



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PARTICIPACIÓN DE MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO DE
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MACHALA, PERÍODO JULIO-
AGOSTO 2019.

CRESPO LARGO JESSICKA ROSARIO
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PARTICIPACIÓN DE MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO
DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MACHALA, PERÍODO
JULIO-AGOSTO 2019.

CRESPO LARGO JESSICKA ROSARIO
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

PARTICIPACIÓN DE MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO DE MEDIOS DE
COMUNICACIÓN DE MACHALA, PERÍODO JULIO-AGOSTO 2019.

CRESPO LARGO JESSICKA ROSARIO
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

VIVEROS AGUILAR DIANA CAROLINA

MACHALA, 29 DE AGOSTO DE 2019

MACHALA
29 de agosto de 2019

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Participación de mujeres en el periodismo deportivo de medios de comunicación de Machala, período Julio-Agosto 2019., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



VIVEROS AGUILAR DIANA CAROLINA
0704799154
TUTOR - ESPECIALISTA 1



LAZO SERRANO LIZETTE IVONNE
0703025015
ESPECIALISTA 2



GALVEZ PALOMEQUE KAROL ELIZABETH
0704718303
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: lunes 26 de agosto de 2019 - 10:35

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CRESPO LARGO JESSICKA ROSARIO.docx (D54803446)
Submitted: 8/13/2019 7:00:00 PM
Submitted By: jcrespo_est@utmachala.edu.ec
Significance: 3 %

Sources included in the report:

Estereotipos sobre la mujer dentro de los programas deportivos de Guayaquil.docx
(D19090294)
8c2bdb74-166a-4047-9414-4cc8fd888ed9

Instances where selected sources appear:

4

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribè, CRESPO LARGO JESSICKA ROSARIO, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Participación de mujeres en el periodismo deportivo de medios de comunicación de Machala, período Julio-Agosto 2019., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 29 de agosto de 2019



CRESPO LARGO JESSICKA ROSARIO
0705287241

RESUMEN

El presente proyecto trata sobre la participación de la mujer en el periodismo deportivo dentro de los medios de comunicación en la ciudad de Machala, donde se utilizó el método mixto: encuestas para las mujeres que laboran dentro de los medios y entrevistas a los directores de dichos medios, además se entrevistó a los directores de los medios donde no tienen participación las mujeres, esto con la finalidad de tener distintos puntos vista sobre las características profesionales y laborales dentro del área. Para realizar este trabajo se guió de la lista de medios de comunicación en la página web de CORDICOM, seleccionando los medios de la ciudad de Machala para analizar la participación de la mujer, llegando a la conclusión que en los medios radiales y digitales se tiene mayor participación femenina a diferencia de los medios televisivos y prensa escrita; por otra parte las mujeres que ingresaron en prácticas han adquirido conocimientos poco a poco, lo cual es importante al momento de comenzar a laborar. La poca participación de las mujeres se da porque no les interesa especializarse en ese campo o los medios no tienen presupuesto para nuevas contrataciones mientras las que sí laboran en los medios se han destacado por su conocimiento y pasión por el periodismo deportivo, sin olvidar de cuidar su imagen.

Palabras clave: Periodismo deportivo, periodismo femenino, medios de comunicación de Machala.

ABSTRACT

This project deals with women's participation in sports journalism within the media in the city of Machala, where the mixed method was used: surveys for women working within the media and interviews with media directors, as well as interviews with media directors where women do not participate, in order to have different views on the professional and work characteristics within the area. To carry out this work, it was guided from the list of media on the CORDICOM website, selecting the media in the city of Machala to analyze women's participation, reaching the conclusion that the radio and digital media have greater female participation as opposed to the television and print media; on the other hand the women who entered into practices have gradually acquired knowledge, which is important at the time of beginning to work. The low participation of women is due to the fact that they are not interested in specialising in this field or the media do not have a budget for new hires, while those who do work in the media have stood out for their knowledge and passion for sports journalism, without forgetting to take care of their image.

Keywords: Sports journalism, women's journalism, Machala media.

