisse Molina como periodista en la comunidad y me gustaba su trabajo.

Y cuando ingresé a Teleamazonas a hacer prácticas estaba en el Departamento de Noticias, estuve un mes porque las prácticas normalmente son por ese lado y de ahí me tocaba irme, y en el departamento de Deportes un personal salió, que fue el director y la asistente que se fueron y necesitaban personal ahí; en este caso como yo estaba de practicante me dijeron si quería hacer deportes y yo con tal de seguir en el canal, sí. Entonces se me dio la oportunidad de estar en Deportes, luego llegó la nueva productora, que es Isabel Ospina, gran amiga...

Y cuando ella ingresó tuvimos una buena química se daba cuenta de que yo estaba siempre atenta, dispuesta, e hicieron para que yo me quede en el departamento. Empecé en Archivos, lo que me sirvió mucho. Conocí mucho de la historia del deporte ecuatoriano y el deporte internacional. Aparte que a mí siempre me ha gustado el fútbol, aunque como profesión yo no me veía como periodista deportiva, pero me enfoqué y dije: bueno, si ya estoy aquí, si la vida te da limones, haz limonada. Yo dije, si la vida me dio la oportunidad de estar en Deportes dije bueno, seré periodista deportiva y así empecé. Iba a los entrenamientos, me comenzó a gustar y vi que el campo todavía estaba como poco con pocas mujeres, entonces yo vi mi oportunidad, o sea, no hay muchas mujeres entonces puedo destacar o siempre estar ahí en el tema. Mi meta era ser presentadora de deportes, yo veía que no podía porque Gaby (Gabriela Pazmiño Yépez) estaba ahí y no se podía, dos mujeres. Entonces me tuve que salir de Teleamazonas y me fui a Cabledeportes y ahí sí fui presentadora de tres programas. Ahí sentí que lo había logrado. En CNT Sport también fui presentadora en el programa Tarjeta Rosa. De ahí en adelante tuve las oportunidades de estar como presentadora.

16. ¿Cómo fue su experiencia en su primera cobertura periodística en este ámbito?

Me acuerdo que fui a un entrenamiento de Emelec, aunque cuando estaba haciendo prácticas tuve la oportunidad de hacer tres notas, aunque no firmadas y, de hecho,

tuve la oportunidad de hacer hasta un pantallazo en un Clásico, en el estadio Monumental.

17. ¿Y ha realizado coberturas internacionales?

Fui de cobertura por Radio rumba a los juegos olímpicos de Brasil, Río de Janeiro, que fue en el 2016, una experiencia increíble, es casi como ir a un mundial, obviamente que acá hay más deportes.

Conoces a diferentes culturas, fui a varios torneos. Nunca he tenido la oportunidad de ir a un mundial de fútbol. Sí me encantaría ir.

18. Como mujer periodista en un medio casi siempre manejado por varones, ¿Cómo ha sentido su labor? No pudiste ser presentadora en Teleamazonas porque ya había otra mujer, entonces cómo has visto la evolución, ¿ha sido difícil que la incluyan, la valoren, la consideren y respeten su trabajo?

Para las mujeres es un poquito complicado, en el periodismo deportivo, que se te den las oportunidades o que se te abran las puertas; aunque en la actualidad los programas deportivos siempre cuentan con una mujer, que eso es bueno porque se les da las oportunidades, pero depende también de tus compañeros. A mí sí me tocaron compañeros dinosaurios, compañeros que no estaban acostumbrados a ver a una mujer en su estudio, en su entorno; entonces es como que no te miran como la profesional si no como la que ah, la que tiene buena pierna y por eso está, o la que es bonita y que por eso está ahí sentada; no ven la parte positiva, o la inteligencia, en lo que tú te puedes desenvolver o lo que tú puedes decir, si no que lo relacionan en la parte física, eso siempre va a ser así, porque bueno...

Yo siempre he sido sincera cuando me preguntaban en lo que yo trabajaba, porque yo siempre he sido reportera y siempre he estado en los bordes de campo de los partidos, no me considero ni narradora ni comentarista deportiva, no me considero; porque para ser una comentarista tienes que tener mucho criterio y aparte tienes que saber sobre muchas cosas técnicas y tácticas del deporte, en este caso el fútbol que es el más practicado en nuestro país, pero sí se puede, obviamente te tienes que preparar. Puedes igual emitir un comentario, pero siempre desde tu punto de vista y siempre que sea algo acorde y no como algo de que sí, que te crees la máxima y que casi es Maradona la que está hablando en ese partido.

