



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

Análisis de la presencia de la mujer periodista en los programas deportivos
televisivos de señal abierta en el Ecuador

AUTOR (A):

Jiménez Gavilánez, Elvia Polette
Zambrano Vera, Cinthya Denisse

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de Licenciado
en Comunicación y Periodismo**

TUTOR:

García Velásquez, María Emilia

Guayaquil, Ecuador

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por
JIMÉNEZ

GAVILÁNEZ ELVIA POLETTE Y ZAMBRANO VERA CINTHYA DENISSE,
como requerimiento parcial para la obtención del Título de **LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

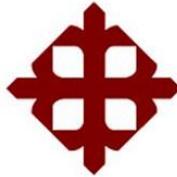
TUTOR (A)

GARCÍA VELÁSQUEZ, MARÍA EMILIA

DIRECTOR DE LA CARRERA

LUNA MEJÍA, EFRAÍN

Guayaquil, a los 14 días del mes de Septiembre del año 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Jiménez Gavilánez, Elvia Polette** y
Zambrano Vera, Cinthya Denisse

DECLARAMOS QUE:

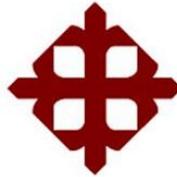
El Trabajo de Titulación **Análisis de la presencia de la mujer periodista en los programas deportivos televisivos de señal abierta en el Ecuador** previa a la obtención del Título **de Licenciado en Comunicación y Periodismo**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría. En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes de Septiembre del año 2016

LAS AUTORAS

Jiménez Gavilánez, Elvia Polette

Zambrano Vera, Cinthya Denisse



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Jiménez Gavilánez, Elvia Polette
Zambrano Vera, Cinthya Denisse**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Titulación **Análisis de la presencia de la mujer periodista en los programas deportivos televisivos de señal abierta en el Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría

Guayaquil, a los 14 días del mes de Septiembre del año 2016

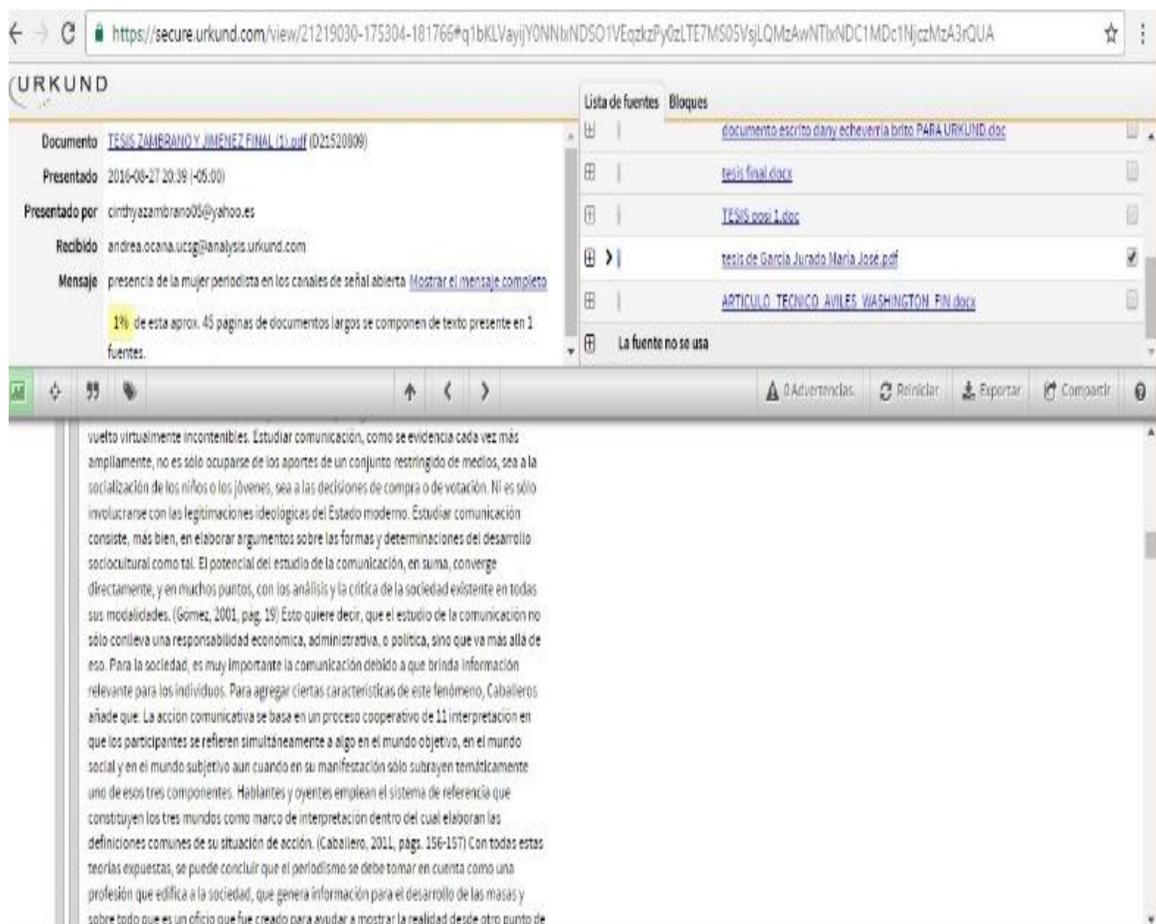
LAS AUTORAS

Jiménez Gavilánez, Elvia Polette

Zambrano Vera, Cinthya Denisse

Nombre de las estudiantes : Jiménez Gavilanes Elvia Polette y Zambrano Vera Cinthya Denisse

Tema: Análisis de la presencia de la mujer periodista en los programas deportivos televisivos de los canales de señal abierta en el Ecuador



The screenshot displays the URKUND document viewer interface. The browser address bar shows the URL: <https://secure.urkund.com/view/21219030-175304-181766#q1bKLvYijYONNihNDSO1VEqzkzPyQzL7E7MS05VsjLQMzAwNTkVNDc1MDc1NjczMzA3rQUA>.

The document information is as follows:

- Documento:** TESIS ZAMBRANO Y JIMENEZ FINAL (1).pdf (ID21520809)
- Presentado:** 2016-08-27 20:39 (-05:00)
- Presentado por:** cinthyazambrano05@yahoo.es
- Recibido:** andrea.ocana.ucsg@analisys.urkund.com
- Mensaje:** presencia de la mujer periodista en los canales de señal abierta. [Mostrar el mensaje completo](#)

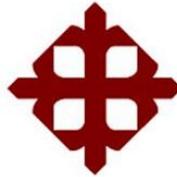
A summary below the message states: "14% de esta aprox. 45 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 1 fuentes."

The "Lista de fuentes" (List of sources) panel on the right contains the following entries:

- documento escrito diary echeverria brito PARA URKUND.doc
- tesis final.docx
- TESIS.pptx 1.doc
- tesis de García Jurado María José.pdf
- ARTICULO TECNICO AVILES WASHINGTON FINI.docx
- La fuente no se usa

The main content area shows a snippet of text from a document, discussing communication studies and the role of the press. The visible text includes:

vuelto virtualmente incontestables. Estudiar comunicación, como se evidencia cada vez más ampliamente, no es sólo ocuparse de los aportes de un conjunto restringido de medios, sea a la socialización de los niños o los jóvenes, sea a las decisiones de compra o de votación. Ni es sólo involucrarse con las legitimaciones ideológicas del Estado moderno. Estudiar comunicación consiste, más bien, en elaborar argumentos sobre las formas y determinaciones del desarrollo sociocultural como tal. El potencial del estudio de la comunicación, en suma, converge directamente, y en muchos puntos, con los análisis y la crítica de la sociedad existente en todas sus modalidades. (Gómez, 2001, pag. 19) Esto quiere decir, que el estudio de la comunicación no sólo conlleva una responsabilidad económica, administrativa, o política, sino que va más allá de eso. Para la sociedad, es muy importante la comunicación debido a que brinda información relevante para los individuos. Para agregar ciertas características de este fenómeno, Caballero añade que: La acción comunicativa se basa en un proceso cooperativo de 11 interpretación en que los participantes se refieren simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo aun cuando en su manifestación sólo subrayen temáticamente uno de esos tres componentes. Hablantes y oyentes emplean el sistema de referencia que constituyen los tres mundos como marco de interpretación dentro del cual elaboran las definiciones comunes de su situación de acción. (Caballero, 2011, págs. 156-157) Con todas estas teorías expuestas, se puede concluir que el periodismo se debe tomar en cuenta como una profesión que edifica a la sociedad, que genera información para el desarrollo de las masas y sobre todo que es un oficio que fue creado para ayudar a mostrar la realidad desde otro punto de



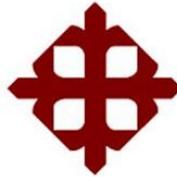
**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

**DEL CAMPO SALTOS, GUILLERMO
OPONENTE**

**YÁNEZ BLUM, SONIA MARGARITA PROFESOR
DELEGADO**

**CORTES GALECIO, CRISTIAN
PROFESOR DELEGADO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

CALIFICACIÓN

**GARCÍA VELASQUEZ, MARIA EMILIA
PROFESOR GUÍA O TUTOR**

AGRADECIMIENTO

Gracias querido Dios por permitirme llegar hasta aquí, por tus bendiciones y tu infinito amor.

Gracias a mis padres por ser mi ejemplo, por darme hasta el último de mi carrera su apoyo incondicional. Agradezco con todo mi corazón sus enormes sacrificios. Mi profesión se las dedico a ustedes, porque con su enorme esfuerzo lograron convertirme en una profesional.

Polette Jiménez

Mi principal agradecimiento es al Rey de los cielos y la tierra, y de mi vida, el que me ha permitido llegar hasta aquí, el que ha guiado cada paso y etapa de mi vida, el que con su misericordia ha permitido que pueda culminar una etapa más en mi vida, al principal ser de mi vida a ti mi Dios.

Así mismo quiero agradecer a mis dos pilares principales en la vida, Jesús y Juani, más que mis padres, son mis amigos y las mejores personas que he tenido la oportunidad de conocer, y que gracias a la bendición de Dios los convirtió en mis padres, y que son ellos los que han permitido con su motivación, dedicación y sacrificio que pueda culminar esta etapa tan importante para mí.

Cinthy Zambrano

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación de manera especial a mi madre y a mi padre Elvia y Pedro.

Polette Jiménez

Dedico este trabajo de titulación de manera especial a mi madre y a mi padre Jesús y Juani.

Cynthia Zambrano

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	1 . 8
DEDICATORIA	1 ... 9
ÍNDICE	X
ÍNDICE DE TABLAS.....	XV
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	5
1 El Problema.....	5
1.1 Planteamiento del “hecho científico” o “situación problemática”	5
1.2 Formulación del problema de investigación.....	6
1.3 Justificación de la investigación.....	6
1.4 Marco institucional	7
1.5 Objetivos Del Proyecto	8

1.5.1	Objetivo General	8
1.5.2	Objetivos Específicos	8
CAPITULO II.....		9
2	Marco Teórico	9
2.1	Periodismo deportivo	9
2.1.1	Historia.....	10
2.1.2	Definición	13
2.1.3	Características de la noticia deportiva	14
2.1.4	Presencia de la mujer en el periodismo deportivo.....	16
2.2	La visión de género	19
2.2.1	Machismo.....	19
2.2.2	Feminismo.....	20
2.3	Marco Legal.....	21
2.3.1	La Constitución y la Ley de Comunicación	21
CAPÍTULO III.....		24
3	Metodología	24

3.1 Tipo de investigación	24
3.2 Enfoque metodológico	25
3.3 Formulación de la hipótesis	25
3.3.1 Operacionalización de la variable	25
3.4 Población y muestra	29
3.5 Técnicas de investigación.....	30
3.5.1 La observación.....	31
3.5.2 La encuesta.....	33
3.5.3 La entrevista.....	34
3.5.4 Focus Group	35
CAPÍTULO IV	37
4 Análisis de resultados	37
4.1 Resultado de la observación	37
4.2 Resultado de las encuestas.....	39
4.3 Resultado de las entrevistas.....	51
4.4 Conclusiones de las entrevistas	58

4.5 Resultado del grupo focal	60
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES.....	65
BIBLIOGRAFÍA.....	66

TABLA DE FIGURAS

FIGURA 1. DATOS ESTADÍSTICOS	18
FIGURA 2. PORCENTAJE DE HOMBRES Y MUJERES PERIODISTAS EN PROGRAMAS DEPORTIVOS TELEVISIVOS DE SEÑAL ABIERTA EN EL ECUADOR.	36
FIGURA 3. SEXO DE LOS ENCUESTADOS.	37
FIGURA 4. PROGRAMAS DEPORTIVOS PREFERIDOS POR LOS USUARIOS.	38
FIGURA 5. PERCEPCIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LAS MUJERES VS HOMBRES EN CUANTO EL DEPORTE.	40
FIGURA 6. PERCEPCIÓN ACERCA DE LA NECESIDAD DE TENER MUJERES PERIODISTAS EN ESPACIOS DEPORTIVOS.	41
FIGURA 7. PERCEPCIÓN DE LOS REPORTAJES ELABORADOS POR MUJERES.	42
FIGURA 8. PERCEPCIÓN DEL TRATO HACIA LAS MUJERES.	43
FIGURA 9. PERCEPCIÓN ACERCA DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS.	44
FIGURA 10. PERCEPCIÓN ACERCA DE LAS OPORTUNIDADES PARA LAS MUJERES. ...	45
FIGURA 11. PERCEPCIÓN ACERCA DE LAS NARRACIONES DE MUJERES.	46
FIGURA 12. PERCEPCIÓN ACERCA DE LAS NARRACIONES DE MUJERES.	47
FIGURA 13. PERCEPCIÓN ACERCA DE LA CONDUCCIÓN DE ESPACIOS DEPORTIVOS POR PARTE DE MUJERES	48

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE	26
TABLA 2. PORCENTAJE DE HOMBRES Y MUJERES PERIODISTAS EN PROGRAMAS DEPORTIVOS TELEVISIVOS DE SEÑAL ABIERTA EN EL ECUADOR.	35
TABLA 3. SEXO DE LOS ENCUESTADOS.	37
TABLA 4. PROGRAMAS DEPORTIVOS PREFERIDOS POR LOS USUARIOS.....	38
TABLA 5. PERCEPCIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LAS MUJERES VS HOMBRES EN CUANTO EL DEPORTE.	39
TABLA 6. PERCEPCIÓN ACERCA DE LA NECESIDAD DE TENER MUJERES PERIODISTAS EN ESPACIOS DEPORTIVOS.	40
TABLA 7. PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE LOS REPORTAJES ELABORADOS POR MUJERES.	41
TABLA 8. PERCEPCIÓN DEL TRATO HACIA LAS MUJERES.	42
TABLA 9. PERCEPCIÓN ACERCA DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS.	43
TABLA 10. PERCEPCIÓN ACERCA DE LAS OPORTUNIDADES PARA LAS MUJERES.	44
TABLA 11. PERCEPCIÓN ACERCA DE LAS NARRACIONES DE MUJERES.	45
TABLA 12. PERCEPCIÓN SOBRE LAS PREFERENCIAS DE PROGRAMAS.	47
TABLA 13. PERCEPCIÓN ACERCA DE LA CONDUCCIÓN DE ESPACIOS DEPORTIVOS POR PARTE DE MUJERES.	48
TABLA 14: FICHA DE CARACTERÍSTICAS DE INTEGRANTES DEL GRUPO FOCAL.	58

RESUMEN

El presente proyecto se ha desarrollado con el objetivo de analizar la participación de las mujeres en el periodismo deportivo, para ello se emplearon técnicas de investigación como lo son la cualitativa y cuantitativa. Se realizaron encuestas, entrevistas y grupos focales, que permitieron comprobar la hipótesis planteada al inicio de la investigación, la cual era que “el grado de participación de la mujer periodista en programas deportivos a nivel nacional en señal abierta es menor en relación a la participación masculina debido a concepciones machistas de la sociedad con respecto a la mujer y el deporte”.

A través del análisis de los resultados se pudo establecer que la sociedad ecuatoriana en general sigue considerando a ciertos deportes como actividades que corresponden únicamente a los hombres. El principal ejemplo es el fútbol, actividad donde predomina el sexo masculino en nuestro país. Una señal de que el machismo sigue imperando en ciertas áreas de la sociedad. Esto repercute en consecuencia en el ámbito profesional y en el caso particular de nuestra investigación, en la desigualdad de oportunidades que se le brinda al hombre en relación a la mujer para participar en el periodismo deportivo.

Palabras clave: machismo, discriminación, deporte, periodismo deportivo, televisión.

ABSTRACT

This project has been developed with the aim of analyzing the perception of viewers on the participation of women in sports journalism, so has chosen a methodology of qualitative and quantitative research through which it was established the preparation of surveys, interviews and focus groups, which allowed to test the hypothesis posed at the beginning of the investigation, which was that "the degree of participation of women journalists in sports programs nationwide open signal is lower in relation to the male participation because chauvinistic conceptions of society regarding women and sport ". Through analysis of the results it was established that Ecuadorian society in general still considers certain sports as activities that pertain only to men, thus establishing that sexism still prevails in certain professions such as journalism, but even if they are related to sports like football, wrestling, etc.

Keywords: sexism, discrimination, sport, sports journalism, television.

INTRODUCCIÓN

“Nuestra sociedad es masculina, y hasta que no entre en ella la mujer no será humana”;
Henrik Johan Ibsen.

De acuerdo con escritos relacionados al rol de la mujer en la sociedad antigua, se puede mencionar que este consistía en ser parte de las propiedades de un hombre. En su etapa joven, se decía que era propiedad del padre y luego con el matrimonio, propiedad del marido. Esto hacía que la mujer dependiera de otros para su supervivencia. Ellas sólo podían realizar las obligaciones que se les exigía en el hogar. Se las veía como un objeto que debía satisfacer las necesidades de los demás.

Sin embargo, a través de los años este mismo rol ha ido evolucionando, tanto en los ámbitos sociales, políticos, laborales, religiosos y culturales, entre otros. Las mujeres se han presentado como seres que exigen igualdad de condiciones y merecen ser valoradas por su capacidad e inteligencia. A pesar de eso, son grandes las dificultades a las que se enfrentan en una sociedad donde aún existen concepciones machistas o sus consecuencias.

En la actualidad las mujeres son apreciadas como seres multifuncionales, pues se encargan de sus labores como madres, esposas, jefas de hogar y hasta son quienes llevan el sustento diario a sus familias. No existe una figura de “mujer sedentaria” pues hoy en día la mayoría, se dedica a realizar diversas actividades, es así que en las áreas laborales o políticas se ve muy marcada la presencia femenina, debido a que son consideradas como más confiables y responsables que los hombres. Figuras como Michelle Bachelet

o Michelle Obama, son algunas mujeres que han llamado la atención en el área política y se pueden mencionar muchas más, mientras que en el área deportiva también han resaltado las competidoras: María Sharapova y Yelena Isinbayeva, quienes destacan en tenis y salto respectivamente.

Así como se han observado avances en la inclusión de las mujeres en cuanto a la política o el deporte, de la misma manera, el periodismo ha sido una de las plataformas fundamentales para que se demuestren las cualidades del género femenino.

Una de las formas de hacer periodismo también es el orientado hacia la información deportiva. Hace algunos años era imposible ver a una mujer que se atreviera a opinar de fútbol u otro deporte, y menos ponerse a la par de comentaristas hombres en el mismo programa. A pesar de aquello, poco a poco las mujeres han ido ganando su espacio dentro de estos programas que siempre fueron dominados por el género masculino.

Así es que, desde la década del '90 y hasta la fecha se ha registrado la incursión de muchas mujeres periodistas en el ámbito deportivo. Una de las precursoras de la actividad deportiva fue Margarita Wais, quien era ex jugadora de squash, y que gracias a su presencia, porte y conocimiento en deportes fue ganándose poco a poco su lugar, hasta llegar a ser una de las caras más reconocidas del periodismo deportivo femenino, con su participación en programas como: "La última palabra Mundial", "Los fanáticos" y "Fox Sport Noticias". Todos ellos pertenecientes a la señal de Fox Sports.

Se pueden citar a otras periodistas deportivas como Alina Moine, Ángela Lerena, entre otras pertenecientes a la misma cadena televisiva que se

transmite a nivel mundial. Como un logro obtenido por el género femenino en el año 2012 Viviana Vila, se convirtió en la primera comentarista mujer en una transmisión de Primera División. Como se puede observar son muchas las mujeres que han logrado ubicarse dentro de las filas del mundo del periodismo deportivo, dejando claro que no se requiere ser hombre para comprender y opinar acerca del fútbol u otro deporte.