ÍNDICE

RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. DESARROLLO CONCEPTUAL.....	6
2.1. Periodismo deportivo.....	6
2.2. Periodismo femenino.....	8
2.3. Medios de comunicación de Machala.....	10
3. METODOLOGÍA.....	11
4. RESULTADOS.....	12
5. CONCLUSIONES.....	16
6. RECOMENDACIONES.....	18
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	19
ANEXOS.....	21

1. Introducción

1.1 Antecedentes

“El periodismo deportivo ha vivido en las últimas décadas un notabilísimo desarrollo en sus estructuras, canales y modos de producir contenidos” (Rojas, 2014). De la misma manera en que los medios de comunicación han transformado su forma de emitir el contenido, asimismo el desempeño de la mujer se ha visto involucrado en parte de este proceso.

Una de las piezas claves para que un medio de comunicación sea reconocido, es el feeling con su audiencia; así ha sido desde que la prensa tanto escrita, radial y televisiva ha dado sus pasos. Refiriéndonos al periodismo deportivo se observa que en la actualidad este segmento ha generado un gran índice de audiencia dentro de los mass media desde hace muchos años, lo cual se da debido al interés que el público tiene respecto al tema, mismo que ha sido manejado en su gran mayoría por hombres, respecto a ello ¿Qué espacio de participación tiene la mujer en esta área?

El rol de la mujer en la sociedad ha sido notable a partir del siglo XX y más aún cuando se trata de su inserción en los medios de comunicación, dentro del campo deportivo, este fue uno de los mayores logros que la mujer ha tenido ante la opinión pública. La participación de la mujer en estos sucesos seguirá siendo considerable, ya que de una u otra manera su rol es importante en la sociedad.

Al principio podría haberse tratado de una utopía, el que la mujer se encuentre participando en algunos de estos eventos, directamente en medios de comunicación, ya que en un comienzo solo se veía mayor influencia del género masculino y se destacaba por eso, pero con el pasar de los años, la sociedad está viendo diferente la participación de las féminas dentro de este ámbito informativo. Es por ello que en la actualidad la mujer ha sido tomada en cuenta dentro de los medios de comunicación, porque genera espacios que conllevan a la participación de la mujer dentro de la institución para la que trabajan.

Cabe recalcar que los medios de comunicación ya generan contenido que son llevados a un nivel de repercusión en audiencias y el que la mujer se vea involucrada en este sistema, sirve para dar su aporte y opinión a la sociedad.

1.2. Justificación

Al principio la presencia de la mujer era solo para “ganar” audiencia o ser acompañante del que da la noticia, pero ellas mostraron su inteligencia y que pueden estar a la par con los hombres; además entrar a un territorio que ha sido siempre de hombres, fue un éxito más, estamos hablando del periodismo deportivo, donde ellas también se apasionan por los deportes, donde locutar, redactar o comentar, se ha vuelto una oportunidad de expresarse en lo que les apasiona según Díaz et al., 2017.

En la actualidad sí existe la participación de la mujer en el periodismo deportivo, pero es poca su visibilidad o a veces no les dan el espacio para expresarse adecuadamente, y a partir de ahí se analizará las características profesionales y laborales de la mujer en este ámbito, averiguar qué cargo desempeña dentro del área mencionada anteriormente, en que se destacan más y los beneficios y dificultades de estar dentro del área deportiva.

1.3. Contextualización

La llegada de la mujer a los medios de comunicación ocupando espacios dentro del ámbito deportivo fue un logro importante, pero aún no se hacen visibles dentro de este campo, debido a que existen varios motivos como el poco interés por el periodismo deportivo de parte de ellas o porque no se les da el espacio adecuado para poder mostrar sus conocimientos. Por tal motivo se va a realizar un análisis de la participación de la mujer en el periodismo deportivo para comparar las características profesionales y laborales dentro de los medios de comunicación en la ciudad de Machala.

1.4. Planteamiento del problema

El interés que se ha despertado en la mujer por querer ser parte de un segmento deportivo ha sido clave esencial para plantearse la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la participación de mujeres en el periodismo deportivo de los medios de comunicación de Machala? Período Julio-Agosto 2019.