Yo siempre he sido sincera en eso, me encantaba hacer coberturas, estar en las canchas, ser reportera, cubrir eventos, eso es lo que a mí me gusta, pero si me ponían a comentar algo, lo hacía. De hecho, en Diblú fui hasta voz comercial, porque nuestro director quería que nosotros hagamos de todo, que locutemos, que narremos, que seamos periodistas, que seamos bordes de campo, todo, entonces ahí prácticamente hice de todo.

19. ¿Ha narrado algún partido?

No. Yo me saco el sombrero para los narradores, porque yo me pongo a pensar. Primero que tienes que tener buena vista, aparte que bueno, a ellos se les hace más fácil porque ya saben el número y quién es el jugador. Me saco el sombrero ante los narradores porque ellos deben saber el nombre del futbolista, el número que están usando, los apellidos; cuando es un mundial aparecen jugadores con nombres y apellidos que tú no has escuchado en tu vida, entonces sí es un poco complicado, pero sí hay mujeres narrando, creo que en Diblú se le dio la oportunidad a una chica.

Pero sí es un poco difícil, no complicado, solo que hay que tener práctica, la práctica es todo para que puedas hacer las cosas bien.

20. Cuando empezó en el periodismo deportivo, ¿tenía colegas (mujeres) cubriendo la misma área ya sea en el medio en que trabajaba o en otro? ¿Era la única mujer, tenía más colegas con las cuales formar una sororidad o equipos?

Sí tenía. Éramos pocas. Estaba Gaby, mi persona, María Soledad Reyes. Muy pocas. Ahorita hay muchas.

21. ¿Crees que sea problema de las universidades que solo impartan en las ramas de noticias, de investigación, de farándula y no impartan también el periodismo deportivo?

He escuchado de unas universidades que sí tienen en estos momentos, no son muchas, creo que dos o tres, que tienen la rama de periodismo deportivo como una profesión como tal; y sí se debería tener un espacio para esto porque el periodismo deportivo abarca muchas cosas y bueno, yo estudié en la Universidad Estatal y ahí nunca vi periodismo deportivo, jamás me hablaron del periodismo deportivo entonces para mí si fue como que aprender (ya en el medio).

Pero sí me parece que debe haber en todas las universidades que, si hay licenciatura en Comunicación Social, se divida en ramas como para que tú puedas escoger lo que tú quieras, sí sería lo ideal. Y a los que no nos tocó, ahí tuvimos que defendernos, prepararnos.

22. ¿Ha tenido alguna experiencia (mala o difícil) por su condición de mujer? Acoso, sexismo, burlas respecto a su trabajo, un sueldo menor que el de sus colegas.

La verdad, en los diferentes medios en los que he estado he tenido diferentes experiencias. Por ejemplo, cuando ingresé en Teleamazonas, como todo era tan lindo, color de rosa, gracias a Dios nunca pasé por ese tipo de cosas, me sentía muy bien, yo pensé que así eran los medios. Y cuando salí de Teleamazonas pues ahí sí ya vi cómo era la realidad.

Entonces sí es un poquito difícil como mujeres porque a veces creen que, porque queremos ocupar un lugar o alcanzar algo tenemos que someternos tal vez a ciertas cosas, entonces ahí también ya depende de ti. Porque si es tanta tu ambición o es tanto tu deseo y llegas a caer en eso, pues bueno, es tú responsabilidad, porque en realidad nadie te está obligando, te están haciendo una propuesta y ya depende de ti si la quieres acoger o no, pero siempre en cualquier medio lo vas a recibir, en el ámbito deportivo también lo vas a recibir, también vas a recibir este tipo de propuestas indecentes por decirlo así, también vas a recibir burlas de tus compañeros, malas vibras, malas energías, de todo. Tienes que ser súper fuerte porque no es fácil, es muy complicado, pero mientras tú hagas tu trabajo bien, sepas lo que estás haciendo y prácticamente no tomes atención y en cuenta de lo que hablen las personas yo creo que es como que todo te puede resbalar.