En el Ecuador, algunas personas creen que uno de los factores predominantes que impide el desarrollo profesional de las mujeres en este ámbito del periodismo es el machismo, que establece el lugar de la mujer en programas de televisión como modelo/presentadora, mientras que el hombre sí puede participar como comentarista que sabe y conoce del tema.

La incursión de las mujeres en los programas deportivos propone romper estereotipos tradicionales y brindar una nueva visión al público televidente respecto al rol femenino en este tipo de programas. Mostrar que las mujeres están totalmente preparadas para posicionarse dentro del periodismo deportivo.

El nuevo modelo de país que se maneja actualmente en el Ecuador resalta la inclusión de los grupos vulnerables, entre ellos las mujeres. Dentro de la actividad periodística, la Ley Orgánica de Comunicación (Asamblea Nacional, 2013) menciona que los medios de comunicación tienen la obligación de contar con una nómina equitativa y par entre géneros, interculturalidad, etc.

Muy a pesar de las personas que valoran la presencia femenina dentro de las pantallas de televisión o al micrófono de alguna emisora, el campo

deportivo para las periodistas ecuatorianas es escaso. En este se imponen otros factores que también influyen en el acceso a oportunidades y espacios laborales.

El presente proyecto de investigación se basa en el análisis de programas deportivos de señal abierta, con el propósito de establecer el grado de participación femenina en ellos, así como también la percepción en relación a la presencia femenina en estos espacios a través de un grupo focal para conocer la opinión que tiene el público sobre el aporte que ellas dan a estos programas.

CAPITULO I

1 El Problema

1.1 Planteamiento del “hecho científico” o “situación problemática”

A través de la historia, el periodismo deportivo ha sido fuente de entretenimiento sobre todo dirigido al género masculino, desde la década de los 50; sin embargo a comienzos del siglo XXI se ha observado un incremento del personal femenino dentro de ésta área del periodismo. En el mundo, la incursión de la mujer en el ámbito del periodismo deportivo se ha dado paulatinamente, a pesar de ello, en los países de América Latina, no se ha llegado al mismo nivel de desarrollo, debido que se presentan diversas limitaciones.

Deportes como el futbol, box y otros son asociados normalmente con lo masculino debido al desgaste corporal que implican. Esta asociación afecta también el ámbito periodístico, ya que crea en el televidente y productor de televisión la idea de que los deportes son un acto mayoritariamente masculino y por ello las mujeres no están capacitadas para procesar de manera adecuada información sobre un deporte determinado y transmitirla en un programa.

Sin embargo como se menciona anteriormente, a través de los años, muchos canales de señal abierta, han dado la oportunidad de incluir en sus

filas de periodistas deportivos a mujeres que se encuentran preparadas y dispuestas a transmitir con el mismo ánimo y pasión que un hombre, todo aquello que ocurre en un partido de fútbol, pelea de box o campeonato de rally.

Muchos de estos espacios en donde se observan mujeres, se encuentran conformados por panelistas hombres que a criterio de algunos, tienden a malinterpretar el rol de las mujeres, emitiendo comentarios en doble sentido, tratándolas con poca seriedad y profesionalismo. Debido a esta situación de inequidad identificada en el periodismo deportivo a nivel nacional en relación a la presencia de las mujeres en éste ámbito, el proyecto pretende determinar el grado de participación actual que existe en canales de señal abierta y evaluar la percepción del público guayaquileño en relación a la participación femenina en programas deportivos.

1.2 Formulación del problema de investigación

¿Cuál es el grado de presencia televisiva que tiene la mujer periodista en los programas deportivos ecuatoriano en los canales de señal abierta?

1.3 Justificación de la investigación

Con relación al periodismo deportivo a nivel nacional se puede mencionar que es el género masculino el que predomina en la vocería del tema actualmente a nivel nacional.

Los hombres son quienes generan opiniones y debates en cuanto a los deportes y sus resultados en programas deportivos, mientras que el papel de la mujer en estos espacios se reduce muchas veces a simplemente modelar

o promocionar algún tipo de producto o servicio. En el programa “La Fiesta del Fútbol” (actualmente fuera del aire) del canal Gama Tv, por ejemplo, las presentadoras gran parte del programa aparecían con ropa diminuta o traje de baño y realizaban actividades de carácter erótico, como entrar en el jacuzzi con todos los invitados del programa.

Por ello, a través de la presente investigación se pretende analizar el grado de participación de las mujeres en los programas deportivos emitidos en señal abierta en la televisión nacional, así como también la percepción del público sobre su incursión en este ámbito y con esto resaltar el valor de la mujer en todas las áreas del periodismo, sin excepción.

Además se espera conocer los aspectos que determinan la presencia de mujeres en el área del periodismo deportivo. Para obtener los resultados, una de las principales actividades a realizar será entrevistar a varios directores de los programas deportivos de canales de señal abierta y recoger sus opiniones en torno a la participación de la mujer en esta área.

1.4 Marco institucional

El proyecto está enmarcado en la línea de investigación correspondiente al estudio de construcción discursiva y recepción, puesto que se basa en el análisis de la presencia de la mujer periodista en los programas deportivos televisivos, transmitidos en los canales de señal abierta.

1.5 Objetivos Del Proyecto

1.5.1 Objetivo General

Analizar la presencia de la mujer periodista en los programas televisivos deportivos de señal abierta en el Ecuador.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Establecer el grado de participación que tienen las mujeres en los programas deportivos de los canales de señal abierta, a través de la observación de los mismos y cuantificación de su presencia en pantalla.
- Definir la percepción que tiene el público sobre la participación de las mujeres en programas deportivos mediante una encuesta y grupo focal.
- Identificar los factores que influyen en el grado de participación de las mujeres en programas deportivos, por medio de entrevistas a una muestra de directores de programas deportivos televisivos de señal abierta.

CAPITULO II

2 Marco Teórico

En el presente punto se analizarán los antecedentes relacionados al periodismo deportivo, en el mundo, en el país y específicamente en los canales que serán sujeto de estudio, así mismo se incluirá un análisis de la presencia femenina en este campo laboral desde sus inicios hasta la actualidad.

2.1 Periodismo deportivo

La comunicación social ha existido desde siempre en nuestra sociedad. Se trata de un oficio que busca informar a las personas de todos los acontecimientos considerados como relevantes o importantes para el desarrollo de su vida en sociedad.

El periodismo está encargado de recopilar información, seleccionarla, procesarla y exponerla al público. Es así como este producto llamado información se distribuye de variadas formas al espectador, por medio de la televisión, radio, periódicos, revistas o por medio de internet.

El periodismo tiene diversas ramas. Una de ellas es el periodismo deportivo, que se dedica a informar sobre acontecimientos relacionados al deporte, campeonatos o competencias relacionadas a esta área.

A continuación, se explicará su historia partiendo primero del nacimiento del periodismo como profesión en general.

2.1.1 Historia

El periodismo es una profesión que no solo se encarga de brindar información, sino que ofrece la realidad convertida en noticia. Este oficio nació en Inglaterra en el siglo XVIII. En 1772 se crea el primer diario, llamado Daily Courrant, lo que permitió que el periodismo se expanda y aparezcan una gran variedad de publicaciones. Orozco, afirma que:

Hoy la extensión y el significado de la comunicación se han vuelto virtualmente incontenibles. Estudiar comunicación, como se evidencia cada vez más ampliamente, no es sólo ocuparse de los aportes de un conjunto restringido de medios, sea a la socialización de los niños o los jóvenes, sea a las decisiones de compra o de votación. Ni es sólo involucrarse con las legitimaciones ideológicas del Estado moderno. Estudiar comunicación consiste, más bien, en elaborar argumentos sobre las formas y determinaciones del desarrollo sociocultural como tal. El potencial del estudio de la comunicación, en suma, converge directamente, y en muchos puntos, con los análisis y la crítica de la sociedad existente en todas sus modalidades. (Gómez, 2001, pág. 19)

Esto quiere decir, que el estudio de la comunicación no sólo conlleva una responsabilidad económica, administrativa, o política, sino que va más allá de eso. Para la sociedad, es muy importante la comunicación debido a que brinda información relevante para los individuos.

Para agregar ciertas características de este fenómeno, Caballeros añade que:

La acción comunicativa se basa en un proceso cooperativo de

interpretación en que los participantes se refieren simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo aun cuando en su manifestación sólo subrayen temáticamente uno de esos tres componentes. Hablantes y oyentes emplean el sistema de referencia que constituyen los tres mundos como marco de interpretación dentro del cual elaboran las definiciones comunes de su situación de acción. (Caballero, 2011, págs. 156-157)

Con todas estas teorías expuestas, se puede concluir que el periodismo se debe tomar en cuenta como una profesión que edifica a la sociedad, que ecgenera información para el desarrollo de las masas y sobre todo que es un oficio que fue creado para ayudar a mostrar la realidad desde otro punto de vista, según la forma en que se maneje la información.

En el desarrollo de la historia del Periodismo Deportivo en Ecuador, Kintto Lucas (2006), escritor y periodista uruguayo radicado en el país desde hace casi doce años, explica lo siguiente:

En Ecuador la historia del periodismo especializado en deportes se inició a comienzos del siglo XX con pequeñas notas en el diario El Comercio de Quito, El Telégrafo y El Universal de Guayaquil primero. Más tarde se sumaron El Universo como continuidad de El Universal y El Mercurio de Cuenca. Todos con la particularidad de cubrir los hechos deportivos de su ciudad. En la década de los 20 con la aparición de algunas revistas deportivas comienza a surgir la especialización de algunos periodistas en la información de los deportes. Con las transmisiones radiales esa especialización comienza a consolidarse. (p.

28, p. 29).

Este autor explica cómo el periodismo deportivo empezó a manifestarse por medio de la prensa y de qué manera fue expandiéndose lentamente en varios medios del país. Pero que, a pesar del resurgimiento en estos medios, el interés por el periodismo deportivo en Ecuador aún no se hacía notar.

Según Lucas, (2006), los problemas del periodismo deportivo en Ecuador se debían a: *“La falta de interés de los medios de comunicación por mejorar, en las rivalidades regionales, en la tardía inserción del país en el fútbol mundial y en la falta de interés de los propios profesionales en mejorar su formación”*.

Esta aseveración recalca que el periodismo deportivo ecuatoriano tuvo que pasar por varios procesos complicados, como por ejemplo superar el regionalismo, lo que no permitió durante varias décadas que éste coja espacio en los medios de comunicación del país. Además es importante mencionar que en esa época era casi imposible para un periodista poder prepararse en una academia especializada en el área de deportes. A esto se le sumaba la escasa tecnología con la que contaba el Ecuador. Es importante señalar que para que el periodismo ecuatoriano haya crecido en su totalidad, el fútbol que es uno de los deportes más influyentes en el mundo, también tenía que alcanzar un nivel aceptable.

El fútbol y los medios de comunicación mantienen una relación indisoluble, porque históricamente nacieron de la mano como instituciones sociales. Adicionalmente con el paso del tiempo, se fueron haciendo mutuamente funcionales. A partir de ese momento en adelante se construyó una alianza indisoluble, que fue creciendo, hasta que éste

deporte se ha convertido hoy por hoy- en un acontecimiento principalmente mediático. (Carrion, 2006, pág. 11)

2.1.2 Definición

De acuerdo con Molina, (2009, pág. 5)

“El periodismo deportivo es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante”.

Es decir, que el periodismo deportivo es una actividad que permite al comunicador interpretar los sucesos que ocurren en este ámbito a fin de que el receptor comprenda lo que se quiere transmitir. Además busca resaltar aquellos temas interesantes y relevantes para el público en el ámbito deportivo. Entonces, el periodismo deportivo no es otra cosa que informar a la ciudadanía de manera común los hechos que se han generado en el mundo de los deportes y que despiertan el interés de la comunidad.

Las modalidades del periodismo deportivo se pueden clasificar en las siguientes:

- Narrador o relator deportivo
- Comentarista deportivo
- Presentador de noticias deportivas
- Reportero dentro del borde de cancha
- Escritor en redes sociales o periódicos

López Alcoba, (2001, pág. 142) señala que el periodismo deportivo es una actividad muy antigua, tanto así que en textos bíblicos inclusive se podría interpretar el relato de la batalla entre David y Goliat, como un hecho deportivo.

Por este motivo resulta un error tal vez mencionar que el periodismo deportivo nace luego de la revolución industrial, ya que desde épocas remotas el ser humano ha competido en juegos para medir sus habilidades o hazañas.

Según el mismo autor, la profesión del periodista deportivo nace del deseo que tiene el hombre de mantenerse informado de los acontecimientos deportivos tanto locales, como nacionales e internacionales. Se considera como un personaje fundamental en cualquier empresa periodística, aunque era tratado como el eslabón más bajo del periodismo, hoy en día son los que cuentan con mayores audiencias y tienen la capacidad de influenciar a las masas, (Alcoba, 2001, pág. 142).

2.1.3 Características de la noticia deportiva

Marrero, (2011, pág. 86) menciona sobre la noticia deportiva, que debe tener una estructura de pirámide invertida, es decir, que se debe colocar primero lo más importante y luego lo de menor importancia. Existen otros tipos de estructura como por ejemplo, la del orden cronológico que consiste en resaltar de manera inicial la última jugada del partido, si es que es una parte determinante del resultado que se obtuvo. Estructuras como la diamante se utilizan en menor proporción.

Las noticias deportivas deben ser cortas, sencillas, entendibles, y veraces. No se puede especular ni divagar información ya que no es profesional presumir algo que puede que ocurra o no. No se debe llenar la noticia de términos deportivos que el común de las personas no comprenda, pues el propósito del periodista es que el mensaje llegue de la manera más adecuada al espectador.

Los hechos noticiosos no ocurren de la nada, tienen sus orígenes y canales para su difusión. Estos orígenes son los que se denominan fuentes, sin embargo es importante validar la confiabilidad de la información. En relación a las fuentes del periodismo deportivo se pueden mencionar las siguientes:

- La acción deportiva
- Las entrevistas
- Las agencias informativas
- Las fuentes confidenciales
- Los organismos deportivos
- Organismos públicos y privados
- Los rumores (cuya veracidad se busca confirmar)

Para todas estas fuentes existen canales de difusión, entre los cuales se pueden mencionar:

- Las conferencias de prensa
- Los comunicados de prensa
- Llamadas telefónicas, entre otras.

2.1.4 Presencia de la mujer en el periodismo deportivo

El periodismo deportivo no se relaciona con ningún género, responde al aporte de mujeres y hombres, a su talento, gusto, vocación, y disciplina. Las mujeres periodistas que han logrado insertarse en este nicho, han tenido que esforzarse para desenvolverse en ésta profesión, debido a que aún se sigue discriminando el rol de la mujer en todos los oficios que quiera desempeñar.

El acceso de la mujer al ámbito deportivo, al igual que a otros ámbitos sociales, es tardío debido a múltiples causas, una de ellas por ser éste un ámbito exclusivamente masculino y del que se excluyó, casi siempre explícitamente a las mujeres por una serie de mitos y prejuicios ligados a su biología y a su rol social. (Vázquez, 2002, pág. 56)

Según este autor, las mujeres nunca han contado con el mismo posicionamiento que el hombre en la sociedad, debido a los prejuicios y paradigmas del machismo. Pero a pesar de ésta ideología, el terreno que la mujer ha ido marcando en el periodismo deportivo cada vez va creciendo.

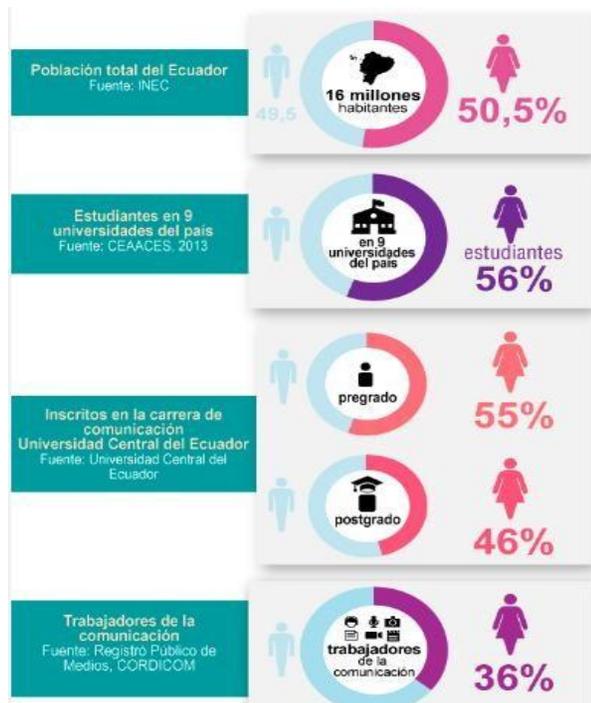
A lo largo del tiempo se ha asociado el estereotipo masculino con valores como independencia, agresividad, competitividad, fuerza, y virilidad. Todos estos conceptos se asocian a patrones claramente masculinos. Mientras, a la mujer se la ha relacionado con conceptos como afectividad, dependencia, fragilidad y preocupación por los demás. De ahí que la mujer suele aparecer representada casi siempre como subordinada a la figura masculina. (de Cabo, 2007, pág. 8).

La visión de este teórico es más amplia al referirse al peso que posee el género masculino al momento de sobresalir en el sociedad. La mujer debido a las estructuras patriarcales antiguas se mantuvo por años en un círculo pequeño, donde no podía desarrollarse debido a los prejuicios que recaían sobre ella. Es por ello que la presencia del hombre siempre ha sobresalido en el periodismo deportivo, y es muy raro ver a una mujer denominar temas de este oficio.

De acuerdo al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, (2015), el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizó un estudio en donde se muestra que en el país habitan cerca de 16 millones de personas, y de ellas el 50,5% son mujeres. Adicionalmente se menciona que el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) hasta el año 2013, las mujeres son quienes ocupan el 56% de las plazas educativas en 9 diferentes universidades del Ecuador.

Adicionalmente, según el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, en una de las universidades más grandes de Ecuador, la Universidad Central, las mujeres representan el 55% de las estudiantes en pregrado y el 46% en posgrados de la carrera de Comunicación. Sin embargo, a pesar de estas cifras, son los hombres quienes ocupan más espacios en medios de comunicación. De acuerdo con el Registro Público de Medios del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), del total de 17 mil trabajadores en medios de comunicación locales, las mujeres ocupan apenas un 36%.

Figura 1. Datos estadísticos



(CORDICOM, 2015)

La inclusión y aceptación de las mujeres en los medios de comunicación es mayor en la actualidad debido a los esfuerzos realizados por algunas predecesoras, que poco a poco se ganaron espacios dominados por los hombres. Aunque actualmente se mantengan en ciertos espacios actitudes que reflejan situaciones discriminatorias que deben ser superadas.

Otro argumento para justificar la falta o menor participación de la mujer en el periodismo deportivo era no contar con preparación académica. Una situación que también se deriva de las consecuencias de las concepciones machistas que antes imperaban en la sociedad y excluían a la mujer del ámbito educativo. Hoy en día, el panorama cambia, debido a que las mujeres

cuentan con acceso total a la educación y muchas poseen títulos en el área de la comunicación.

2.2 La visión de género

La visión de género es una concepción que ha tomado fuerza en las últimas décadas. Esta defiende el tener en cuenta los diversos puntos de vista que se pueden manifestar en relación a un tema desde la óptica de cada género. Es un elemento fundamental en el análisis de las relaciones sociales y en la distinción de todas aquellas diferencias que permiten identificar a ambos sexos.

Las relaciones de género sobre todo se basan en el poder y jerarquías, así es que cada una de las culturas posee diversos tipos de concepción relacionadas a lo femenino y a lo masculino.

Las características de cada género no sólo varían de acuerdo a cada país, sino también en relación a la época y otros contextos. Por ejemplo, si se trata de actividades domésticas y cotidianas, éstas son relacionadas directamente como el trabajo que corresponde a las mujeres, mientras que otros tipos de trabajos (ej.: mecánicos) se vinculan con los hombres.

2.2.1 Machismo

El machismo se puede definir de la siguiente forma:

“Una palabra que resume la agresividad, impasibilidad, invulnerabilidad, uso descarnado de la violencia, y demás atributos del “macho”: poder. La fuerza, pero desligada de toda noción de orden: el

poder arbitrario, la voluntad sin freno y sin cauce.” (Urbistondo, 1978, pág. 168)

A pesar de que la definición de este teórico es muy amplia, alude de forma acertada a esta problemática. El machismo afecta no solo a las mujeres individualmente, sino también a la familia y a toda la sociedad.