A mí en mi cara nunca se me burlaron como que ah, jajaja. Pero sé que hablaban mal de mí a mis espaldas, obviamente, eso creo que es normal en el mundo, pero nunca hice caso. O sea, yo he escuchado y decía bueno pues que hablen, que más voy a hacer, pero nunca por eso desistí o me dije mejor me retiro de aquí, no. Yo quería hacer y estaba haciendo lo que a mí me gustaba y seguí.

23. A palabras necias, oídos sordos...

Sí. Yo no prestaba atención porque yo sentía que yo me había ganado mi espacio. Entonces cuando tú sientes que te has ganado tu espacio trabajando, sudando, quemándote, yendo a los estadios. A mí en Teleamazonas me decían la Travelina

porque yo todos los fines de semana viajaba para los partidos de fútbol, a veces como reportera, a veces como coordinadora, me tocaba viajar. Yo no veía a mi familia. En ese tiempo no estaba casada, no tenía hijos, pero no podía pasar ni un fin de semana con mi familia yo sí sentía que me saqué el aire, me gané mi espacio, entonces a mí que me vengan a estar diciendo cosas, me vale.

La verdad es que cuando tú sabes cómo te has ganado algo en la vida, ponte en mis zapatos primero y de ahí dime lo que tú quieras, mientras no te pongas en mis zapatos no hables. Es así, en el mundo del periodismo siempre vamos a recibir críticas

24. ¿Qué consideraría que hace falta para que haya más roles protagónicos dedicados a las mujeres?

Pienso que hay espacios donde hay programas netamente de mujeres, que me parece súper chéveres. Creo que sí se les está dando a las mujeres el espacio que se merecen, no como tal, porque si tú ves no ves como que una igualdad, o sea, tres mujeres y tres hombres. Solo es una y seis hombres, los manes te comen, por eso tienes que como meterte ahí, meter la palabrería porque si no te quedas ahí sin poder hablar, pero sí debe haber esos tipos de programas donde haya más mujeres, mezcladas con hombres y no solamente seis hombres y una mujer.

Eso, por un lado, de ahí yo sí siento que se le está dando la oportunidad a la mujer, de incluirla. Y que obviamente no nos vean solamente como algo sexual o físico, si no como que nosotros también podemos, como profesionales, algo muy importante. Siempre el comentario femenino es bueno, porque refresca a la pantalla, refresca el ambiente en el que se encuentra. Entonces sí es chévere cuando hay voces femeninas dentro de programa donde solo hablan cosas de hombres.

25. ¿Qué recomiendas a las mujeres que quieren tener roles protagónicos en el periodismo deportivo?

Bueno, que se preparen. Que, si quieren ser periodistas deportivas como tal, que estén siempre pendientes de las noticias, que estén pendientes de las noticias deportivas, que se empapen de todo, que puedan ir a las canchas, porque ahí es “donde las papas queman” prácticamente; es ahí donde va a estar la información. No seamos solo reposteadores o retuiteadores, si no que ir a la fuente, estar ahí, eso es muy importante que como periodistas podemos decirle a nuestro público a nuestros televidentes, de la información.

26. Consideras que como periodista deportivo te han dado la importancia como mujer, dentro de un panel.

Muy buena pregunta, nunca me la habían hecho. He estado en mesas donde han estado ‘duros’ del deporte, o sea personas que son fuertes, y he estado prácticamente, por ejemplo, cuando estuve en radio Rumba, estuve con Simón Cañarte, Jhony Banoni, Piñeiros, que lamentablemente falleció, o sea he estado con personas muy fuertes del deporte que son muy críticos, muchas veces, y bueno, hemos estado hasta a la par con el tema económico, o sea de ganancias o de cuánto ganabas, cosas así, porque hasta en eso se fijan muchas veces, o sea, si tú ganas más que ellos, es como que “¡Qué, está ganando más que mí!”

Sí me han dado la oportunidad de estar a la par de ellos, porque si no te pueden comer.

27. Consideras que los hombres ecuatorianos están preparados para que en adelante las mujeres narren partidos, porque me ha tocado y gracias a la investigación que estamos realizando, y les pregunto eso a los chicos y dan una negativa.