Los tipos de ideologías relacionadas al género, que se vinculan con los paradigmas de la masculinidad, tienen una representación simbólica de la orientación de las conductas de los hombres, así es que la masculinidad hegemónica se constituye como un saber ideológico, orientado a motivar a las personas esperando recibir una respuesta que se sujete a las normas que rigen esta visión.

El machismo sigue siendo una conducta que se ve a diario en nuestra sociedad. A pesar de que se han creado leyes para que la igualdad se ponga en práctica entre hombres y mujeres, éste aun afecta a la mujer y su entorno.

2.2.2 Feminismo

Una de las características que predomina para que la mujer se sienta subordinada hacia el hombre, son las condiciones en las cuales se ha desarrollado, por ejemplo: la falta de oportunidades, la falta de educación, y otras condicionantes características de una sociedad machista.

Como el machismo es una situación que imperó en la sociedad durante muchos años, aparece a finales del siglo XIX la corriente del feminismo con la reivindicación del derecho de la mujer a votar y participar de la vida política

El feminismo sostiene que las mujeres sufren discriminación por su sexo en los diversos ámbitos de la sociedad: laboral, educativo, religioso, político, etc. Para que la mujer alcance la igualdad de derechos en relación al hombre es importante que se elimine el concepto de subordinación a través de cambios en las políticas públicas y gubernamentales.

El feminismo, como ya se ha mencionado, es una corriente que impulsa a que las mujeres se comprometan a generar cambios, apreciando aquellos avances que se han realizado por parte de mujeres emprendedoras.

Desde el feminismo se define a la igualdad de género como *“la parte de la toma de conciencia de que las mujeres, entendidas como colectivo humano, estamos subordinadas, discriminadas y/u oprimidas por el colectivo de hombres en el patriarcado, sistema que es anterior a todas las formas de explotación y que por lo tanto es necesario erradicar para lograr una justicia social duradera.”* (Córdova, 2011)

2.3 Marco Legal

En el presente punto se expondrá el marco legal en el cual se desarrolla la actividad del periodismo en el Ecuador:

2.3.1 La Constitución y la Ley de Comunicación

De acuerdo a lo previsto en la Constitución, uno de los valores que se promocionan es la igualdad formal, igualdad material y la no discriminación. Uno de los sectores más vulnerables con respecto a la

discriminación es el de las mujeres, por esto se han planteado luchas incansables por lograr la equidad e igualdad de sus derechos.

La Constitución, no sólo reconoce el derecho de igualdad formal sino que además establece que nadie debe ser discriminado por su sexo, identidad de género, etc., por lo tanto la Ley sanciona cualquier tipo de discriminación.

En la Ley de Comunicación (2013), se mencionan ciertos aspectos sobre los cuales los medios de comunicación y periodistas deben regir su profesión. El artículo 10 de los Principios y Derechos propone planteamientos en torno a los siguientes temas:

- Referidos a la dignidad humana: el respeto a la honra y reputación, no discriminar, el respeto a la intimidad personal y familiar;
- Relacionados con los grupos de atención prioritaria: no promover comportamientos nocivos a niños o niñas, no usar imágenes que puedan atentar a la dignidad de personas con discapacidad o enfermedades catastróficas, no usar imágenes de niños o niñas para emitir noticias sobre actividades ilícitas;
- Concernientes al ejercicio profesional: mantener el respeto de los presupuestos constitucionales para la difusión de información que se considere relevante para el interés público, no tergiversar el contenido de la información, no emitir imágenes o contenido morboso en relación a la difusión de crónica roja, no usar su condición de periodista para fines personales;

- Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social: se debe mantener el respeto a la libertad de expresión, presentar rectificaciones siempre que se hayan difundido noticias falsas o erróneas, respetar el derecho que tienen los ciudadanos a la presunción de inocencia, no difundir “publirreportajes” a manera de material informativo, validar la coherencia y contenido de las noticias que se difunden, diferenciar entre noticia y opinión, distinguir los materiales informativos, editoriales, comerciales o publicitarios; se debe asumir la responsabilidad por las opiniones e información que se difunde, no realizar linchamiento mediático.

Si algún medio de comunicación o periodista incumple alguna de estas normas descritas en la Ley, el afectado podría presentar una denuncia ante la Superintendencia de la Información y Comunicación. Una vez que se compruebe el hecho, el emisor de la información recibirá una amonestación escrita, siempre y cuando no se mezcle con otro tipo de infracción en donde la sanción o medida administrativa se encuentre establecida en la Ley

CAPÍTULO III

3 Metodología

En el presente punto se expone la metodología de la investigación que se seguirá para la obtención de la información relevante para el proyecto, además de establecer la población y muestra, así como las técnicas de recolección de datos. Por este motivo se dividirá el capítulo en los puntos que se detallan a continuación:

- Tipo de investigación
- Enfoque metodológico
- Formulación de la hipótesis
- Definición de la población y muestra
- Métodos y técnicas de recolección de datos

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación a desarrollar en el presente proyecto será no experimental y de corte explicativo, ya que se establecerán los factores por los cuales aún existe esa brecha entre hombres y mujeres periodistas, sobre todo en el ámbito deportivo.

3.2 Enfoque metodológico

Se utilizará en la presente investigación un enfoque metodológico mixto, donde se utilizarán herramientas cualitativas y cuantitativas. Por medio de un enfoque cualitativo se analizarán las características o preferencias que tiene en común la población, en este caso los televidentes de los espacios deportivos, hombres o mujeres que puedan tener un criterio respecto a la participación de la mujer en el ámbito del periodismo deportivo, con el fin de probar la hipótesis que se ha planteado.

El enfoque cuantitativo será también de ayuda, pues se seleccionará una parte representativa de la población a través de la técnica del muestreo, además de la tabulación de los datos que permitan definir el porcentaje mujeres y hombres que participan en programas deportivos.

3.3 Formulación de la hipótesis

El grado de participación de la mujer periodista en programas deportivos a nivel nacional en señal abierta es menor en relación a la participación masculina debido a concepciones machistas de la sociedad con respecto a la mujer y el deporte.

3.3.1 Operacionalización de la variable

VARIABLES	DEFINICION		DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O PREGUNTAS	INSTRUMENTOS	TECNICA
	CONCEPTUAL	DEFINICION OPERATIVA					
INDEPENDIENTE Machismo	Actitud de prepotencia de los hombres respecto de las mujeres, (Real Academia de la Lengua Española, 2016).	Corresponde a la actitud con la cual se desarrolla la sociedad ecuatoriana, como un acto discriminatorio hacia la mujer	Rol de la mujer en la sociedad	*Preparación académica *Oportunidades laborales *Leyes	¿Cuál es el porcentaje de mujeres que cuentan con título en comunicación social? ¿Qué tipo de oportunidades laborales existen para las mujeres en el periodismo deportivo? ¿Cómo las leyes ecuatorianas incluyen a la mujer en estos espacios?	Leyes, Reportes del INEC. Cuestionario	Bibliográfica - documental Entrevista Observación
DEPENDIENTE Participación de la mujer en programas deportivos	Involucra a la actividad que realiza la mujer dentro de los espacios de deporte, por ejemplo reportajes, comentarios, animación	De acuerdo al "Manifiesto por la Igualdad y la Participación de la Mujer en el Deporte" en España: * Utilizar las posibilidades que ofrece el deporte como vehículo de formación de las personas y como transmisor de valores, con el fin de superar prejuicios y estereotipos que impiden a las mujeres y a los hombres desarrollarse según sus expectativas personales y su potencial individual. * Incluir la perspectiva de género en las políticas de gestión de la actividad física y el deporte para garantizar la plena igualdad de acceso, participación y representación de las mujeres, de todas las edades y condición, en todos los ámbitos y a todos los niveles: como practicantes, gestoras, dirigentes, entrenadoras, técnicas, árbitras, juezas, periodistas e investigadoras. * Introducir el Principio de Igualdad de Oportunidades como una máxima de calidad en la gestión dentro de la responsabilidad social corporativa de todas aquellas instituciones o entidades relacionadas con la actividad física y el deporte. * Facilitar el acceso y promoción de las mujeres en el deporte de competición, favoreciendo su incorporación y reconocimiento deportivo y social en el alto rendimiento y posibilitando la conciliación de su formación académica, desarrollo personal y profesional.	Participación de la mujer en espacios deportivos	* Número de intervenciones en los programas *Número de reportajes elaborados por mujeres * Nivel de interacción con los panelistas	¿Cuántas veces intervienen mujeres en las narraciones de eventos deportivos? ¿Cuántos reportajes deportivos son elaborados por mujeres? ¿Cuál es el nivel de interacción de las mujeres periodistas con los panelistas?	Cuestionario Grabaciones de programas	Entrevista Observación

Tabla 1. Operacionalización de la Variable

3.4 Población y muestra

La población es el conjunto de todos los elementos que serán sujetos de estudio, por lo tanto se considerarán a todas las personas que ven televisión en la provincia del Guayas, donde se realiza la investigación, de acuerdo a la encuesta elaborada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, INEC, (2012) sobre el uso del tiempo.

La siguiente fórmula se aplicó en la determinación de la muestra para las encuestas del trabajo de titulación:

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

En donde las siglas de la fórmula corresponden a las siguientes denominaciones:

- n = tamaño de la muestra,
- e = estimación del error,
- Z = valor de distribución normal estándar,
- N = tamaño de la población,
- p = probabilidad de éxito,
- q = probabilidad de fracaso.

La población total en Guayas que dedica su tiempo a ver televisión de acuerdo a los datos del INEC es 1'184,532 personas, de las cuales el 68% son hombres, esto es 807,194; mientras que el 32% son mujeres, esto es 377,339.

A continuación se aplicará ese dato como tamaño de la población en la fórmula:

$$n = \frac{(1.15)^2 (0.05)(0.05)(1058789)}{1058789 (0.05)^2 + (1.15)^2 (0.05)(0.05)}$$

$$n = 132 \quad \frac{350062 n}{2647}$$

Es decir que el total de personas a encuestar es de 132.

Además para el grupo focal, se escogió a 5 hombres y 5 mujeres, con el rango de edades entre los 18 hasta los 50 años, es decir, un total de 10 personas. Cabe recalcar, que las personas que participan tienen que consumir programas deportivos, para poder obtener detalladamente sus opiniones acerca de los temas a tratar con respecto a la incursión de la mujer en los programas deportivos.

3.5 Técnicas de investigación

Como técnicas de investigación se utilizarán métodos para la recolección de datos cualitativos y cuantitativos como por ejemplo: fuentes primarias, entre las cuales se encuentran los productores de los programas deportivos que darán su visión con respecto a la presencia de la mujer en estos espacios, así mismo por medio del grupo focal y la encuesta se analizará la percepción de los consumidores de estos programas en relación a la participación de la mujer.

Entonces, se pueden definir como herramientas de recolección de datos a elaborar:

- ❖ La observación de los diferentes programas deportivos
- ❖ Cuestionario de preguntas cerradas para las encuestas.
- ❖ Las entrevistas, ya sea en persona o por medios telefónicos.
- ❖ El grupo focal.

3.5.1 La observación

De acuerdo con teorías expuestas sobre la observación, menciona el autor

Fabbri, (2015), *“observar es ponerse delante de un objeto”* para poder mantenerlo o quizás conservarlo, es por ello que para la presente investigación se eligió los 4 domingos del mes de Junio del año cursante, con el fin de analizar y cuantificar el número existente de mujeres y hombres que aparecen en los programas deportivos de señal abierta de Ecuador.

Los programas analizados fueron:

- **Programa:** Estadio tv
- **Canal:** Ecuavisa

Es el programa deportivo con el que Ecuavisa finaliza su programación, cuenta con la conducción de profesionales con varios años de trayectoria en el medio deportivo Carlos Gálvez, Alfredo Intriago, María Soledad Reyes, Raúl Avilés y José Luis Arévalo. Se transmite todos los domingos en el horario de las 23:30, bajo el formato de programa radial, se

tratan distintos temas relevantes para el ámbito deportivo, también cuenta con datos y entrevistas exclusivas.

□ **Programa:** Copa □ **Canal:** RTS

Con más de 20 años al aire en la televisión nacional y bajo el lema de Vive toda la pasión del deporte dentro y fuera de la cancha. El programa Copa presenta El campeonato nacional de fútbol, las mejores ligas del mundo, los pormenores de los jugadores y los jugadores que hicieron historia. Se transmite todos los domingos a partir de las 23:00 horas. Y con la presencia de los conductores de Carlos Alfaro Moreno, y Washington Sánchez.

- **Programa:** Deporte Total
- **Canal:** Teleamazonas

Una producción de los años 80 y que aún se mantiene al aire, el programa deporte total es el encargado de brindar información con todo lo relacionado al deporte. Conformado por figuras relevantes en el periodismo deportivo como Roberto Omar Machado presentador, Alfonso Lasso narrador, Hugo Quintana y Hector Cordova como comentaristas. Se transmite todos los domingos a partir de las 23:00.

- **Programa:** La fiesta del futbol”
- **Canal:** Gama Tv

La fiesta es un programa de deportes que además de transmitir información deportiva a nivel nacional e internacional, brindaba entretenimiento y humor. Se transmitía todos los domingos a las

22:30. Era conducido por Roberto Manrique, Fanny Garcés, Michelle Álvarez, Natali Masinari y María José Gavilanes.

- **Programa:** Cien por ciento futbol
- **Canal:** Tc televisión

Bajo el formato de noticiero deportivo en 100% futbol se realizan análisis completos, revisar la jornada de los campeonatos, los goles, las polémicas, los protagonistas, el debate, enlaces internacionales todo lo relacionado a este deporte. Se transmite todos los domingos a las 23:20 con la conducción de:

Vito Muñoz, Diego Arcos, Carlos Víctor Morales, María José Flores.

- **Programa:** Futbol uno
- **Canal:** Canal Uno

Es un noticiero de deportes, transmitidos todos los domingos a las 19:00 por Canal Uno. El formato de este programa es muy serio, y su principal labor es revisar y comentar la jornada del campeonato nacional de futbol. Este programa solo cuenta con un panelista, que es el Periodista Joselo Sánchez.

3.5.2 La encuesta.

La encuesta proporcionará datos que demuestren la hipótesis planteada. Con la información recolectada se tendrá una idea de la percepción de los televidentes acerca del machismo imperante en los medios de comunicación de señal abierta y sobre todo en los programas deportivos, así como también su opinión en relación a la participación de las mujeres en estos espacios.

Se realizarán 132 encuestas entre hombres y mujeres entre 18 a 60 años de edad.

3.5.3 La entrevista.

La entrevista, para el presente proyecto de investigación servirá de ayuda para evaluar las impresiones de los productores de espacios como COPA de RTS, 100% fútbol de Tc Televisión y de Fútbol UNO, con el objetivo de determinar el aporte que tienen las mujeres periodistas en el ámbito deportivo.

Adicionalmente se escogió entrevistar a personal de los programas como Estadio Tv y 100% fútbol debido a que cuentan con la participación de María Soledad Reyes y María José Flores respectivamente. El programa COPA, debido a que en su momento contó con la conducción de Doménica Saporiti dentro del espacio. Finalmente, Fútbol Uno, debido a que nunca ha mostrado la participación de mujeres. Las personas a entrevistar serán:

- ❖ Xavier Valdez Requena, Director del programa COPA, RTS
- ❖ Álvaro Freire, Productor del programa 100% fútbol, Tc
- ❖ Pedro Lozada, Productor de Fútbol Uno, Canal UNO ❖ Alberto Gómez, Periodista Deportivo, Fútbol Uno, Canal UNO
- ❖ María Soledad Reyes, Periodista Deportiva, Estadio Tv, Ecuavisa.

3.5.3.1 Modelo de la entrevista

Las preguntas se elaborarán por separado para cada uno de los casos, el objetivo en común es identificar cómo ven los integrantes del programa la

participación de las mujeres dentro de los espacios deportivos. Para ello se plantearon como base las siguientes interrogantes:

1.- ¿Por qué se incorporó a mujeres dentro de los espacios deportivos de este canal?

2.- ¿Considera que la presencia femenina es un gran aporte al programa deportivo?

3.- ¿Cómo califica la participación de las mujeres que realizan reportajes deportivos?

4.- ¿En cuanto al manejo del contenido deportivo, las mujeres poseen el mismo conocimiento que los hombres que participan en los espacios?

5.- ¿Contrataría a más mujeres periodistas para que se desarrollen dentro de espacios deportivos?

6. ¿Cuál es el perfil de televidentes que consume su programa?

3.5.4 Focus Group

Para la ejecución del grupo focal se elaborarán una serie de preguntas con el objetivo de conocer la percepción de los televidentes sobre el machismo en el periodismo deportivo. Para ello se escogerá a 10 personas entre 18 y 50 años, hombres y mujeres que expresen sus ideas con relación a la participación de las mujeres en los programas deportivos.

3.5.4.1 Puntos para realizar el grupo focal

Para la realización del grupo focal, se mostrarán videos de programas deportivos con y sin participación de mujeres. Una vez que se visualice el video se realizarán algunas preguntas a los participantes, quienes deberán responder de manera objetiva. Las preguntas girarán en torno a los siguientes temas:

- 1.- Percepción individual acerca de la participación de las mujeres como panelistas.
- 2.- Percepción individual acerca del conocimiento que tienen las mujeres acerca del deporte.
- 3.- Trato de los compañeros hacia la mujer periodista
- 4.- Calidad de las intervenciones
- 5.- Machismo
- 6.- Integración
- 7.- Imagen del programa
- 8.- Otros aspectos relevantes acerca del machismo en televisión.

CAPÍTULO IV

4 Análisis de resultados

En el presente capítulo se expondrán los resultados obtenidos a través de las técnicas de recolección de datos. De ésta manera se podrá comprobar la hipótesis planteada al inicio de la investigación para determinar el grado de participación que tienen las mujeres en los espacios deportivos y validar la teoría de que aún existe el machismo en la profesión.

4.1 Resultado de la observación

Tabla 2. Porcentaje de hombres y mujeres periodistas en programas deportivos televisivos de señal abierta en el Ecuador.

Programa	Mujeres	Hombres
Estadio Tv (Ecuavisa)	1	4
Copa (RTS)	0	1
Deporte Total (Teleamazonas)	0	1
La fiesta del futbol (Gama tv)	4	1
Cien por ciento futbol (TC televisión)	1	3
Futbol Uno (Canal uno)	0	2
Total	6	12

PORCENTAJE DE HOMBRES Y MUJERES PERIODISTAS EN PROGRAMAS DEPORTIVOS TELEVISIVOS DE SEÑAL ABIERTA EN EL ECUADOR	CANTIDAD	%
Hombres	12	63%
Mujeres	6	37%
TOTAL	18	100%

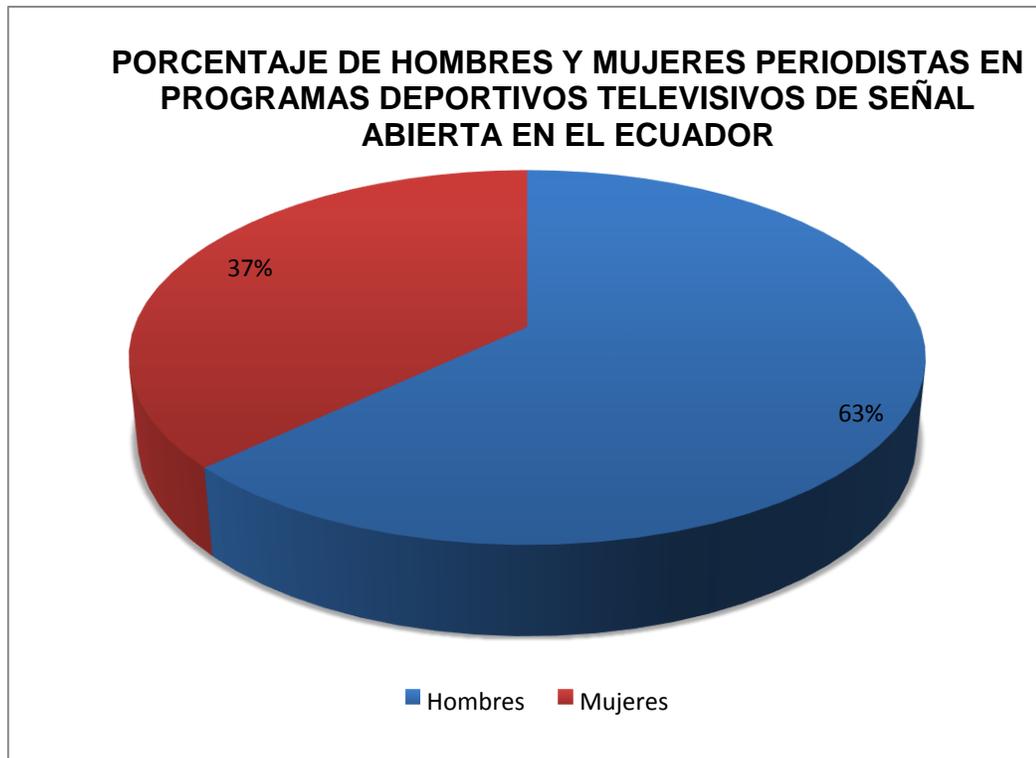


Figura 2. Porcentaje de hombres y mujeres periodistas en programas deportivos televisivos de señal abierta en el Ecuador.