Los hombres todavía no están preparados para eso. Los hombres siempre te van a criticar. Te van a decir: no sirve, es bruta, mejor váyase a la cocina, cuide a sus hijos, te van a decir de todo; por eso te digo que la haga que haga esto, mis respetos, pero tiene que hacerlo bien, para que obviamente los hombres se queden fríos y no digan esas cosas.

Pero a tu pregunta, el hombre todavía no está preparado para eso, todavía no ve a mujeres narrando partidos de fútbol es como que eso no puede existir. Lo que pasa es como que el fútbol es para hombres, creen que todo tiene que ser de hombres, narrador, comentarista, reportero, pero en la actualidad tenemos el fútbol femenino, se le está dando bastante cobertura, y entonces ya por ahí se está dando. Se está dando de a poquito, y esperemos que esta sea una puerta que se abra para que haya mujeres narradoras.

Últimas consideraciones sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo.

La verdad es que es muy importante lo del rol de la mujer en el periodismo deportivo creo que aporta muchas cosas chéveres. Refresca el ambiente de solo ver puros hombres.

El comentario de una mujer al de un hombre, en periodismo deportivo es muy diferente. A veces nosotros somos un poco más sensibles, los hombres son un poco más crueles, más rudos. Al menos mis comentarios son así. Yo nunca fui de andar “dándole palo” a alguien, andar hablando de algo, no me gustaba, porque no es mi personalidad, mi personalidad no es esa, entonces yo más bien era de apaciguar, de dar tranquilidad, de hacer que haya conciencia de algo, así más o menos iban enfocados mis comentarios, no netamente para dañar a alguien, criticar a alguien. Tengo muchos colegas que hacen y emiten comentarios dañinos hacia las personas que practiquen fútbol o hacia cualquier persona que esté en boga en ese momento, que esté en el tema de la noticia, pero yo no comparto eso, tal vez tiene que ver con mi personalidad; hay personas que lo hacen porque así llaman la atención, así hablan de esa persona, pero te juro, prefiero que no hablen de mí, a que estén hablando de mí diciendo esa “periohincha” o esa tal tal tal qué se cree. Prefiero mantenerme así, creo que hice periodismo muy bueno, sin dañar a nadie. Porque tenemos la apertura de poder hablar ante un micrófono, no se trata de dañar a nadie.

Entrevista a periodista deportivo Modesto García.

- 1. Nombres completos:** Modesto Enrique García Díaz, 51 años de edad, 25 de los cuales dedicados al periodismo deportivo. Mis inicios fueron en periodismo de crónica roja.
- 2. Lugar o lugares de trabajo:** He trabajado en los medios: La Segunda, Meridiano, El Telégrafo, Diario Expreso, Extra, Súper y El Universo. También tengo experiencia en radio. He estado en Radio Latina, CRE y Radio Caravana. En cuanto a televisión he tenido la oportunidad de trabajar en Tc y en Ecuavisa. También he trabajado en algunas revistas deportivas. Soy el editor de la revista institucional del Club Sport Emelec, también estuve en el equipo de trabajo del libro “La Historia de Barcelona Sporting Club”. He trabajado para la Federación Ecuatoriana de Motociclismo, Federación Ecuatoriana de Remo, Guayaquil karting Club, y otros organismos deportivos. Actualmente estoy laborando en el periódico digital D’Una.
- 3. ¿Qué tiempo tiene ejerciendo el periodismo y en qué año empezó a hacer periodismo deportivo?**

Me inicié en 1994 –he tenido algunos intervalos, han sido 25 años en periodismo deportivo. En crónica roja inicié en 1993, luego pasé a lo que es el periodismo deportivo.

4. ¿Ha realizado coberturas deportivas internacionales?

En cuanto a coberturas internacional he realizado algunas: eliminatorias de mundial, Copa América, juegos Bolivarianos, Sudamericanos. He estado en países como Perú, Brasil, Venezuela y República Dominicana, de los que recuerdo en este momento.

5. Cuando empezó en el periodismo deportivo, ¿tenía colegas mujeres cubriendo la misma área ya sea en el medio en que trabajaba o en otro?

En ese tiempo yo recuerdo básicamente a la licenciada Gloria Andrade, Mónica Orellana, Leonela Magallanes y Yuri Zapatier; me parece que eran las únicas que, en ese tiempo, estaban laborando en medios deportivos o ejerciendo periodismo deportivo. Luego se fueron sumando nombres, por ejemplo, Solange Guerrero, Natalia Jara, Laura Serrano, entre las que recuerdo. En realidad, había pocas mujeres. El periodismo deportivo estaba básicamente dominado por hombres.