Estos resultados indican que la presencia masculina en programas deportivos de televisión es el doble de la presencia femenina. Como se

observa en el gráfico arriba el 63% de los periodistas que participan en los programas analizados son hombres y apenas un 37% son mujeres.

4.2 Resultado de las encuestas

A continuación se expondrán los resultados de las encuestas realizadas a la muestra de la selección que se ha escogido:

Tabla 3. Sexo de los encuestados.

SEXO	CANTIDAD	%
Masculino	70	53%
Femenino	62	47%
TOTAL	132	100%

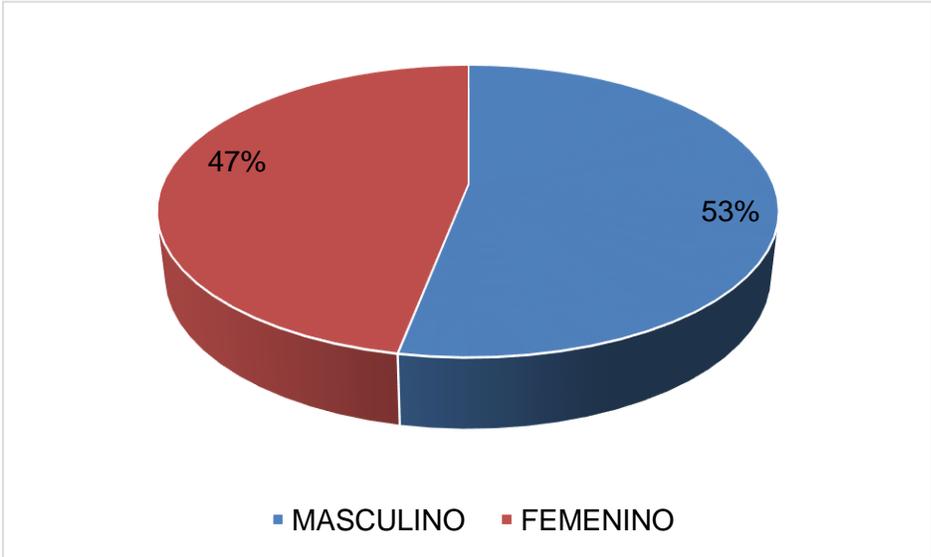


Figura 3. Sexo de los encuestados.

El 53% de la población encuestada fueron mujeres, mientras que el 47% hombres que observan programas deportivos en canales de señal abierta.

Tabla 4. Programas deportivos preferidos por los usuarios.

PROGRAMAS DEPORTIVOS PREFERIDOS	CANTIDAD	%
Estadio Tv (Ecuavisa)	26	20%
Cien por Ciento fútbol (TC Televisión)	50	38%
Fútbol Uno (Canal Uno)	13	9%
Copa (RTS)	16	12%
El Equipo (Ecuador Tv)	6	5%
La fiesta del fútbol (Gama Tv)	2	2%
Deporte Total (Teleamazonas)	3	2%
Otros	16	12%
TOTAL	132	100%

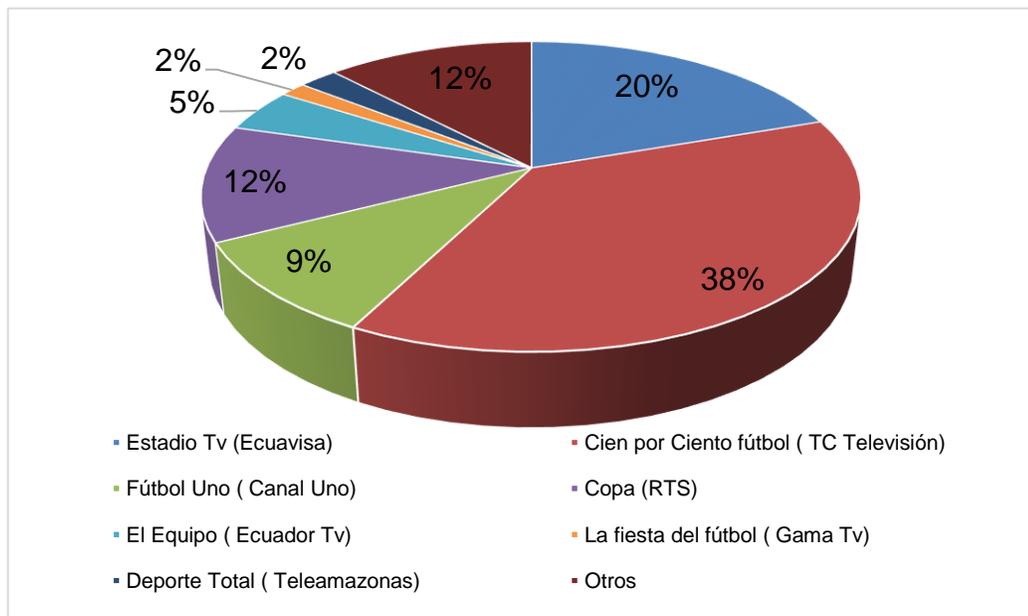


Figura 4. Programas deportivos preferidos por los usuarios.

En cuanto al consumo de los programas deportivos de los espectadores se puede mencionar que el 38% de los usuarios observan en Tc Televisión el programa 100% fútbol, seguido por Estadio Tv, transmitido por Ecuavisa con el 20%. En el tercer lugar se presenta COPA, de la cadena RTS con el 12% de participación; Fútbol Uno, de Canal Uno con el 9% y demás programas con menor porcentaje.

Uno de los motivos por los cuales se ha podido observar que existe una preferencia por el programa de Tc Televisión, es la participación de los conductores, por su trayectoria y tipo de noticias.

Tabla 5. Percepción del conocimiento de las mujeres vs hombres en cuanto el deporte.

PERCEPCION DEL CONOCIMIENTO DE LAS MUJERES VS. HOMBRES EN RELACION AL DEPORTE	CANTIDAD	%
Si tienen el mismo conocimiento	57	43%
No ellas saben menos	5	4%
No hay diferencia entre ambos sexos siempre que la persona se interese por el tema.	70	53%
TOTAL	132	100%

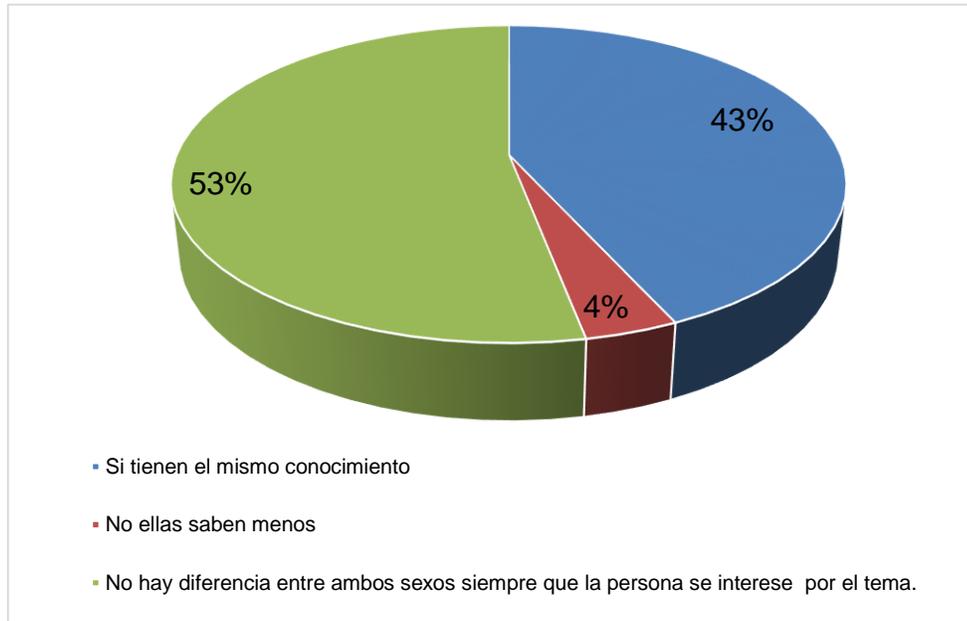


Figura 5. Percepción del conocimiento de las mujeres vs hombres en cuanto el deporte.

Sobre la percepción del conocimiento de las mujeres vs hombres en cuanto el deporte, el 53% de los encuestados ha coincidido en que no existe diferencia entre ambos sexos siempre que la persona se interese por los temas deportivos. El 43% menciona que las mujeres tienen el mismo conocimiento de los hombres y finalmente el 4% piensan que saben menos.

Tabla 6. Percepción acerca de la necesidad de tener mujeres periodistas en espacios deportivos.

PERCEPCIÓN SOBRE LA NECESIDAD DE TENER MUJERES PERIODISTAS EN ESPACIOS DEPORTIVOS	CANTIDAD	%
Si	125	95%
No	7	5%
TOTAL	132	100%

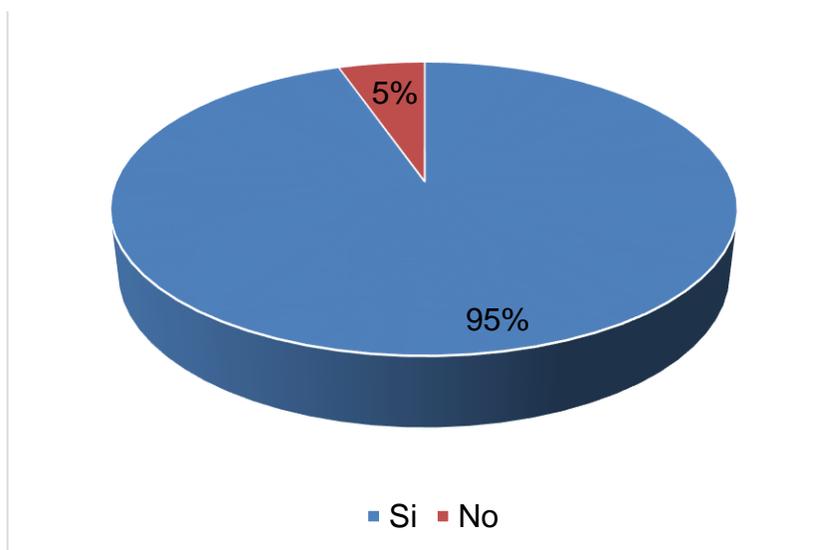


Figura 6. Percepción acerca de la necesidad de tener mujeres periodistas en espacios deportivos.

Acerca de la necesidad de tener mujeres periodistas en espacios deportivos el 95% está de acuerdo con que se contrate al género femenino para estos programas, mientras que el 5% indica que no es necesario.

Tabla 7. Percepción sobre la calidad de los reportajes elaborados por mujeres.

PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE LOS REPORTAJES ELABORADOS POR MUJERES	CANTIDAD	%
Malo	4	3%
Regular	14	11%
Bueno	83	63%
Excelente	31	23%
TOTAL	132	100%

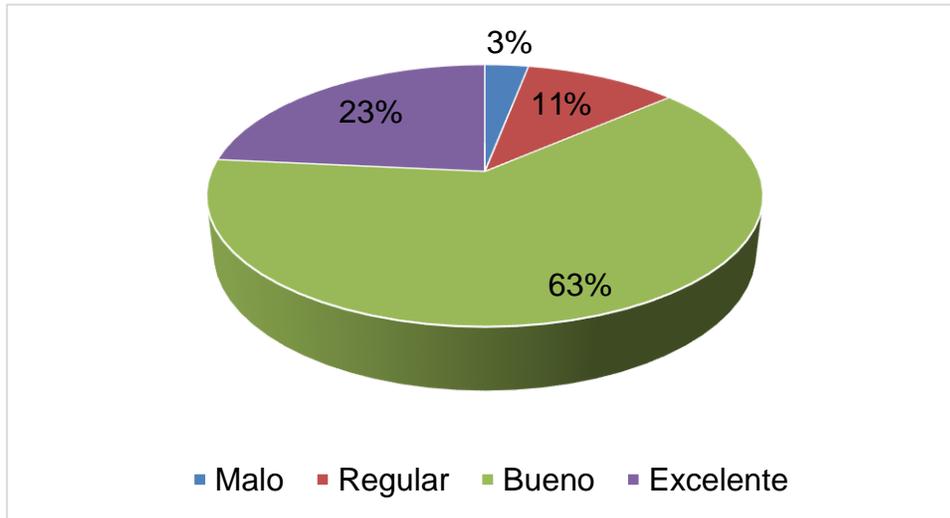


Figura 7. Percepción sobre la calidad de los reportajes elaborados por mujeres.

El 63% de la población considera que los reportajes elaborados por las mujeres periodistas en el ámbito deportivo son buenos, el 23% los califican como excelentes; el 11% como regular y en un menor porcentaje como malo.

Tabla 8. Percepción del trato hacia las mujeres.

PERCEPCIÓN DEL TRATO HACIA LAS MUJERES EN LOS ESPACIOS DEPORTIVOS	CANTIDAD	%
Es sexista	17	13%
Es denigrante	4	3%
Es normal, se las trata como al resto de reporteras	52	39%
Solo se las presenta como modelos	25	19%
Es respetuoso	34	26%
TOTAL	132	100%

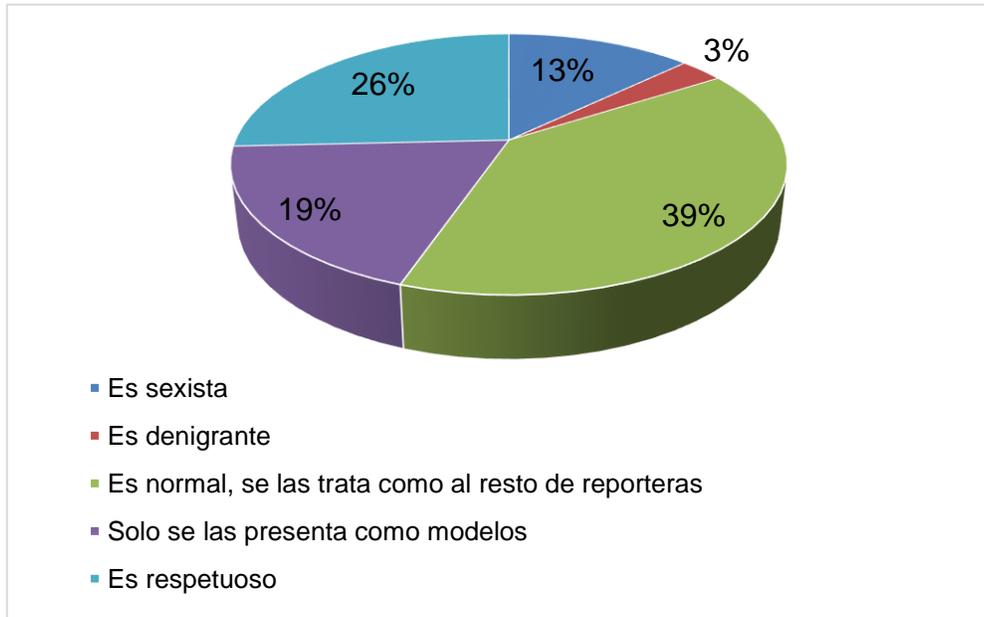


Figura 8. Percepción del trato hacia las mujeres.

El 39% considera que el trato hacia las mujeres en estos espacios deportivos es normal; el 26% indica que se nota el respeto por las opiniones; el 19% dice que las tratan sólo como modelos, el 13% que es sexista y finalmente un 3% lo cataloga como denigrante.

Tabla 9. Percepción acerca de los programas deportivos.

LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS DEBEN SER CONDUCIDOS SÓLO POR HOMBRES	CANTIDAD	%
Si	6	5%
No	126	95%
TOTAL	132	100%

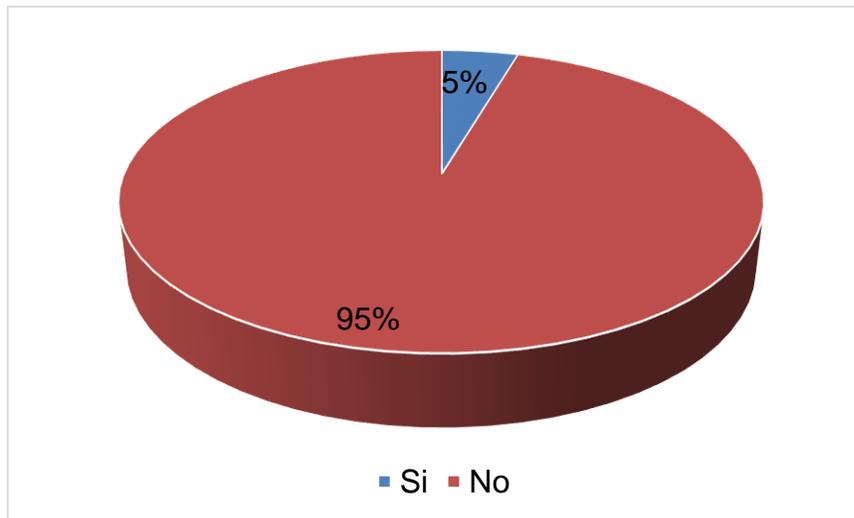


Figura 9. Percepción acerca de los programas deportivos.

Sobre los programas deportivos, la mayor parte de la población es decir el 95%, considera que no deben ser conducidos solo por hombres, mientras que el 5% restante menciona en cambio que no deben participar mujeres.

Tabla 10. Percepción acerca de las oportunidades para las mujeres.

PERCEPCIÓN ACERCA DE LA EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO DE LAS MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO	CANTIDAD	%
Si	97	73%
No	35	27%
TOTAL	132	100%

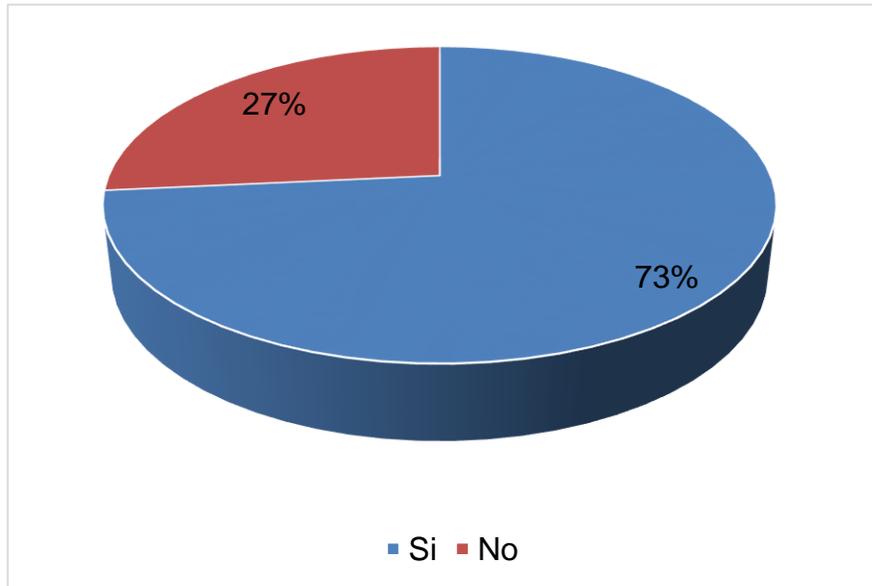


Ilustración 10. Percepción acerca de las oportunidades para las mujeres.

El 73% de los encuestados indican que existen muchas oportunidades hoy en día para las mujeres periodistas, para que se desarrollen en su carrera, etc., mientras que el 27% dicen que no se les brinda los suficientes espacios para que puedan desenvolverse.

Tabla 11. Percepción acerca de las narraciones de mujeres.

PERCEPCIÓN ACERCA DE LA ACEPTACIÓN DE NARRACIONES DEPORTIVAS POR PARTE DE MUJERES	CANTIDAD	%
Si	30	23%
No	102	77%
TOTAL	132	100%

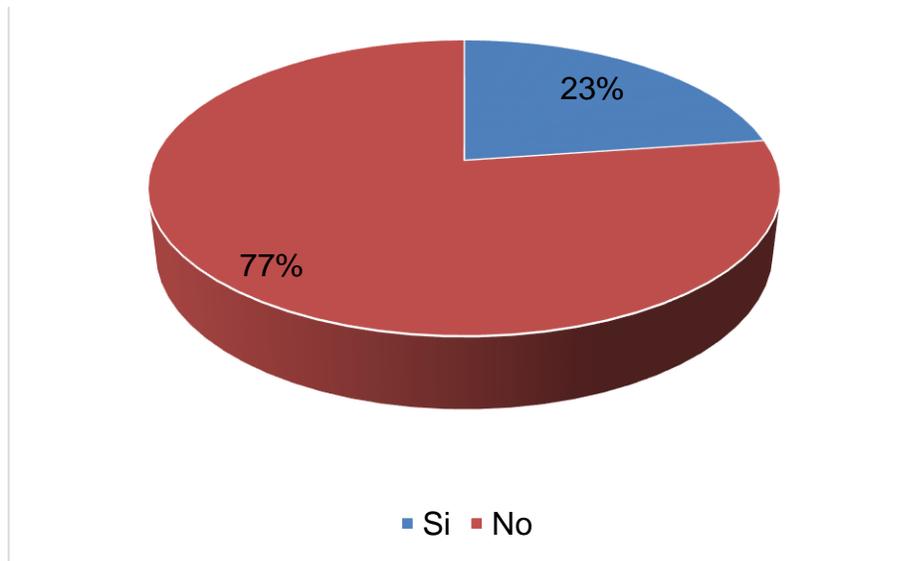


Figura 11. Percepción acerca de las narraciones de mujeres.

El 77% de las personas mencionaron que no tienen problemas en escuchar narraciones deportivas de mujeres, mientras que el 23% indicaron que sí es molesto.

Tabla 12. Percepción sobre las preferencias de programas.

PERCEPCIÓN ACERCA DE LAS PREFERENCIAS DE PROGRAMAS EN DONDE PARTICIPEN MUJERES	CANTIDAD	%
El de las mujeres	16	12%
El de los hombres	11	8%
Ver el que ofrezca mejor contenido, sin importar el sexo de los presentadores.	105	80%
TOTAL	132	100%

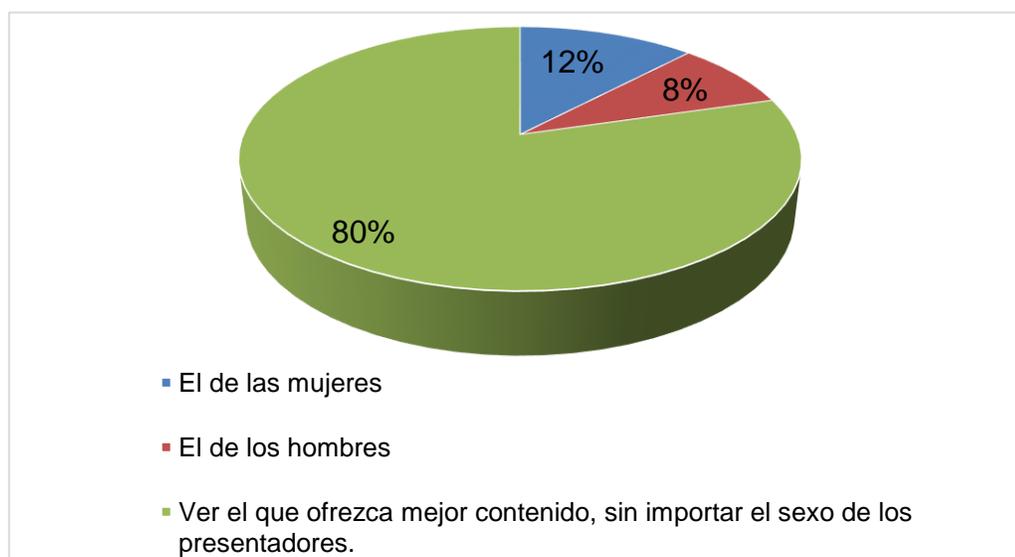


Figura 12. Percepción acerca de las narraciones de mujeres.

El 80% de los encuestados mencionaron que sin importar el sexo de los presentadores, escogerían el programa que presente mejor contenido; el 12% vería espacios conducidos por mujeres y el 8% en donde se muestren sólo hombres.

Tabla 13. Percepción acerca de la conducción de espacios deportivos por parte de mujeres.

PERCEPCIÓN ACERCA LA ACEPTACIÓN EN LA CONDUCCIÓN DE ESPACIOS DEPORTIVOS POR PARTE DE MUJERES	CANTIDAD	%
Sí	120	91%
No	12	9%
TOTAL	132	100%

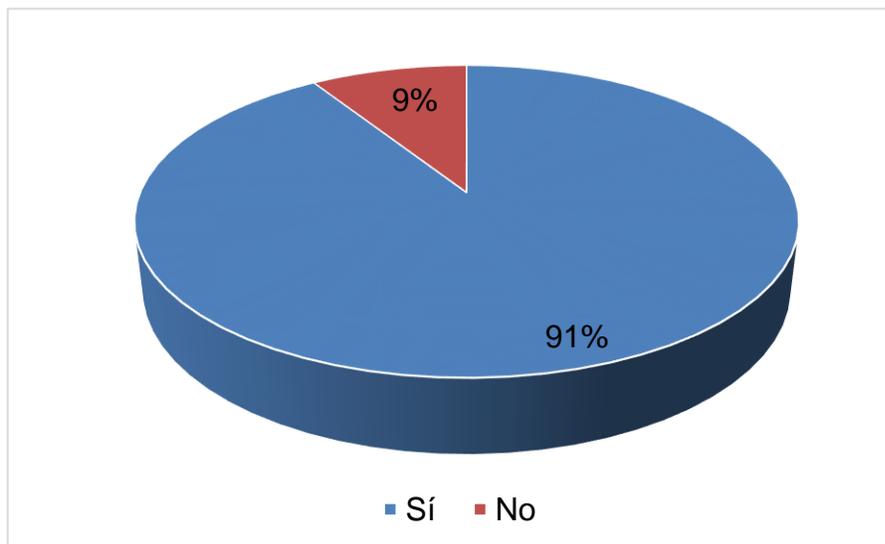


Figura 13. Percepción acerca de la conducción de espacios deportivos por parte de mujeres

El 91% de las personas que participaron en la encuesta mencionan que sí les gustaría ver como conductora principal de un espacio deportivo a mujeres, mientras que el 9% restante menciona que no le gustaría observar a una mujer que sea la principal en este tipo de espacios.

Como se puede observar en las encuestas en general realizadas a los televidentes de los programas deportivos, si bien es cierto, muchas personas

aceptan que se incluya la participación femenina en estos espacios, aún existe cierto porcentaje de personas que consideran que el periodismo deportivo debe ser solo realizado por hombres. Aunque la visión en general es positiva lo cual indica que los canales deberían tener mayor apertura para la inclusión de mujeres en estos espacios.

4.3 Resultado de las entrevistas

- **Entrevistado:** Xavier Valdez Requena
- **Cargo:** Productor de Copa (RTS)

Al entrevistar al Productor de Copa, Xavier Váldez, acerca de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo él mencionó lo siguiente: *“es bueno que hayan mujeres incursionando en el Periodismo Deportivo, pero falta que la misma mujer se lance a hacer periodismo deportivo, falta que los medios de comunicación les demos más oportunidades a la mujeres, somos un mercado muy machista ...En el deporte hay poca migración, pero porque es poco lo que ofrecen los medios de comunicación, sino tienes una linda cara o un buen cuerpo, tienes pocas opciones para resaltar en el ámbito del periodismo deportivo.”*

También al preguntarle sobre qué opinaba acerca del conocimiento que tienen las mujeres al hablar de fútbol, el Productor Valdez respondió lo siguiente: *“No, lamentablemente no, la mujer apasionada puede tener el conocimiento (de fútbol), pero tal vez no lo sabe transmitir, cuando yo empecé como comentarista había una mujer relatora, pero no le dieron mucha apertura todos los relatores hombres, y todos los comentaristas en las*

radios importantes son hombres, porque el fútbol es para hombres y hecho para hombres.”

Según el punto de vista del Productor Valdez, nos revela una opinión machista en relación a la capacidad de la mujer para hablar de fútbol, afirmando que las mujeres no están preparadas para desenvolverse en el ámbito deportivo del periodismo. Además afirma que el Fútbol es para sólo hombres, y que la mujer solo siente pasión por él al narrarlo, más no aporta con sus conocimientos en los programas.

□ **Entrevistado:** Álvaro Freire

□ **Cargo:** Productor del programa Cien por ciento futbol (Tc Televisión)

El Productor de “Cien por Ciento Futbol”, Álvaro Freire, comenta el porqué decidió incorporar una mujer en su programa deportivo y afirma lo siguiente: *“en el 2012 el canal decide de nuevo darle ese espacio a la mujer, básicamente viendo lo que nos sucedió con María José en el mundial en Sudáfrica 2010 donde hubo una buena participación y sobre todo tuvo una buena acogida, entonces el canal vio una posibilidad para desarrollar y es cuando se decide hacerlo para sumar otra audiencia, “renovar para poner nueva cara, no solamente el lado masculino o el lado técnico, sino también opiniones de una chica”.*

Además al preguntarle sobre qué opinaba sobre la incursión de la mujer periodista en programas deportivos, él contestó de esta manera: *“Sí es importante, obviamente cualquier persona sea hombre o mujer que este*

participando en periodismo debe estar preparado y en el lado femenino nosotros tenemos que estar refrescando, innovando tanto el contenido como la forma de presentar los programas, y “el tener una presencia femenina engalana o embellece el programa”.

Freire también se refirió sobre las oportunidades dentro de los programas deportivos que le dan a la mujer a diferencia del hombre y aseguró lo siguiente, *“Obviamente ya a estas alturas yo considero que debe de existir una igualdad de posibilidades para todos, tanto los hombres como las mujeres se merecen oportunidades, el canal lo cree y todos lo creemos entonces por esa razón viendo el potencial de María José, que lo ha demostrado; se la ha formado y guiado, ella es la única periodista que tiene ya dos mundiales encima, ya tiene algunas Copas Américas, Eliminatorias, Coberturas Internacionales, tanto ha sido la preparación de ella que actualmente ya trabaja como corresponsal de una cadena internacional, entonces; eso indica mucho que no sólo es una cara bonita o un cuerpo bien puesto, sino, estamos hablando de una persona que se ha preparado, no solamente ella sino los compañeros, todos los que trabajamos alrededor de ella también colaboran para que una persona pueda lucirse”.*

La opinión de Freire alude a una connotación sexista, ya que se refiere a la mujer como un objeto que solo trata de engalanar y embellecer un lugar, mas no con el fin de ser aporte en argumentos e información dentro de estos programas. También hace referencia que para que exista un mayor número de oportunidades para las mujeres en el sector del periodismo deportivo es necesario un proceso. Lo que evidencia claramente que no se la da la misma oportunidad a la mujer de desarrollarse profesionalmente en

este campo. Para la participación de los hombres no se necesita un proceso, ¿por qué para las mujeres sí?. Esto demuestra que aún los profesionales en este campo del periodismo no están preparados para asimilar que la mujer ya está en la misma capacidad que el hombre.

□ **Entrevistado:** Pedro Lozada

□ **Cargo:** Productor del programa Fútbol Uno (Canal 1)

Pedro Lozada, productor del programa Fútbol Uno, afirmó en la entrevista realizada, respecto a la incursión de la mujer periodista en los programas deportivos lo siguiente: *“Personalmente a mí me encanta que la mujer incursione en el periodismo deportivo, siempre fui de la política que la mujer debería incursionar en este medio, pero lamentablemente muchas se han aprovechado de otras maneras de ese espacio, por eso son mal vistas muchas veces, pero definitivamente aquí hay mucho talento, por ejemplo la Samba Alvarado, Majo Gavilánez, María Soledad Reyes y muchos más que se me escapan, porque realmente todas ellas saben de fútbol, saben comentar, saben analizar las posiciones de los jugadores en la cancha, de las estrategias de cómo es un periodista deportivo, no solamente es sentarse frente a una cámara y decir lo primero que se me ocurra”*.

Al momento de preguntarle el por qué no se ha incorporado una mujer en su programa deportivo, él comentó lo siguiente: *“Porque desgraciadamente la política del canal ya lo ha intentado el traer varias chicas pero algunos son machistas y dan la contra, por eso no se lo ha hecho hasta encontrar una chica que tenga química con ellos y puedan trabajar*

juntos, porque cuando hay rechazo por más que la persona sea buena jamás los mezcles porque no existirá afecto al aire”.

Mientras que, en relación al aporte de las mujeres periodistas en los programas deportivos mencionó lo siguiente: *“físicamente atrae al televidente por su rostro e inteligencia porque de cierta forma enamora a los oyentes, más que por su físico sería porque sabe de fútbol. Yo siendo productor deportivo a mí me encanta conversar con una mujer de fútbol, más que nada porque el hombre que es futbolero le encanta que la mujer sepa de deporte y de cierta forma el hombre ya se está acostumbrando. De hecho en un programa deportivo de radio aquí en Guayaquil llamado “Diblu” una mujer narró un partido en el día de la mujer, esto fue el 8 de marzo donde todas las panelistas eran mujeres, la voz comercial era una mujer y todo ese día lo hizo una mujer, me pareció algo impresionante”.*

Finalmente, en la entrevista, Lozada afirmó que en el ámbito del periodismo deportivo hay muchas mujeres queriéndose aprovechar de esa profesión, quienes no explotan sus conocimientos de la mejor manera. Por eso en su opinión son mal vistas ante sus compañeros y ciertas veces ante el público. Además concluye diciendo que no contratan mujeres en su canal, porque el ambiente laboral que se vive alrededor de ellas, es machista y además cree que sólo atraería al televidente por su rostro bonito, más no por sus conocimientos,

- **Entrevistado:** Alberto Gómez
- **Cargo:** Conductor del programa Fútbol UNO

El periodista Alberto Gómez, quien labora en el programa deportivo Fútbol Uno, asegura que la presencia de la mujer en el periodismo ha ido

creciendo en los últimos 3 años, pero que sigue siendo muy poco visual ver a una mujer incursionar en el periodismo deportivo debido a que los hombres han monopolizado que la actividad. Además que se limita a la mujer pensando que no está a la par de un hombre. *“Por ejemplo, la transmisión de un partido, con el tiempo se ha ido cambiando por medio de la tecnología el hecho de tener a la mano el teléfono, una computadora ha hecho que la mujer se vaya capacitando más. Las mujeres están muy capacitadas para formar parte de una transmisión casi que a la par de un hombre, por lo menos veo en la información de borde de campo a mujeres preparadas como que la periodista Soledad Rodríguez, que para mí es la mejor comentarista de DIRECTV, también está Fanny González comentarista en Cnt, la Samba*

Alvarado que es muy eficiente y están bien encaminadas”.

Con respecto a la preparación de las mujeres en este campo, Gómez recomienda, que: *“para que no tenga problemas de cuestionamiento o de reproche de alguna crítica, simplemente es no contaminarse. Por ejemplo no vincularse con futbolistas o dirigentes, que si bien es cierto si para el hombre periodista está prohibido, para la mujer más aún porque esto afecta su imagen, que a diferencia del hombre, la mujer debe ser más recatada y debería aislarse de este medio que está muy contaminado en el cual algunas han sacado provecho. La mujer no se debe denigrar con propuestas indecentes con tal de obtener una entrevista que a veces llegan a explotar su cuerpo, su imagen, eso no puede ser.”*

Finaliza afirmando que: *“la mujer actualmente sí tiene el mismo conocimiento en este campo, y ha evolucionado mucho tanto como el hombre. Así como el periodismo deportivo ha cambiado también, y el*

machismo va desapareciendo debido a la presencia de las mujeres que están demostrando condiciones, conocimientos y capacidades”. Y termina asegurando que “la mujer tiene más opciones en este medio, y debido a esto el hombre de cierta forma se está derrumbando. Antes se veía solo a las mujeres como bonitas, ahora se las ve por su capacidad intelectual.”

- **Entrevistado:** María Soledad Reyes
- **Cargo:** Presentadora del programa “Estadio TV”

La Periodista María Soledad Reyes, primer mujer en incursionar en el periodismo deportivo dentro del país, afirma que: *“la mujer tiene la misma capacidad que el hombre para opinar dentro de los espacios deportivos, siempre y cuando la mujer decida capacitarse y no solamente poner una cara bonita en pantalla, sino constantemente aprender de este campo, ¿con qué? con la lectura, con el estudio, con el conocimiento previo que tiene que ver con la materia de los programas, del tema en que vas hablar en sí. Si está capacitada puede superar hasta a los hombres en cualquier ámbito de la vida no solo en el periodismo deportivo”.*

Con respecto a la apertura que se le da a las mujeres en los programas deportivos, ella afirma que: *“en la actualidad en este campo, la mentalidad de los directores de los medios ha cambiado, inclusive y eso es importante porque puede existir mujeres que les guste el periodismo deportivo, mujeres que incursionen, pero si los directores de los medios no le dan la apertura a la mujer para que estén en algún espacio es muy difícil llegar a esto. Ahora los directores de los medios tienen las ganas de que*

haya más mujeres en esto por distintos motivos como el alto rating o porque realmente creen en las mujeres y sus capacidades”.

Finalmente María Soledad explica si a lo largo de su carrera ha sufrido actitudes discriminatorias por ser una periodista deportiva, y expresa lo siguiente: *“Claro que sí, siempre va a existir, nunca va a cambiar eso es una barrera muy difícil de superar, pero que cada vez es menos, aunque en ocasiones se encontrarán ciertos desadaptados y sobre todo a nivel del público que no le gusta, es machista y que le va arder que una mujer este comentando fútbol, pero no me importa, eso es parte de la vida y en cualquier carrera puede pasar.”*

4.4 Conclusiones de las entrevistas

En general, todos los entrevistados manifestaron que es importante la presencia femenina y el aporte que las periodistas deportivas puedan brindar, pero se mantiene la tendencia que indica que las mujeres tienen menos conocimientos y preparación que los hombres en este ámbito. Esto queda claramente ejemplificado en el siguiente comentario: *“la mujer sólo es apasionada por el futbol, pero que aún no lo sabe transmitir”*, indicando que aún le falta mucho por aprender y conocer, y que sobre todo aún no se encuentran preparadas para conducir un espacio deportivo.

Por otra parte, se llegó a la conclusión que son los productores de estos programas quienes no brindan la igualdad de oportunidades a las mujeres para que se desarrollen profesionalmente, ya que con comentarios sexistas como: *“la mujer debe ser más recatada y debería aislarse de este medio que*

está muy contaminado en el cual algunas han sacado provecho", nos evidencia claramente el rechazo que la mujer recibe en este medio.

Comentarios como: "las mujeres están muy capacitadas para formar parte de una transmisión casi que a la par de un hombre", nos revelan que el hombre periodista se cataloga con aires de superioridad en cuanto al conocimiento deportivo, pero no descartan que la mujer en la actualidad pueda llegar a participar en esta área.

También se comprobó que la mujer actualmente se está preparando arduamente a pesar de que en algunos canales aún no se las incorpora debido a las concepciones machistas que se generan dentro de los canales como por ejemplo esta declaración en la que se le pregunta a un periodista el por qué no tiene una compañera mujer y él responde de la siguiente manera: *"la política del canal ya ha intentado el traer varias chicas, pero algunos son machistas y dan la contra."*

Para finalizar, muchos de ellos aseguraron que el machismo sigue existiendo, pero que si las mujeres en este campo se preparan, capacitan, y logran tener el mismo nivel de conocimiento que el hombre en este ámbito, poco a poco irá desapareciendo esa ideología de que el deporte sólo es para hombres.

4.5 Resultado del grupo focal

Número de participantes: 5 hombres y 5 mujeres

10 personas que vean programas deportivos	
Género	Edad
Hombre	1 hombre de 25 años de edad. 1 hombre de 23 años de edad. 1 hombre de 24 años de edad. 1 hombre de 30 años de edad. 1 hombre de 50 años de edad.
Mujer	1 mujer de 20 años de edad. 1 mujer de 23 años de edad. 1 mujer de 26 años de edad. 1 mujer de 32 años de edad. 1 mujer de 49 años de edad.

Tabla 14: Ficha de características de integrantes del grupo focal.

Al inicio de este grupo focal, se reprodujo fragmentos de cuatro programas deportivos del país, el primer programa y único que no cuenta con la presencia de periodistas mujeres es, *“Futbol Uno”*, transmitido por canal uno y los tres restantes que si cuentan con la presencia de periodistas mujer, son *“Cien por ciento futbol”*, transmitido por Tc televisión, *“La fiesta del futbol”*, transmitido por Gama Tv, y *Estadio Tv* transmitido por Ecuavisa. Cabe recalcar que los dos primeros programas mencionados tienen el mayor rating en la pantalla televisiva ecuatoriana.