6. En el lugar donde labora, ¿cuántos hombres y cuántas mujeres periodistas se dedican específicamente a cubrir deportes o partidos de fútbol, es decir, hacen periodismo deportivo?

En este momento soy el único periodista del área. Entiendo que hay compañeras que están haciendo pasantías, a una de ellas le gusta el periodismo deportivo, y en estos podríamos estarla ingresando en este ambiente, dependiendo del interés que ella muestre.

7. ¿Considera que existe equidad en cuanto a la contratación de mujeres para esta área, es decir, hay igual cantidad de periodistas deportivos hombres y mujeres o cuál es la diferencia en porcentaje?

He visto que en los últimos años ha incrementado bastante el número de mujeres en el periodismo deportivo, especialmente lo que tiene que ver con radio y televisión.

Para continuar con el tema de la equidad diría que sigue predominando los hombres en el tema de periodismo deportivo. Les indicaba que veo mayor cantidad de mujeres ingresando en radio y televisión, pero en ese sentido quiero señalar algo, me parece que hay falencias, no solo de las mujeres, mujeres y hombres. Como yo entiendo, el

periodismo deportivo es el arte de dominar todas las disciplinas; sin embargo, en los últimos años veo que el hecho de saber algo de fútbol ya les da la potestad, aparentemente, de considerarse periodistas deportivos y sin embargo no conocen temas tan básicos como la carta olímpica, la cantidad de deportes olímpicos que existen y de lo otro prácticamente su conocimiento es nulo. Repito, no solamente mujeres, hombres y mujeres, aunque debo reconocer que hay muy buenos profesionales saliendo en esta camada (generación).

8. Según su observación, ¿qué rol ejercen las mujeres en el periodismo deportivo (análisis, narración, comentario, comercial, imagen)?

Respecto a esta pregunta, hago referencia a que veo muy pocas analistas deportivas, casi no hay, al igual que hombres, reitero no es cuestión de género: Analistas deportivas, muy poco; análisis de fútbol, algunos.

En cuanto a la mujer se refiere la veo bastante en reportería, básicamente lo que es trabajo de campo, camerinos, trabajo de canchas, conseguir algunas entrevistas, abarcan en sí varios géneros en cuanto al periodismo.

9. En los últimos años se ha visto a más mujeres cubriendo deportes, sin embargo, en TV o en programas digitales se sigue observando más hombres que mujeres haciendo periodismo deportivo, ¿a qué considera que se debe esa situación? ¿Poco interés por parte de las mujeres, poca preparación, no se les da oportunidad o qué otra razón existiría?

A qué considero que se debe esta situación, en sí me parece que la preparación es muy poca; reitero, y quiero hacer énfasis en esto, no solamente de parte de la mujer, también de parte del hombre. Lamentablemente la preparación académica es muy deplorable, muy baja, lo que te enseñan en las aulas no es lo mismo que pasa en el periodismo; por ejemplo, yo tengo mucha experiencia en los medios escritos y realmente me da pena ver profesionales que llegan con escasos conocimientos de redacción, muchas fallas ortográficas, claro está que esto también es parte del deseo de superación de cada uno, en este sentido he tenido compañeras que han llegado con muy poca preparación, muy poco conocimiento del mundo del deporte y sin embargo las hemos preparado.

Puedo citar el caso de Mauricio Turbay, mi compañero en Diario Súper, con él tuvimos la oportunidad de trabajar con Álix Pincay, una chica que recién estaba saliendo de Diario El Telégrafo, y con Marcela Caicedo, que ahora es una de las principales influencers de

Quito, me da gusto saber que hemos aportado en el crecimiento profesional de ellas, le enseñamos a ver otro tipo de ángulos para que se enfoquen no solamente en lo que las demás personas ven, les enseñamos que una cosa es ver y otra es observar. Ellas buscaron el ángulo diferente; entonces, en ese sentido, la preparación ya pasa por el interés de cada persona y por la suerte que tengas de caer en un medio donde encuentres compañeros que quieran aportar a tu conocimiento.

En el tema de las mujeres sabemos que pasa por un ámbito muy sexista, se les exige mucho, o se busca de ellas una retribución de favores para poder ayudarlas. Hay excepciones, reitero, hay excepciones, pero lamentablemente siguen siendo vistas como un campo de explotación en todos los sentidos.

10. ¿cómo ve la equidad de género? ¿La inclusión de la mujer es de liderazgo o se mantiene ejerciendo un papel secundario y los protagonistas siguen siendo los varones?

Respecto a esta pregunta, es algo controversial. Le pongo el ejemplo: hace poco estalló un escándalo en una de las principales emisoras radiales con uno de los dueños de este medio. Ahí resulta que la directora de deportes es una mujer, es de origen peruano, realmente creo que no es una persona preparada, reitero, no es por el hecho de ser mujer, porque en ese mismo medio hay mujeres de muy valiosa formación, con mucho conocimiento y, sin embargo, no tienen ese cargo. ¿El motivo por el cual ella lo tendrá? Solo los principales de la emisora lo conocerán. He conocido casos por ejemplo en Diario El Telégrafo se le dio la oportunidad a Lindsay Coello, con quien tuve la oportunidad de trabajar en Diario Expreso, doy fe de que es una profesional de primera calidad; hay muchas directoras de relaciones públicas en algunos lugares que trabajan muy bien, hacen muy bien su trabajo, en la Federación Ecuatoriana de Fútbol actualmente hay una y así he visto mujeres que se han logrado desempeñar muy bien, pero como todo en esta vida, hay quienes lo hacen por su propia capacidad, han ido escalando en base a su esfuerzo y, otras personas que lamentablemente -insisto no solamente mujeres, hombres y mujeres-, obtienen puestos con cuestiones que en este momento no podré señalarlas porque no me constan, no puedo decir: obtuvo ese puesto por equis momento, pero lo que sí sé es que carecen de capacidad para ocupar esas posiciones.

11. ¿Qué considera que hace falta para cumplir con la igualdad de género, es decir, que haya igual cantidad de hombres y mujeres haciendo periodismo deportivo y con la misma consideración para hacer análisis, comentarios o cualquier trabajo relacionado?

Aquí estamos volviendo al punto de la equidad, de las consideraciones que para mí me parece que deberían entrar en este análisis, en este parámetro, tiene mucho que ver con el tema de la preparación. La preparación es básica, no solamente decir ya tengo mi título, entre comillas, ya soy un profesional, es leer, leer bastante, investigar, saber, conocer del campo. Insisto, el periodismo deportivo, como su nombre lo indica tiene que ver con el deporte, todas las disciplinas, no solamente el fútbol; entonces, alcanzar una equidad de género en los medios, sinceramente lo veo como una utopía, porque lamentablemente se ve mucho a la mujer como una especie de arma sexista para tratar de llegar a la fuente, muchas no saben poner los límites entre lo que es el profesionalismo y la amistad; hay quienes sí lo han hecho, reconozco que se han manejado muy bien, no les han faltado al respeto y han alcanzado lograr notas muy buenas, excelentes diría yo, pero la clave de todo esto es la preparación; y que tengamos la cantidad de hombres y mujeres dirigiendo, trabajando en un medio de comunicación es una utopía, no solamente en periodismo, es a nivel general, la mujer ha ganado mucho espacio en todos los ámbitos, laborales, en cuanto a profesiones se refiere estamos viendo, en todas, la mujer ha ganado mucho espacio, pero la equidad, la igualdad me suena a una utopía, sinceramente: hay mucho machismo y machismo mal entendido, como el hecho de que no pueden dejar que una mujer domine determinado campo me parece ridículo, sinceramente, y porque el que no es machista, suele buscar favores sexuales por parte de la mujer y así no se puede, así no se debe hacer una profesión tan noble como el periodismo.

Entrevista a periodista deportivo Jerson Ruíz

1. Nombres completos:

Jerson Ruíz, 51 años de edad.

2. Lugar o lugares de trabajo:

Diario EXTRA, de Gráficos Nacionales S.A. (Granasa) Mi base es en el Diario, en la vía a Daule. Mis lugares de trabajo son las canchas de entrenamiento de Barcelona, Emelec; donde entrena la selección, donde la noticia se genere ahí debo de estar, ya sea Guayaquil, Quito, coberturas internacionales si hay la posibilidad de viajar.