Sobre la preferencia de estos programas se pudo llegar a la conclusión que les gustaría ver en el programa *“Fútbol Uno”* a una mujer como la

periodista Marie Giselle Carreño, comunicadora muy seria, que actualmente trabaja en Directv y que es apasionada cien por ciento al deporte, pero que sería imposible, debido a que en este segmento los actuales periodistas que conforman este programa van a defender sus puestos, porque se los aprecia con actitudes machistas.

También destacaron que quisieran ver más a mujeres debatiendo, y no solamente ver a mujeres semidesnudas para vender un producto como lo hacen en el programa *“La fiesta del futbol”*. Es importante destacar que las 10 personas que estuvieron presentes en el grupo focal, mencionaron su preferencia hacia el programa *“Cien por ciento futbol”* y *“Estadio Tv”*, porque les gusta la presencia de la periodista María Soledad Reyes, presentadora de *“Estadio Tv”*, ya que tiene muchos conocimientos y experiencia en el periodismo deportivo, además de poseer un carácter fuerte lo que le permite transmitir seguridad y confianza al momento de debatir con sus compañeros panelistas. Así mismo resaltaron a la periodista María José Flores, presentadora de *“Cien por ciento futbol”*, porque demuestra que tiene capacidades para opinar y dar criterios acerca del futbol y los demás deportes.

Cuando se les consultó si preferían ver programas deportivos solo de hombres o con mujeres ellos respondieron lo siguiente *“cuando el programa sólo cuenta con la presencia de periodistas masculinos se lo aprecia más serio, pero cuando aparece la presencia femenina el ambiente cambia y se puede observar más dinámico y llamativo, la presencia de la mujer en cualquier parte siempre atraerá la mirada de cualquiera.”*

*Por otra parte, al preguntarles sobre qué opinaban en relación a que a una mujer le guste el fútbol y le atraiga el ambiente deportivo respondieron lo siguiente: “si una mujer hace algún deporte se la considera de otra cosa y no es bien vista. No sé si recuerdan las palabras del ex presidente de la (FEF) Luis Chiriboga que decía *yo con la selección de fútbol femenino no consigo un centavo de patrocinio...* La mente de la sociedad está sólo para hombres, es decir, el hombre jugando pelota, el hombre en la barra, el hombre tomando cerveza viendo el partido, etc”*

Finalmente acotaron que si bien es cierto el periodismo deportivo en las mujeres ha ido creciendo, los hombres siguen ganando en conocimiento, ya que el periodismo deportivo femenino es relativamente joven, y a su vez agregaron que *“tardará mucho tiempo dentro de la sociedad ir adaptándose a escuchar mujeres narrando un partido de futbol, porque vivimos en una sociedad machista.”* También comentaron que *“vivimos formados por una heterosexualidad masculina, todo lo que piensan las mujeres de esta sociedad lo piensan aun con reservas del que dirán y eso tiene que ir cambiando con el paso de los años. Está en los jóvenes en una edad de 20 a 30 años, de ésta generación actual cambiarlo.”*

Todas estas respuestas manifiestan que muchas cadenas televisivas buscan tener de la presencia de la mujer en los espacios deportivos para conseguir rating, pero muchas veces esto no es una buena alternativa para llamar la atención del televidente. Ciertamente los criterios machistas, y poco retrógrados hacen que las mujeres sean vistas como objetos y no como profesionales dentro de una pantalla televisiva y de todo eso se da cuenta el espectador que muchas veces no le agrada y lo ve antiético.

También se comprobó, que la audiencia no sólo quiere ver hombres en el ámbito deportivo tanto la actividad como en el ámbito comunicacional, sino que más bien les encantaría ver a más mujeres involucrarse en esta área donde aún predomina una ideología conservadora y machista.

CONCLUSIONES

- La observación de los programas reflejó que efectivamente la presencia de las mujeres es inferior a la de los hombres, que sólo cuenta con el 33% de presencia del género femenino, mientras que el 67% lo ocupa el género masculino en los programas deportivos de señal abierta que se analizaron.
- A través de las encuestas y el grupo focal se pudo comprobar que las personas están abiertas a la inclusión de las mujeres periodistas en los programas deportivos. Se obtuvo el resultado de que el 95% de la población encuestada no está de acuerdo en que los programas deportivos sean solo conducidos por hombres, y que la audiencia que consume estos eventos deportivos está abierta a que se incluya presencia femenina.
- Además se comprobó por medio de las diferentes entrevistas realizadas a los productores de los programas y a presentadores, que en el medio del periodismo deportivo la mujer es catalogada como un objeto sexual, y que son los productores de estos programas los que impiden que se incluya a más mujeres debido a concepciones machistas. Una prueba de esto es la opinión del periodista Alberto Gómez del programa “Fútbol Uno” que volvemos a citar a continuación: *“La mujer no se debe denigrar con propuestas indecentes con tal de obtener una entrevista, hay veces que llegan a explotar su cuerpo, su imagen, y eso así no puede ser.”*
- Se concluyó que el grado de participación de las mujeres en el periodismo deportivo se ve mermada debido al pensamiento machista

de los productores, sobre todo por la percepción que tienen los mismos colegas de los medios de comunicación, quienes manifiestan que si bien es importante el aporte que puedan hacer las mujeres con respecto a la actividad deportiva, no lo ven como una necesidad para el crecimiento de este ámbito periodístico y la construcción de una sociedad más justa y equitativa en coherencia con lo promulgado por la Ley de Comunicación.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los canales de televisión abierta, cumplir con la Constitución y la Ley de Comunicación en cuanto a los derechos de las mujeres relacionados a la igualdad de oportunidades, la inclusión y

el trabajo, debido a que la no contratación de mujeres para espacios deportivos constituye discriminación por parte de la cadena televisiva.

- A las mujeres periodistas que han decidido incursionar en el ámbito deportivo, que se preparen a través de cursos, investigaciones, seminarios a fin de que se encuentren lo suficientemente capacitadas para ejercer su profesión de forma responsable, poder competir y demostrar su aporte a esta área, como lo hicieron las periodistas que participaron en la cobertura de la cadena FOX Sports de los Juegos Olímpicos Rio 2016. Muchas de ellas eran ex competidoras que conocían a fondo las disciplinas que comentaban: pesas, gimnasia olímpica, Judo, etc.
- A la sociedad en general, a ser más incluyentes en cuanto a la percepción que se tiene de las mujeres, quienes cuentan tanto con la capacidad física como mental para participar en el ámbito deportivo.

BIBLIOGRAFÍA

Alcoba, A. (2001). *Enciclopedia del deporte*. Madrid, España: Lib Deportivas
Esteban Sanz.

Asamblea Nacional. (21 de Junio de 2013). *Ley orgánica de comunicación*.

Obtenido de

<http://www.presidencia.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>

Asamblea Nacional. (25 de junio de 2013). *presidencia.gob.ec*. Obtenido de

presidencia.gob.ec:

<http://www.presidencia.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>

Asamblea Nacional. (2016).

http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf. Obtenido de

http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf:

http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf

Caballero, V. M. (2011). Vladimir Monsalve Caballero. En V. M. Caballero, & V. M. Caballero (Ed.), *Temas actuales en derecho y ciencias políticas* (pág. 156). Barranquilla.

Camacho Markina, I. (2010). *La especialización en el periodismo*. Zamora, España: Sevilla - Zamora.

Carrión, F. (2006).

Carrion, F. (2006). *Con sabor a gol*. Quito.

Céspedes, A. (noviembre de 2012). *dawncoffe.com*. Obtenido de dawncoffe.com: <http://dawncoffee.com/reflexiones/rol-de-la-mujer-enla-sociedad-actual>

Céspedes, A. (24 de Noviembre de 2012). *Rol de la mujer en la sociedad*. Obtenido de <http://dawncoffee.com/reflexiones/rol-de-la-mujer-en-lasociedad-actual>

Concha Edo, B. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla, España: Sevilla - Zamora.

Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, CORDICOM. (22 de enero de 2015). *cordicom.gob.ec*. Obtenido de cordicom.gob.ec: <http://www.cordicom.gob.ec/las-mujeres-gananespacio-en-los-medios-con-profesionalismo-y-trabajo/>

CORDICOM. (2015). *Las mujeres ganan espacio en los medios con profesionalismo y trabajo*. Obtenido de <http://www.cordicom.gob.ec/las-mujeres-ganan-espacio-en-losmedios-con-profesionalismo-y-trabajo/>.

Córdova, A. K. (2011). Igualdad de género en la constitución ecuatoriana de 2008. *Revista electrónica de derechos humanos*, 2.

de Cabo, M. (2007). *Proyecto de investigación promovido y financiado por la Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid*. Madrid.

Fabbri, M. S. (19 de Noviembre de 2015). *fhumyar*. Obtenido de humyar: <http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/solefabri1.htm>

García Ferrer, G. (2012). *Investigación comercial*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL.

Gómez, G. O. (2001). *Lo Viejo y lo Nuevo: Investigar la Comunicación en el Siglo XXI*. Madrid.

Guillermo Orozco Gómez, C. C. (2001). *Lo Viejo y lo Nuevo: Investigar la Comunicación en el Siglo XXI*. Madrid.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D. F, México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. .

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, INEC. (2012). ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de ecuadorencifras.gob.ec:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Uso_Tiempo/
Presentacion_%20Principales_Resultados.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Uso_Tiempo/Presentacion_%20Principales_Resultados.pdf)

Lucas, K. (2006). *Con sabor a gol*. Quito, Ecuador: ISBN.

Marrero Rivera, O. (2011). *Fundamentos del periodismo deportivo*. San Juan, Puerto Rico: Terranova Editores.

Urbistondo, V. (1978). El machismo en la narrativa hispanoamericana.

Vázquez, B. (2002). El acceso de la mujer en el ambito deportivo.

Yuni, J., & Claudio, U. (2006). *Tecnicas Para Investigar* . Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.

ANEXOS

ENCUESTA

Sexo

Edad

1.- ¿Cuál de estos programas deportivos usted prefiere ver?

Ecuavisa

Rts

Teleamazonas

Ecuador Tv

Gama Tv

Tc Televisión

Canal Uno

Otros

2.- ¿Cree usted que la mujer puede saber tanto de deportes como el hombre?

Si

No

3.- ¿Considera Ud., que es necesaria la presencia femenina en este tipo de espacios?

a) Si tienen el mismo conocimiento.

b) No ellas saben menos.

c) No hay diferencia entre ambos sexos siempre que la persona se interese por el tema.

4.- ¿Cómo califica los reportajes elaborados por mujeres que ha visto en programas deportivos?

Malo

Regular

Bueno

Excelente

5.- ¿Qué opina sobre el trato que se les da a las mujeres en espacios deportivos?

a) Es sexista

b) Es denigrante

Es normal, se las trata como al resto de los

c)

reporteros

d) Solo se las presenta como modelos.

e) Es respetuoso

6.- ¿Considera que en este tipo de programas deberían intervenir sólo hombres?

Sí

No

7.- ¿Cree Ud., Que se le ha brindado la oportunidad a las mujeres para desarrollarse como periodistas deportivas?

Sí _____

No _____

8.- ¿Le molestaría escuchar un partido de fútbol siendo comentado o narrado por mujeres?

Sí _____

No _____

9.- Si tuviera que escoger entre ver un programa deportivo conducido por mujeres y uno solo por hombres cuál escogería?

a) El de las mujeres

b) El de los hombres

c) Ver el que ofrezca mejor contenido, sin importar el sexo de los presentadores.

10.- ¿Estaría de acuerdo que se elija como conductora principal de un espacio deportivo a una mujer?

¿Por qué?

Sí

No

ENTREVISTAS

Xavier Valdez Requena, productor de COPA:

- ❖ Por favor mencione qué opina sobre la incursión de las mujeres en el periodismo deportivo:

“Es bueno que hayan mujeres incursionando en el Periodismo Deportivo; Copa, programa de televisión de RTS tuvo una presentadora que era Periodista Deportiva, ella era Doménica Saporiti. Doménica se inició en Copa y luego la producción del canal pidió que esté en un nuevo proyecto que es Combate donde es todo un éxito. Actualmente mi asistente, mi mano derecha es mujer ella tiene una maestría en periodismo se llama Janina Quezada, ella ha hecho varios eventos conmigo: Juegos Sudamericanos de Argentina en el 2006, Juegos Panamericanos 2007 de Río de Janeiro, Juegos Olímpicos 2008, entrevistó a Jefferson Pérez cuando ganó la medalla de plata desde Beijing-China para RTS. Hoy en día mi hija Stephanie Valdez Pino, es nuestra productora de campo y periodista; es una chica que tiene 4 o 5 años con nosotros en Copa, hace periodismo, producción de campo, cámara, reportajes, etc. Yo tengo la mentalidad en lo que es parte de televisión, que todos sepan de todo: periodismo, filmación, diseño, etc. En Copa todos son profesionales, es decir tienen un título, pero algunos realizan su actividad, luego sacan su título y en muchos casos es gracias al aprendizaje, por ejemplo Stephanie está terminando sus estudios de periodismo que homologó por el tema de Comunicación. La fortaleza de la mujer en periodismo deportivo en radio es muy amplia, por ejemplo en Radio Dibu y Grupo Panorama pero también tienen limitantes, hay muchas reporteras en televisión, en campo, en cancha, cuestiones televisivas en Ecuador TV,

Ecuavisa, TC Televisión, entonces es muy importante la presencia de la mujer pero sigue siendo poca; existen algunas periodistas consolidadas en este medio como María Soledad Reyes que tuvo estudios en Argentina y así muchas como Dallyana Passailaigue, que hace deporte extremo que estuvo incluso antes que Doménica en Copa. Hace falta que la misma mujer se lance a hacer periodismo deportivo, falta que los medios de comunicación les demos más oportunidades a la mujeres, somos un mercado muy machista.

Existe ese tabú de que las mujeres no deben estar en las barras bravas, pero mi hija se mete a las barras desde el 2012 en la Boca del Pozo, Sur Oscura, en la barra de Liga de Quito, viajó por todo el país 2012, 2013, 2014; ella coge su cámara y hace sus reportajes completamente sola, en Copa tratamos de que todos sean autosuficientes. Si el día de mañana llaman y necesitan una periodista o una camarógrafa y tú dices que no sabes manejar una cámara porque te graduaste de periodista pierdes esa oportunidad de trabajar e incluso haciendo cámara aprendes a editar; si haces un curso de fotografía, diseño o si tienes una linda voz puedes poner tu propio audio, existe un amplio camino en este campo, la misma voz de la mujer es más armónica como para realizar este tipo de trabajo a diferencia de la del hombre que es más grave.

En el deporte hay poca migración pero porque es poco lo que ofrecen los medios de comunicación, sino tienes una linda cara o un buen cuerpo, tienes pocas opciones para resaltar en el ámbito del periodismo deportivo”

- ❖ ¿Por qué en estos momentos no existe una presentadora deportiva en Copa?

“Más por el tema de estructura decidimos tener solo 2 presentadores, antes teníamos 4 presentadores, estaban: Doménica, Vito, Alfaro Moreno, Andrés Paulson y todavía no estaba Wacho Sánchez. El año pasado hubo una contracción económica en todas las áreas, periodistas, productores, contabilidad, editores, diseñadores, jefes de piso, tramoyistas, guardias, camarógrafos, hemos tomado las medidas necesarias como directores para que las metas se cumplan y poder controlar el valor presupuestado para los gastos.

Nosotros éramos 17 y quedamos 9, ya Vito no estaba con nosotros, salió Andrés Paulson lamentablemente, y ahora estamos con Wacho Sánchez como director de contenido y Alfaro Moreno que fue un gran jugador de fútbol y un ídolo dentro de Barcelona que tiene más hinchada. Entonces estamos con 2 personas en un programa de 40 minutos de lunes a viernes y los domingos de una hora están tres personas donde nos acompaña 15 minutos Jean-Pierre Michelet con “Sinfonía de Motores” desde Quito; luego vienen los comerciales de 10 minutos de lunes a viernes quedando así 10 – 12 minutos de contenido dividido entre comerciales, presentación despedidas y esos servicios; teniendo 25, 26 o 27 para todo el contenido, en ese contenido hacemos los comentarios en vivo, presentamos notas, entonces con dos personas, para poder tener la presencia de Carlos y de Wacho.

Wacho genera su propio contenido saca lo de Barcelona que no se la da Carlos, la información que la obtiene él gracias a sus fuentes, para mí está entre los mejores comentaristas, debido a sus conocimientos, a su trayectoria, entonces porque no hay una mujer, pues porque no hay espacio o no hay tiempo para una mujer, para decirle okey vamos

para que presentes notas o hagas tales cosas no hay el tiempo ni el espacio para que entre una mujer en Copa.

Lo mismo pasa en otros canales como Teleamazonas donde está Alfonso Lasso en Quito y Córdova en Guayaquil, en Gama Tv está Bonafont; en Ecuavisa sí creo que tienen a una chica, y en TC hay una chica que es María José Flores que hace reportajes de campo, puedo decir que en este canal si se le da más apertura a la presencia de la mujer en este ámbito”.

- ❖ ¿Usted cree que las mujeres tienen el mismo conocimiento que los hombres al hablar de fútbol?

“No, lamentablemente no, la mujer apasionada puede tener el conocimiento pero tal vez no lo sabe transmitir, cuando yo empecé como comentarista había una mujer relatora pero no le dieron mucha apertura todos los relatores hombres, y todos los comentaristas en las radios importantes son hombres, porque el fútbol es para hombres y hecho para hombres aunque el mercado comercial, es decir, quien compra es la mujer, nuestro rating va dirigido a hombres y mujeres de más 18 años que tienen el poder de comprar y amas de casa que son las que hacen todas las compras del hogar, de ahí nuestro siguiente target son los hombres, se supone que nuestro primer target deberían ser hombres porque el fútbol es para hombres pero no, debemos hacer un programa en que el hombre se encuentra con su novia, esposa y se tenga la capacidad por el contenido mismo, sea del equipo que sea, se quede enganchado de nuestro programa y no vea otra clase de programas como Baila la noche u otros de la competencia, porque el rating te lleva a ventas y eso te lleva a mantener tu programa al aire sin importar de que clase sea. A pesar

de que el programa va dirigido a personas desde los 18 años existen jóvenes de 10-11 años que lo ven, entonces deberíamos incluir a todas las personas a las que les guste ver un programa deportivo.

Las mujeres pasan más tiempo en casa, el hombre trabaja fuera entonces el contenido de los productos que debemos vender debe ir dirigido al ama de casa que es la compra todo lo necesario para el hogar como medicinas, elementos de limpieza, etc.”.

❖ ¿Si usted pudiese contratar a una mujer para su espacio lo haría?

“En este momento no tengo el presupuesto, pero lo pensaría escogería a una chica conocida, deportista, que tenga imagen y no crearle una imagen en el programa, yo tengo una forma de pensar en Copa, las personas que están se ganan el puesto, en Copa no se les regala nada, entonces tienen que tener escuela, forjarse un nombre e ir creciendo; mi hija todavía no está preparada para estar en televisión, pero si estuviera y conociera mucho del fútbol o de deporte a lo mejor sí; necesitan prepararse no puede salir alguien por salir, pero no te asustes que en uno o dos meses haya una mujer en pantalla con su propio segmento, pero debe ser una chica deportista y no debemos olvidar de seguir la Ley de Comunicación”.

María Soledad Reyes, Presentadora Estadio Tv

❖ ¿Cómo realizó su carrera de periodista deportiva año, canal, nombre del programa?

“Inicié mi carrera de Periodista Deportiva en el año 94 en SíTV, en Canal Uno era practicante como reportera deportiva en el programa

De Campeonato, es ahí donde me inicié. Bueno, en esos momentos ellos no me quisieron tomar en cuenta para contratarme formalmente, así que de ahí pase a TC Televisión y a Cable Deportes en donde dure 20 años como periodista haciendo mi carrera en ese último canal, en Tc duré poco tiempo, estuve 2 años con Diego Arcos haciendo el noticiero deportivo en la mañana y en cable deportes si me quede en el mismo grupo por 20 años en distintos programas deportivos. Empecé como reportera y luego presentadora de noticias, luego programas de opinión y así sucesivamente arrancando en esta carrera”.

- ❖ ¿Por qué decidió incursionar en el periodismo deportivo y qué fue lo que la motivo?