3. ¿Qué tiempo tiene ejerciendo el periodismo y en qué año empezó a hacer periodismo deportivo?

Haciendo periodismo tengo 32 años, de los cuales 29 me los debo a Extra, pero por todo, ya son 32 años haciendo periodismo.

4. ¿Ha realizado coberturas deportivas internacionales?

Sí, creo que soy un bendecido de Dios porque creo que tengo las mayores coberturas de lo que es Granasa. He estado en copa Libertadores, con Liga, con Barcelona en copa Libertadores, he recorrido con la selección toda Sudamérica; estuve en Sudáfrica, en el mundial; estuve en España con Liga de Quito; he estado en Portugal, México, Estados Unidos, con la selección, lo último que hice: Dubai, la ruta Emiratos Árabes, Dubai, Qatar, por la previa al mundial.

5. Cuando empezó en el periodismo deportivo, ¿tenía colegas mujeres cubriendo la misma área ya sea en el medio en que trabajaba o en otro?

Cuando empecé como periodista había pocas mujeres. Me acuerdo de Natalia Jara, eran 4 o 5 chicas nada más, no como las que hay ahora, que son bastantísimas chicas y me alegra

6. En el lugar donde labora, ¿cuántos hombres y cuántas mujeres periodistas se dedican específicamente a cubrir deportes o partidos de fútbol, es decir, hacen periodismo deportivo?

En Extra somos 5 varones y había dos compañeras, pero salieron porque consiguieron mejor trabajo, ahí éramos 3 varones y 2 mujeres; ahora somos 5 varones.

7. ¿Considera que existe equidad en cuanto a la contratación de mujeres para esta área, es decir, hay igual cantidad de periodistas deportivos hombres y mujeres o cuál es la diferencia en porcentaje?

Yo creo que en la época actual hay más cantidad de chicas, hay cualquier cantidad, en radio, en periodismo en plataformas, no te puedo decir en periodismo de señal abierta

porque ya casi nadie ve, pero hay bastantes chicas, lo que me alegra. Habrá dos o tres programas que no hay mujeres, pero son pocas. Ahora se está abriendo la oportunidad para las mujeres.

- 8. Hace poco usted hizo un reportaje sobre el programa digital “Marca 90”, con reconocidos colegas del medio como Diego Arcos, Carlos Víctor Morales, Roberto Bonafont, entre otros. Tomando como referencia ese programa, ¿cómo ve la equidad de género? ¿La inclusión de la mujer es de liderazgo o se mantiene ejerciendo un papel secundario y los protagonistas siguen siendo los varones?**

“Marca 90” es un programa especial porque es una unión de todas las estrellas del periodismo de los 90’s, mezclados con los de ahora; y en los noventa no había mujeres comentando; quién estaba: Natalia Jara, en Teleamazonas; María Soledad Reyes quien se retiró del periodismo. Entonces por eso es que se ve un programa abarrotado de hombres y solo con Nadia Manosalvas.

Yo creo que ese programa es muy especial porque es una reunión de unos cracks, como yo les digo, y de los 90’s no hay periodistas deportivas.

- 9. ¿Qué considera que hace falta para cumplir con la igualdad de género, es decir, que haya igual cantidad de hombres y mujeres haciendo periodismo deportivo y con la misma consideración para hacer análisis, comentarios o cualquier trabajo relacionado?**

En el periodismo deportivo se miden dos cosas: en programas o en diarios que te pagan; o en radios o plataformas en los que te tienes que conseguir la publicidad, me explico; entonces, eso influye bastante en contratar más chicas, por qué, porque quieren que sean ellas quienes se consigan publicidad, y eso es algo durísimo, ya está agarrada la publicidad con los varones de antes y todo eso.

Yo creo que ahí sí no hay tanta igualdad entre hombres y mujeres; ahí sí, duele decirlo, más predominan los varones. Una porque tienes que conseguir la publicidad, o tienes que tener dos trabajos porque a veces con el periodismo no te alcanza para llevar el sustento, y ahí los varones ganan sobre las chicas, hablando de cantidad de personas que integran un programa.

Capturas de pantalla de las entrevistas realizadas

Entrevista a Jerson Ruiz



Linda Núñez E.



Anay Palacios Alvarado



Isabela Ruiz