“Mi papá era Dirigente Deportivo del Club El Nacional, era militar y ahora ya está en servicio pasivo, en ese tiempo éste club era manejado por los militares, mi papá en ese tiempo era miembro de la Comisión de Fútbol del Nacional y así, en aquel entonces cuando yo tenía unos 14 años me iba a Quito a pasar vacaciones con él, porque mis padres eran separados y ahí el me llevaba al Complejo de Tumbaco, empecé a meterme un poquito en este ambiente del fútbol. No sabía nada, no tenía idea, empecé a vivir tras bastidores del fútbol y le cogí el gusto y empecé a ir al estadio. A partir de ahí eso fue lo que me motivo a querer ser periodista deportiva pero más que nada por mi gusto al fútbol”.

- ❖ ¿Crees que la mujer tiene la misma capacidad que el hombre para opinar dentro de los espacios deportivos?

“Estoy convencida, totalmente que sí, siempre y cuando la mujer decida capacitarse no solamente a poner una cara bonita en pantalla o simplemente por ser mujer en un programa de radio y tener una voz femenina; sino capacitándose, ¿con qué? con la lectura, con el estudio, con el conocimiento previo que tiene que ver con la materia de los programas, del tema en que vas hablar en sí. Si tú te capacitas puedes superar hasta los hombres en cualquier ámbito de la vida no solo en el periodismo deportivo”.

- ❖ ¿Cree usted que actualmente en el Ecuador hay más apertura para las mujeres?

“En la actualidad sí en los programas, la mentalidad de los directores de los medios a cambiando inclusive y eso es importante porque puede existir mujeres que les guste, mujeres que incursionen pero si los directores de los medios no les dan la apertura a las chicas para que estén en algún espacio era muy difícil llegar a esto. Ahora los directores de los medios tienen las ganas de que haya más mujeres en esto por distintos motivos como el alto rating o porque realmente creen en las mujeres lo esencial que sí se tiene apertura”.

- ❖ ¿Cuál es tu opinión sobre los actuales periodistas que incursionan en el ámbito deportivo?

“Yo creo que la nueva generación es digital, de mucha lectura, de mucho contenido, si bien es cierto nos ha superado en el tema del contenido como tal, el conocimiento como en los distintos temas en el fútbol internacional, local o de investigación requiere del trabajo de campo, quizás en el tiempo que nosotros comenzamos en esto todos los periodistas teníamos que hacer carrera desde abajo agarrando

cable, o sea era muy difícil que un periodista comience directamente en un panel de televisión, es decir que los chicos jóvenes comenzábamos en ese tiempo como reporteros de campo, pero como practicantes al empezar y eso ayudando a los camarógrafos y agarrando cables de esa manera abrirse a un espacio. Ahora para los chicos es diferente se les da el paso directo para que se conviertan en presentadores lo cual me parece que está bien que es excelente, pero, en nuestra época nos hacían pagar un poquito de derecho de piso, pero para mí parecer es mejor porque ahí uno aprende todos los puestos y eso a la larga para la carrera es más significativo. De todos modos pienso que en la actualidad hay programas que manejan muy buenos contenidos y repito, ésta nueva generación superó a la antigua en cuanto a la preparación de lo que tiene que ver con la capacidad de lectura, por la gran cantidad de información que hay gracias al internet que no había antes esa es la diferencia”.

- ❖ ¿Has sufrido a lo largo de tu carrera comentarios que discriminen a la mujer por involucrarse en los espacios deportivos?

“Claro que sí, siempre va a existir, nunca va a cambiar eso es una barrera muy difícil de superar pero que cada vez es menos, aunque en ocasiones se encontrarán ciertos desadaptados y sobre todo a nivel del público que no le gusta, es machista y que le va arder que una mujer este comentando fútbol pero no me importa eso es parte de la vida y cualquier carrera puede pasar”.

Álvaro Freire, productor de Tc

- ❖ ¿Por qué se incorporó mujeres dentro de los espacios deportivos del canal?

“Bueno, fue una decisión que se tomó dentro del canal hace unos cuantos años atrás, recuerdo que en los ‘90 ya habían hecho programa deportivos con inclusión de mujeres no con tanto protagonismo pero ya se las incluían en los programas deportivos. Sin embargo, en el 2012 el canal decide de nuevo darle ese espacio a la mujer, básicamente viendo lo que nos sucedió con María José en el mundial en Sudáfrica 2010 donde hubo una buena participación y sobre todo tuvo una buena acogida entonces el canal vio una posibilidad para desarrollar y es cuando se decide hacerlo para sumar otra audiencia, renovar para poner nueva cara no solamente el lado masculino o el lado técnico sino también opiniones de una chica”.

- ❖ ¿Considera que la presencia femenina es importante en el periodismo deportivo?

“Sí, es importante obviamente cualquier persona sea hombre o mujer que este participando en periodismo debe estar preparado y en el lado femenino nosotros tenemos que estar refrescando, innovando tanto el contenido como la forma de presentar los programas, y el tener una presencia femenina engalana o embellece el programa”.

- ❖ ¿Ese es uno de los motivos por los cuales ustedes incorporaron a una mujer al programa?

“Obviamente ya en estas alturas yo considero que debe de existir una igualdad de posibilidades para todos, tanto los hombres como las mujeres se merecen oportunidades, el canal lo cree y todos lo creemos entonces por esa razón viendo el potencial de María José,

que lo ha demostrado; se la ha formado y guiado, ella es la única periodista que tiene ya dos mundiales encima, ya tiene algunas Copas Américas, Eliminatorias, Coberturas Internacionales, tanto ha sido la preparación de ella que actualmente ya trabaja como corresponsal de una cadena internacional, entonces; eso indica mucho que no sólo es una cara bonita o un cuerpo bien puesto, sino, estamos hablando de una persona que se ha preparado, no solamente ella sino los compañeros, todos los que trabajamos alrededor de ella también colaboran para que una persona pueda lucirse”.

- ❖ ¿Cómo califica la participación de la mujer en este ámbito?
“Bueno, todavía siguen viendo por ciertas personas trabas pero estimo que con el pasar del tiempo cada vez será mucho más común ver mujeres, ya lo hay pero todavía siguen existiendo peros o criticas aún más notorias por tratarse de una mujer, como en ocasiones hay hombres que no están preparados y dicen cualquier cosa y se lo critica pero no trasciende como se la criticaría a una mujer, entiendo que ahora es mucho más fácil pero me parece muy positivo que haya el boom de vista femenino de esa forma el deporte se abre, más que nada el fútbol; que normalmente ha estado siendo el favorito de los hombres que también se le de apertura para las mujeres y de ésta forma logras que el deporte llegue a la familia o llegue a más personas no solamente al lado masculino”.

- ❖ ¿Quizás por este motivo usted decidió incorporar a una mujer a su equipo de trabajo y no sólo tener a hombres participando dentro del programa?
“Como te digo, en el caso de María José lo que se hizo luego de la participación de ella, tuvo una destacada actuación en Sudáfrica y

decidimos aprovechar ese tema, ella se preparó mucho, nosotros la preparamos mucho, al principio ella contestaba con un poquito de temor, ella sabía que se metía a un ámbito dominado por hombres donde la crítica iba hacer demasiado fuerte, de hecho se equivocó igual los hombres nos seguimos equivocando, pero el tema es que ella sigue aprendiendo y lo ha tomado con mucha seriedad, tengo compañeros que en los viajes o en las coberturas internacionales que nos ha tocado compartir, con los otros colegas de aquí de Ecuador o del exterior cuando la ven a María José en el exterior trabajando se quedan sorprendidos y dicen no pensaba que sería tan trabajadora pero ella se ha puesto como meta superarse día a día, mejorar.

Le seguimos haciendo nuestras observaciones: esto está bien, esto está mal; entonces, al ver el desenvolvimiento de ella, ver el compromiso de ella en el trabajo, se nota que es una persona que antes de pasar al deporte estaba en otra área y era muy disciplinada, por eso decidimos apostar por ella para que haga deportes. Nos tiene contentos por su accionar y estoy seguro que muchas chicas en otras cadenas están también haciendo su trabajo, quizás nosotros tengamos más exposición por el caso de Majo por los eventos que tenemos pero no dudo que hay muchas chicas talentosas tanto en televisión, en radio, o en prensa escrita que de a poco les van a ir dando más espacio y van a lucirse”.

- ❖ Don Álvaro, ¿Usted cree que se le da la misma cabida a la mujer que al hombre en esta rama del deporte?

“Eso va a tener su proceso obviamente no todavía se está formando tal vez en unos 5 años podamos tener una presencia mucho más fuerte del lado femenino pero lo que se ha hecho hasta ahora ha sido

muy bueno, se puede ver que antes había una chica y pare de contar, ahora se ve más chicas en los canales, en las radios, reporteras es decir que esto tiene que llevar su proceso de todas maneras es importante las dos partes en caso de los medios que apuesten y confíen obviamente preparando a las mujeres así como a los hombres y así estar pendiente de ellas guiándolas siempre y obviamente que las mujeres se preocupen de prepararse, investigar más, preguntar , ver que se puede adaptar algo nuevo en Ecuador, leer bastante, analizar programas extranjeros va de lado y lado”.

- ❖ ¿Usted cree que hay cierta tendencia machista?
“Un poco pero con el pasar del tiempo eso se va bajando porque obviamente se les va a dar más apertura”.

- ❖ ¿Contrataría a otra mujer aparte de María José Flores en su equipo de trabajo?
“Por supuesto si hay la necesidad de algún momento se lo haría no habría ningún problema”.

- ❖ ¿Cuál es el perfil de los televidentes?
“El canal es más masivo, yo te diría que puede ser un target bajo nada más, en el caso de los programas nosotros somos muy futboleros, de hecho el nombre del programa lo dice 100% Fútbol entonces estamos dedicados a un target que consume fútbol obviamente esto significa que serán más hombres los que nos van a ver, pero con la presencia femenina también buscamos es captar el otro lado y sin llegar al tema que en su momento años atrás quizás en algunas mujeres les explotaban el tema físico que no viene hacer el caso acá, de hecho si

ustedes se ponen a revisar los programas a Majo ya la tenemos detrás del escritorio”.

- ❖ Claro si lo hemos podido observar en varias semanas.

“Ya no está totalmente expuesta justamente para que se vea que ella es una persona más del equipo y que aparte se valore lo que ofrece como contenido a los televidentes”.

- ❖ ¿Tiene alguna edad a la que Uds. se dirigen?

“Bueno, te puedo decir 35 - 40 o 45 años o sea el fútbol nos permite captar todas las edades, manejando cierto contenido o lenguaje para que sea digerido para la mayor cantidad de personas, algo muy simple, no poniéndonos con tecnicismo o cosas así porque no entenderían todos los que se quiere decir”.

- ❖ ¿Hombre y Mujeres o sólo hombres Don Álvaro?

“Como te digo, en la parte deportiva normalmente los hombres son los que van a captar más la atención de nosotros, pero obviamente también hay otros target que están ahí metidos pero primordialmente son los hombres”.

- ❖ ¿Su público consumidor la mayoría son hombres?

“La mayoría”

- ❖ ¿Pero también se dirigen a mujeres?

“Como todos”.

Pedro Lozada, Productor del programa Fútbol Uno.

❖ ¿Cómo ha incursionado la mujer en los programas deportivos?

“De hecho, en el ‘98 – ‘99 yo trabajé en Cable Deportes y la primera mujer que incursionó en el Periodismo Deportivo fue María Soledad Reyes, ella estudió en la Universidad de Fernando Niembro de Fox Sports, ícono del periodismo deportivo, teniendo él una universidad allá, María Soledad fue la primera graduada, pero antes de ella, Vito Muñoz tenía dos chicas que no hacían periodismo deportivo, ellas sólo presentaban notas, es decir no hacían periodismo deportivo. No sólo por decir, hoy entrevistamos a Guillermo Almada entrenador de Barcelona ya sería una presentación eso se llamaría hacer un comentario. Se podría decir que la primera periodista deportiva fue María Soledad Reyes con todas sus bases ella leía fútbol, hablaba de fútbol, sabía de estadísticas, era una mujer completa.

Personalmente a mí me encantaba que la mujer incursione en el periodismo deportivo, siempre fui de la política que la mujer debería incursionar en este medio pero lamentablemente muchas se han aprovechado de otras maneras de ese espacio, por eso son mal vistas muchas veces, pero definitivamente aquí hay mucho talento ejemplo la Samba Alvarado, Majo Gavilánez, María Soledad Reyes y muchos más que se me escapan, porque realmente todas ellas saben de fútbol, saben comentar, saben analizar las posiciones de los jugadores en la cancha, de las estrategias de cómo es un periodista deportivo, no solamente es sentarse frente a una cámara y decir lo primero que se me ocurra”.

❖ ¿Por qué no se ha incorporado una mujer en un programa deportivo?

“Porque desgraciadamente la política del canal ya lo ha intentado el traer varias chicas pero algunos son machistas y dan la contra, por eso no se lo ha hecho hasta encontrar una chica que tenga química con ellos y puedan trabajar juntos, porque cuando hay rechazo por más que la persona sea buena jamás los mezcles porque no existirá afecto al aire”.

- ❖ ¿Consideras que las mujeres periodistas dan un buen aporte a un programa deportivo?

“Sí totalmente, físicamente atrae al televidente por su rostro e inteligencia porque de cierta forma enamora a los oyentes más que por su físico sería porque sabe de fútbol. Yo siendo productor deportivo a mí me encanta conversar con una mujer de fútbol, más que nada porque el hombre que es futbolero le encanta que la mujer sepa de deporte y de cierta forma el hombre ya se está acostumbrando. De hecho aquí en Diblu hay una chica que narró un partido en el día de la mujer, esto fue el 8 de marzo donde las comentaristas eran mujeres, la voz comercial era una mujer todo ese día lo hizo una mujer”.

- ❖ ¿Cómo calificar la presencia de la mujer en los programas deportivos que hay actualmente, cuál es la diferencia entre un programa que tiene mujeres y que no las tiene?

“Este programa no tiene mujeres pero tiene buen rating y hay programas que tienen mujeres y se mantienen abajo de nosotros eso significa que no porque tienen a una mujer el rating va a subir. En cuanto al manejo del contenido deportivo, no sé si tienen el mismo conocimiento, pero si tienen un porcentaje intelectual deportivo para

salir adelante y que la gente sepa que ellas si están preparadas. Si me pides un porcentaje sería el 70% hombres y el 30% mujeres o sea que el hombre sabe más de fútbol que la mujer, pero yo te estoy poniendo en el aspecto general y global, las mujeres están más inmiscuidas y ese 30% de porcentaje está subiendo”.

- ❖ ¿Si tuviera el canal presupuesto contrataría a periodistas deportivas?
“El director del Canal no lo hace, porque no hay mucho presupuesto y se ha recortado personal, en lo particular yo sí contrataría por el simple hecho de que a mí toda la vida me ha encantado la imagen de una mujer haciendo comentario deportivo. Antes de que esté María Soledad Reyes yo estaba en la televisión 9 años, entonces no existía esta figura y yo escuchaba radio, veía televisión pero no había una mujer que se diga qué hizo esto y lo otro hasta el día que se dio”.

- ❖ ¿Cuáles son las características que debe de tener una mujer para que esté en tu grupo de profesionales?
“Debe de ser compatible con sus compañeros, es lo principal; sino no me sirve que sepa lo que se está haciendo, también que sea imparcial en el sentido de qué si es hincha de algún equipo se mantenga con sus comentarios objetivos. Hay comentaristas deportivos que aunque son hinchas de algún equipo en especial, se mantienen imparciales en sus comentarios.
Hay un club ecuatoriano que está haciendo noticia internacionalmente y otro que está peleando por la final del campeonato nacional para clasificar. ¿A quién cree usted qué le hemos dado más peso?, Obviamente a Barcelona, porque es un club que abarca mucha hinchada aunque no dejemos a un lado al Independiente del Valle, no

podemos dejar de lado el rating del programa, sólo porque el Independiente del Valle está en la final, pero este equipo está por encima hasta de Emelec. Si pierde Barcelona eso significa que se tendría bastante contenido para el programa”.

- ❖ ¿Cuál es el perfil de televidentes que se maneja en este programa?
“Entre 18 a 60 años mujeres y hombres”.

Alberto Gómez, conductor Fútbol Uno

- ❖ ¿Qué puede decir usted acerca de la presencia de la mujer en el periodismo deportivo?

“La presencia de ustedes en el periodismo ha sido muy fuerte por el volumen, y por la presencia en los últimos 3 años que es un poco más antes, pero era muy poco visual ver a una mujer incursionar en el periodismo deportivo, la pionera es la señora llamada María Soledad Reyes, es la que hizo la combinación deportiva de televisión, radio y no sé si algún medio escrito.

Me parece importante si va la presencia de la mujer porque nosotros los hombres habíamos monopolizado que la actividad era solo de varones. Es más, estábamos limitando a la mujer pensando que no está a la par de un hombre. Ej.: una transmisión de un partido. Con el tiempo se ha ido cambiando por medio de la tecnología el hecho de tener a la mano el teléfono, una computadora ha hecho que la mujer se vaya capacitando más. Yo veo mujeres que están muy capacitadas para formar parte de una transmisión casi que a la par de un hombre. Por lo menos yo veo en la información de borde de campo una chica que se llama Soledad Rodríguez de Quito para mí es la mejor

comentarista de DIRECTV, también está Fanny González comentarista en Cnt, la Samba Alvarado que es muy eficiente y están bien encaminadas”.

- ❖ ¿Qué crees que le falta a las mujeres para que sigan incursionando en este ámbito?

“Para que no tenga problemas de cuestionamiento o de reproche de alguna crítica, simplemente es no contaminarse. Si algo que debo de comentar con la presencia femenina es que algunas se vinculan con futbolistas o dirigentes, para el periodista está prohibido y para la mujer más aún porque esto afecta su imagen. A diferencia del hombre, la mujer debe ser más recatada y debería ella aislarse de este medio que está muy contaminado en el cual algunas han sacado provecho. La mujer no se debe denigrar con propuestas indecentes con tal de obtener una entrevista que a veces llegan a explotar su cuerpo, su imagen, eso no puede ser. Para mí esto que se debería de llamar moralidad de procedimiento pero aplaudo a las damas que realizan su labor deportiva con mucha altura”.

- ❖ ¿Considera que tanto el hombre como la mujer tienen el mismo conocimiento en este campo?

“Antes no, ahora sí yo creo que han evolucionado mucho, no es que los hombres se hayan quedado atrás, sino que tenemos que estar capacitándonos mucho más para estar permanentemente con conocimientos de técnicas para acceder a la información, en la informática que es fundamental.

Pero la mujer es atrevida periodísticamente, profesionalmente hablando y antes no había esa osadía ej.: ¡la mujer podía decir eso es

de hombres ... pero yo también puedo transmitir como lo hace un hombre, por ese lado la mujer ha ganado mucho terreno en ese ámbito”.

- ❖ ¿Usted cree que la mujer se le da la misma apertura que se le da a un hombre para entrar en este medio?

“La mujer tiene más opciones y el hombre de cierta forma se está derrumbando, antes veía solo a las mujeres como bonitas, ahora se las ve por su capacidad intelectual y se podría decir es bonita pero también tiene capacidad intelectual, en Fútbol UNO no hay comentaristas deportivas, ni reporteras”.

- ❖ ¿Si fuera de contratar a una mujer cuál sería su reacción?

- ❖ “La apoyaría al máximo pero sí quisiera tener una compañera que sea honesta en procedimientos”.

- ❖ ¿Usted cree que esta profesión es machista?

“Al principio sí, últimamente ya no porque en el periodismo deportivo ya no existe el machismo, eso ya cambió, por la presencia de las mujeres que tienen condiciones, conocimientos y capacidades”.

- Captura de Pantalla del audio de respuestas de la periodista Maria Soledad Reyes



Polette Jimenez y Alvaro Freire



Polette Jimenez, Pedro Lozada y Cinthya Zambrano



Polette Jimenez, Alberto Gomez y Cinthya Zambrano

GRUPO FOCAL

Los moderadores de este grupo focal son Cinthya Zambrano y Polette Jimenez. Se procederá a presentar al grupo de personas que se han seleccionado para este evento:

- Jorge Tapia
- Isa García
- Jairo Rosseau
- Cristopher Guerrero
- Francisco Lozada
- Nadia Romero
- Kenya Chamba
- María Esther González
- Andrés Silva
- Samantha Intriago

Para el grupo focal se ha decidido mostrar un grupo de videos seleccionados con el objetivo de observar las diversas facetas de las mujeres en los programas deportivos que se venden en los canales de señal abierta para ello se relata el contenido de cada uno de ellos:

❖ Video N° 1: *“Bueno ahora les voy a pasar el video de Fútbol Uno que es el de mayor rating tiene en todos los programas deportivos, y que el productor nos dijo que no contratan a ninguna mujer por falta de presupuesto”*.

Fútbol Uno - Canal Uno

Carlos Víctor Morales: ¿Eso ha generado este retraso en definir contrataciones?

Antonio Noboa: Sí, complica mucho porque todos están en fiestas y en ciudades distintas, entonces todo se hace un enredo, pero nosotros esperamos que esto ya vuelva a la normalidad y en las próximas semanas poder ya hablar en concreto con algunos jugadores y algunos empresarios.

Carlos Víctor Morales: Oiga presidente usted ha sido muy esquivo, y somos súper respetuosos de eso y no da nombres, ya se ríe porque ya sabe lo que le voy a preguntar ¿tiene confirmado a Damián Díaz, lo de Nicolás Olmedo está confirmado y firmado?

Antonio Noboa: Confirmado.

Alberto Gómez León: Van dos.

Carlos Víctor Morales: ese 5, no quiero ir en orden.

Alberto Gómez León: ah ya.

Carlos Víctor Morales: ese 5 Antonio ¿qué le llevó a decidirse por él?

Antonio Noboa: mmm.... varias cosas, pensamos que teníamos que fortalecernos un poquito más.

❖ Video N° 2 Presentación de Gineth Moreno en el programa “La Fiesta del fútbol”:

Al presentar a la nueva animadora comenzaron a dar características de ella, diciendo que es muy divertida, que le gusta estar pasándola 100% activa, considerada como la “Reina del camal”, entre aplausos y baile sale Gineth Moreno diciendo *“llegue chicos, llegue, llegue”*.

La reciben a Gineth Moreno los otros animadores, dándole un abrazo y un beso en la mejilla y diciéndole “bienvenida”, ella dice “¡Gracias chicos, gracias!

A mi hermosa familia de Gamatv, a la hermosa familia de la Fiesta del fútbol que confiaron en mí, y que sabían que aquí hacía falta una animadora así que llegue” (todos dan aplausos y le siguen dando la bienvenida), luego todos se ponen a bailar con ella.

Moderador: *“Quiero que opinen sobre, es decir, que piensan ustedes qué les falta a este programa y si creen que le falta la presencia de la mujer”.*

Chico 1: Claro que hace falta la presencia de una mujer, esto da a entender que la mujer tiene falta de interés o que la mujer ecuatoriana es farandulera y que no están empapadas del tema prácticamente, pero yo creo que en la actualidad muchas mujeres si se interesan por el deporte, se interesan por tener más conocimiento y si se podría decir que está a la par de los hombres, yo pienso que tienen toda la capacidad para estar allí, solamente que les falta más apertura que se le brinde la mujer en este espacio.

Chica 1: Bueno yo les pregunto a mis compañeros que están aquí, ¿ustedes Cuando ven este tipo de programas y ven a su mismo género, se quedan

viendo o lo pasan? Les llama la atención ver el programa, por ejemplo Estadio Tv, si se genera alguna información que estoy buscando cambio hasta encontrar pero después como que uno se conecta rápidamente y se puede decir qué saben del tema en cuanto a eso soy equilibrada. Igual yo creo que es más por lo que hay en el contenido, que el estar viendo si hay una mujer o si hay puros hombres.

Chico 2: Hola me llamo Francisco González tengo 40 años y yo creo que este programa marginaría a la mujer porque las dos personas que están ahí saben demasiado de fútbol, no la dejarían hablar, ni comunicar, la marginarían totalmente porque los dos personajes son deportistas, estos periodistas se compaginaron y captaron un alto rating en Canal Uno cuando estuvieron, porque la mayoría de gente veía ese programa, pero yo creo que estando estos personajes marginarían a la mujer, no como Estadio TV que ahí si la dejan hablar no la conozco muy bien, no sé si sabe de fútbol pero le falta bastante, sólo habla de fútbol nacional pero no habla del internacional y un programa como ese también tendría que dedicarse a lo internacional y no sólo de fútbol también tiene que hablar de otros deportes, de las Olimpiadas de Atletismo por ejemplo.

Chica 2: Bueno yo creo que aquí el tema más es del programa, por la falta de experiencia de las mujeres que están en el medio deportivo porque no quedaría poner a una persona que recién está empezando al lado de una que tiene más de 20 años de trayectoria, pero eso no pasa por el lado deportivo sino por la innovación del programa, cuando ponen a alguien nuevo y explosivo eso se nota en televisión y eso se va ganando con los años con la confianza que tengas.

Chica 3: Yo creo que el programa está en una zona de confort es decir realmente ellos se ponen a analizar que si les va bien el programa no tienen que estar a la par que la competencia, por lo que se sigue en la zona de confort de tener buena audiencia, no les importa que sean hombres porque de todas maneras les va bien o sea eso ya es decisión del productor, porque trayectoria tienen los comentaristas o presentadores Sería una decisión de ellos pero ya para arriesgarse.

Moderador: *“¿Voy a hacer una pregunta quien ve más programas deportivos hombres o mujeres?”*

Chica 4: Ambos géneros de 18 a 60 años, porque son amas de casa y las amas de casa generalmente pasan en su hogar y de igual manera así tú no quieras escuchar, yo no siento que una mujer ecuatoriana se siente haber un

programa deportivo, no es que se sienten a ver o sea escuchan las noticias pero no la analizan, por ejemplo a mi mamá no le gusta el fútbol pero sabe lo que mi papá escucha: cosas sobre Emelec, Barcelona, algo sobre la selección, etc. En los matrimonios, cuando tu esposo ve algo por ende tú también vas a engancharte junto a él para ver el partido, de cierta forma es verdad lo que dice Jorge yo como mujer sé que a las 11 dan Estadio Tv y digo quiero ver Estadio.

Chica 5: En el caso de mi papá no le gusta, en cambio mi mamá coge y se sienta a ver el programa, la verdad a mi mamá siempre le ha gustado el fútbol en un principio pensaba que era por competencia de mi papá, bueno mi hermana se casó con un futbolista y entonces mi mamá empezó prestar atención con que equipo juega, como va él, interesarse en el tema y ahora así él juegue o no juegue, ella se ha empapado entonces estando en casa te comienza a buscar canales de fútbol, empieza a ver cuándo hay una conversación y están hablando de algún tema ella se desarrolla muy bien hasta hace comentarios de Facebook en cuanto al fútbol entonces quiere decir que a las mujeres también les llama la atención.

Chico 3: A mi mamá y a mi papá les gustaba ver eso porque mi papá llegaba y mi mamá se ponía a ver la chispa que tenía y tiene o proyectaba en ese programa Marie Giselle Carrillo era fenomenal.

Chico 4: Ese programa era más de entretenimiento no habían muchas cosas deportivas.

Chico 3: Por ejemplo, ella daba los detalles que te enganchaban, además que lo mezclaban bastante con el entretenimiento, era un periodismo más de entretenimiento es decir 50/50.

Cinthy: Porque la mayoría de los canales de fútbol son 50/50 como Fox Sport.

Chico 1; mucha polémica hacen los de Fox.

Cinthy; más se dedican a la polémica que estar hablando de fútbol

Chico 3: Quien les puede echar la culpa si es lo que lleva el pan a la mesa

Chico 1: Es un problema que hay pero, se debería de tomar iniciativa, no podemos estar pensando que 20 años más seguirá lo mismo y no se le va a dar apertura.

Chico 3: en Fútbol Uno a mí me encantaría ver a alguien como Marie Giselle ahí pero es cierto que ellos no la van a dejar ahí, ellos van a defender sus puestos porque los presentadores son machistas. No sé si hicieron una encuesta en algunas edades de que preferirían los televidentes ver a hombres o mujeres en los programas deportivos. Entonces se podría decir que un hombre ve el programa donde esta una periodista mujer porque te atrae y no por la información.

Moderador: *“En la encuesta que se realizó en la ciudad de Guayaquil que fueron a 132 personas, la encuesta dio que a la mayoría de las personas les gustaría escuchar un partido narrado por una mujer porque sería interesante y solo 6 que decían que no deberían pronunciarse”.*

Chica 1: Un ejemplo esta mi tía que ella solo veía el programa deportivo sólo porque estaba Andrés Guschmer, sólo por verlo. Lo que nos damos cuenta que la gente quiere un cambio y que está abierta a nuevas ideas. No como la Fiesta del Fútbol que más venden cuerpos que pasan con vestidos chiquitos, que le enfocan de abajo hacia arriba pero no hay diálogo de deporte.

Moderador: *“Visualicemos ahorita un programa de Carlos Víctor Morales, Vito Muñoz, Andrés Guschmer vs María José Flores, María Soledad Reyes, la*

Samba Alvarado, ¿se imaginan el impacto que sería eso? como una guerra de los sexos en el deporte 3 vs 3.

Chico 1: Pero viéndolo de un punto de vista los hombres ganarían en conocimiento, ya que el periodismo deportivo femenino es relativamente joven, somos una sociedad tan machista, ejemplo en los programas mañaneros ¿por qué no criticamos que un hombre este ahí? Es decir, somos tan machistas sólo en el fútbol, pero bueno no se en otros tipos de programas que no puedan ver a una mujer ahí, les voy a compartir algo cuando me fui a una rueda de prensa cuando la selección había clasificado al mundial de Suiza, Vanessa Arauz compartió delante de todos que aquí el periodismo deportivo femenino no es muy bien visto por el simple hecho que no hay difusión, si hubiera difusión coberturas estarían compartiendo juego de fútbol, baloncesto, le dieran el mismo espacio a los periodistas deportivos, ya la audiencia acepta que las mujeres están involucradas con el periodismo deportivo y de poco a poco ven que las mujeres practican, y dicen: ve la mujer también puede hacer este tipo de deporte y así poco a poco se va involucrando a la mujer en el periodismo deportivo, no sé si esa sería una resolución de armar una difusión del deporte que practican las mujeres.

Chico 2: A las primeras mujeres se las catalogó como carteletianos, si una mujer hace algún deporte se la considera de otra cosa y no es bien vista. No sé si recuerdan las palabras del ex presidente de la FEF Chiriboga decía: “yo con la selección de fútbol femenino no consigo 1 centavo de patrocinio”. Para la selección de las mujeres, quiero que también analicemos eso ganaban 80 dólares por día si le llama la selección de fútbol también les puede llamar la atención que unas mujeres jueguen, pero la mente de la sociedad está sólo para hombres, es decir, el hombre jugando pelota, el hombre en la barra, el hombre tomando cerveza viendo el partido, etc., no se ha visto esa camaradería de las mujeres con hombres, ahora, se da obviamente, salimos de los trabajos, vamos pero no se ve eso si vamos a poner un partido donde estén jugando las mujeres porque dirían pero que vamos a ver ahí las palabras que se usa normalmente en la jerga es decir no vas a ver un buen fútbol sino otro tipo de cosas .

Chico 4: Cuando Ud. dijo de Chiriboga y la selección clasificó a la Sudamericana y después entró al mundial, Chiriboga se quedó callado y felicitó a las chicas, claro pero porque no hemos seguido viendo algo así, en el campeonato nacional esta Rocafuerte, Universidad Católica, son equipos que juegan de hombres en la serie A y hay mujeres que juegan, incluso está una chica que juega en Rocafuerte y en Universidad Católica, ¿recuerdan?

Madelyne juega en Rocafuerte pero no se le da la misma apertura, es un campeonato nacional pero de un equipo femenino, digamos que hay que cambiar de productores un amigo que es español dijo algo sobre Sociedad Latinoamericana que todo esto es formado por una heterosexualidad masculina, todo lo que piensan las mujeres de esta sociedad ecuatoriana lo piensan en un punto de vista heterosexual masculino como que no hay cabida para otra cosa y siempre es cuando vemos a una mujer deportista como que sigue sonando como que es algo mal visto es por eso que nuestra opinión heterosexual masculino que no da apertura a una nueva clase y por eso se nos hace raro ver a una mujer que practique fútbol, nos parece raro ver que una mujer comente en un programa y creo que deberíamos irnos quitando eso, cada uno lo debería estar haciendo. Si no lo hacemos nosotros que somos jóvenes en una edad de 20 a 30 años, en ésta generación actual ¿entonces quién lo va hacer? ¿Qué le vamos a enseñar a nuestras nuevas generaciones?, vamos a seguir una cadena nueva que nunca se va a terminar y esto sólo es en deporte porque podríamos seguir hablando de muchas cosas amplias que crean este tipo de inconvenientes en la vida en general.

Chica 4: Yo creo que de aquí nadie se considera machista, de los que estamos aquí presentes, pero es verdad lo que él dijo que a todos nos pasa

que debemos dar cierta participación pero a veces es el miedo de que el otro te critique, no, en realidad no, pero por decirte mis amigos me dicen porque estás viendo eso, es como que tu amigo te invite a tomar cerveza y tú no tomes pero estas rodeado de muchos hombres y que te digan algo así porque no tomas que eres niña.

Moderador: *“Bueno ahora vamos a ver el Programa Cien por Ciento Fútbol y quiero que lo comparen con Fútbol Uno y que me digan cual es la diferencia porque el uno tiene mujer y el otro no”.*

Chico 4: Aquí hay una diferencia que noté, aquí en Fútbol Uno ese programa se ve serio como decir más informativo en cambio en 100% Fútbol los contenidos son informativos y trata de tener entrenamiento y lamentablemente ahí es donde aparecen las mujeres o sea como me fusionan estos dos la información y el entretenimiento y no se la ve tan utilizada a la mujer, tal vez porque es informativo y de entretenimiento en el otro en cambio es informativo es más serio en cambio en el otro hay más apertura de hacer otras cosas.

Chica 2: Para mi parecer ella es igual a todas porque mira el tamaño del presupuesto de pagarle a cada uno de ellos es un platal y ella también tiene que estar ganando bien y cualquier canal quisiera llevarse a María José

Flores por tener ese poder de que ella mismo se haya ganado ese espacio para mí es muy resaltable es detalle.

Moderador: “El productor de Canal Uno mencionó que si él tuviera el presupuesto contrataría María Soledad Reyes y a la Samba Alvarado y le preguntamos porque a María José Flores no, nos dijo porque *“María José es Barcelona solamente es Barcelona y eso implica el rating de Cien por Ciento Fútbol ya que también tienen a Vito que es Barcelona decir que los panelistas del programa son barcelonistas hay que reconocer que Barcelona es un 60% de todo el Ecuador entonces la gente la ve porque siempre va hablar bien de Barcelona”*.

Chico 3: María José comenzó de reportera ahora que ya la veo que está sentada en un panel se le ve profesionalismo, para mí es muy agradable verla ahí, antes de que exista el programa 100% Fútbol estaba Diego Arcos, bueno también estaba María José Flores pero le dijeron gracias a este chico Macías de Tc paso a Canal Uno, ¿por qué en ese entonces, si tenían presupuesto no contrataron a una mujer?, en Canal Uno estaba el bigotón con Carlos Víctor Morales entonces ahí lo cogieron porque sabía de fútbol pero no duro mucho ya que Canal Uno hace bastante recorte de presupuesto para los programas, aparte si tú me pones a decir el presupuesto que tiene

TC y el presupuesto que tienen Canal Uno, yo voy a tener a Tc Televisión para pagarle a quien me dé la gana para que venga aquí, ejemplo Majo Flores se ha sabido ganar el puesto con su trayectoria haciendo entrevistas, en las canchas, buscando notas, ella se ganó el puesto en panel pero de ahí en presupuestos influye bastante Canal Uno bueno también la mentalidad se puede decir que no contratan mujeres por falta de presupuesto porque supuestamente tienen mayor conocimiento y además cobran más, es decir que los hombres son machistas y no la dejarían trabajar porque no les gustaría tener a una mujer sentada a lado de ellos comentando.

Moderador: *“Le preguntamos Alberto Gómez y nos dijo que el fútbol no es para mujeres, Canal Uno no se sale de la zona de confort, más que nada no están innovando, solo dirán “es que no tenemos presupuesto” así funcionan y así les ha funcionado y creen que así les funcionará, Ecuavisa siempre se arriesga a cosas nuevas.*

¿Qué tal es el rating de Copa?, está en cuarto lugar, yo pregunto una cosa, ¿por qué Carlos Víctor Morales trabaja con 100% con Carlos Luís? ¿Por qué no lo pudo hacer con Canal Uno? tenía que haberle dado una buena referencia al productor, tanto decide que Carlos Víctor Morales tiene experiencia y no la pone en el centro, el centro como que es el líder del panel

el productor tanto que lo maneja que lo pone como otro más, en 100% fútbol Diego Arcos está en el centro porque es la imagen deportiva de Tc.

¿Chicos quiero que me den su percepción acerca del conocimiento de 3 periodistas que han escuchado cómo se desenvuelven en el deporte?”

Chico 4: Para mí la que más me gusta es María Soledad Reyes sabe demasiado, tiene un carácter fuerte, eso le da seguridad y transmite confianza al momento de decir las cosas yo por eso miro Estadio Tv, María José Flores sabe de fútbol, tiene conocimientos sí sabe, se ha ganado el respeto, de María José Gavilánez yo tuve la oportunidad de trabajar con ella en Gama Tv, ella decía *“a mí no me gusta eso que quieran poner a mujeres a enseñar todo, a mí me gustaría que tenga más acogida y que pueda debatir con algunos hombres, pero tú sabes cómo son los productores y los medios televisivos que solo quieren ganar plata y más plata nada más y por eso ponen a la imagen Gama Tv te ponen a las bailarinas, a los de salsa choke, pero sin conocimiento no apuestan por ti”*.

Moderador: *“¿Cómo varones les molesta que traten a la mujer como un objeto sexual o quisieran verla más allá debatiendo?”*

Chica 2: Yo particularmente si quisiera ver a una mujer debatiendo, no solamente ver a mujeres hablando semidesnudas para vender un producto. Las que se me vienen a la mente es María Teresa, María José, Marie Giselle, Gabriela Pazmiño Yépez, ella tuvo su espacio deportivo pero luego se dedicó a la farándula en Vamos con Todo, se casó con Diego Alarcón por pertenecer al medio. María José Flores y la Samba Alvarado consiguen entrevista tal vez porque tienen más anexos ejemplo Majo se lleva con toda la plantilla de Barcelona y la Samba Alvarado por amistades con jugadores.



Integrantes del Grupo Focal

- Jorge Tapia
- Isa García
- Jairo Rosseau
- Cristopher Guerrero
- Francisco Lozada
- Nadia Romero
- Kenya Chamba

- María Esther González
- Andrés Silva
- Samantha Intriago



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Elvia Polette Jiménez Gavilánez**, con C.C: # **0926133190** autor/a del trabajo de titulación: **Análisis de la presencia de la mujer periodista en los programas deportivos televisivos de señal abierta en el Ecuador** previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación y Periodismo** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **14 días** del mes de **Septiembre** del año **2016**

f. _____

Nombre: **Jiménez Gavilánez, Elvia Polette**

C.C: **0926133190**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Cintha Denisse, Zambrano Vera**, con C.C: # **0925596751** autor/a del trabajo de titulación: **Análisis de la presencia de la mujer periodista en los programas deportivos televisivos de señal abierta en el Ecuador** previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación y Periodismo** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **14 días** del mes de **Septiembre** del año **2016**

f. _____

Nombre: **Zambrano Vera, Cintha Denisse**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de la presencia de la mujer periodista en los programas deportivos televisivos de señal abierta en el Ecuador		
AUTOR(ES)	Elvia Polette, Jiménez Gavilánez Cinthya Denisse, Zambrano Vera		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	María Emilia García		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Comunicación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Miércoles 14 Septiembre del 2016	No. DE PÁGINAS:	114
ÁREAS TEMÁTICAS:	Periodismo deportivo, machismo, feminismo		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Machismo, discriminación, deporte, periodismo deportivo, televisión.		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

El presente proyecto se ha desarrollado con el objetivo de analizar la percepción que tienen los televidentes sobre la participación de las mujeres en el periodismo deportivo, así es que se ha escogido una metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa por medio de la cual, se estableció la elaboración de encuestas, entrevistas y grupos focales, que permitieron comprobar la hipótesis planteada al inicio de la

investigación, la cual era que “el grado de participación de la mujer periodista en programas deportivos a nivel nacional en señal abierta es menor en relación a la participación masculina debido a concepciones machistas de la sociedad con respecto a la mujer y el deporte”. A través del análisis de los resultados se pudo establecer que la sociedad ecuatoriana en general sigue considerando a ciertos deportes como actividades que corresponden únicamente para hombres, estableciendo así que machismo sigue imperando en ciertas profesiones como las periodísticas, pero más aún si son relacionadas con deportes como el fútbol, la lucha libre, etc.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0992778670 0996833474	E-mail: cinthyazambrano05@yahoo.es polette_jiga@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Mgs. Sonia Yáñez Blum	
	Teléfono: +593-4-206950 - +593-4-206951	
	E-mail: syanez.rpp@gmail.com	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		