1.5. Objetivos

A continuación, se enuncian los objetivos que guían la presente investigación:

Objetivo General

- Analizar la participación de mujeres en el periodismo deportivo de los medios de comunicación en la ciudad de Machala.

Objetivos específicos

- Analizar las características profesionales y laborales de las mujeres que se desempeñan en el periodismo deportivo de los medios de comunicación en la ciudad de Machala
- Comparar las características profesionales y laborales de las mujeres que se desempeñan en el periodismo deportivo de los medios de comunicación: televisión, radio, prensa escrita y medios digitales en la ciudad de Machala.

2. Desarrollo conceptual

2.1. Periodismo deportivo

Molina (2019) comenta que es importante “el vínculo del progreso común entre medios y deporte” ya que la mayoría de los medios de comunicación tienen una sección deportiva, asimismo Wanta (2013) indica que “este auge ha propiciado que en nuestros días el periodismo deportivo sea una parcela de estudio de importancia creciente y que, cada vez más, adquiera un mayor reconocimiento dentro del mundo mediático” (Citado en Rojas, 2014, p.178). Además se menciona que:

(...) el deporte no sólo se constituye actualmente como el producto informativo de mayor interés colectivo y éxito social en la mayoría de los lugares, sino que además ha sido capaz de expandirse y evolucionar forjando estrechos vínculos con la comunidad de habitantes a la que pertenece y se dirige (Hernández, Osorio y Zapata, citado en Rojas, p.178)

Los periodistas deportivos surgieron en 1908, con los primeros Juegos Olímpicos de Londres, “provocando que los medios de comunicación designen los mejores reporteros,

escritores y comentaristas deportivos de la época” (Nájera, 2016, p.26). Para crear un buen contenido deportivo no solo se debe difundir una nota periodística, dar un comentario suelto o publicar una fotografía del mejor goleador “sino que invita a que el periodista viva y conviva al momento de contar una noticia, que se involucre plena e integralmente” (Tusa, 2016, p.364). Otro aspecto relevante del área deportiva está apegada a la opinión de Rodríguez (2016) quien afirma que “Las fuentes que utiliza para elaborar las informaciones son muy variadas” (p.198), por lo que “deben verificar los hechos que les son consignados” (Vásquez, Alcívar & Quijije, 2016, pp.90-91).

Respecto al criterio propuesto por Peschiera (2016) donde menciona que “en la actualidad, se puede observar en los *mass media* a ciertos deportistas y entrenadores, quienes valiéndose de su trayectoria en el campo comparten espacios con los periodistas” (p.187). haciendo que sus puntos de vista faciliten el trabajo a los reporteros, compartiendo sus experiencias con todo el mundo que los escucha o los ve.

Peschiera (2016) opina que “dentro del periodismo deportivo es necesario invertir mucho tiempo en tener la preparación adecuada y en conocer aspectos de las disciplinas deportivas para realizar una transmisión óptima, hacer buenas entrevistas y emitir información de calidad” (p.188). Y es que no sirve de nada si no está preparado para realizar todo eso, porque dentro de los medios, lo que importa ahora son los conocimientos y las experiencias adquiridas dentro del ámbito laboral.

El periodismo deportivo ha pasado por un “proceso de cambios y de reestructuración al que está sometido en la actualidad al conjunto del sector de los medios de comunicación, (...) adaptándose necesariamente a la continua evolución del mercado para no dejar de ser competitivos” (Rojas, 2014, p.184).

La tecnología avanzó y gracias a Internet “el deporte ha cautivado y ha llegado a escenarios en el que acaba siendo relevante para muchos espectadores. Cuando la televisión y el deporte parecían no albergar todo el público, las redes sociales difundieron su impacto” (Anzoátegui, Villalba & Guzmán, 2017, p.17).

2.2. Periodismo femenino

Zoila Ugarte de Landívar fue la primera periodista del Ecuador, redactaba bajo el seudónimo de *Zarelia* y también presentó sus primeras crónicas, a partir de ese momento la mujer fue implicándose en los medios de comunicación. Incluso llegar a formar parte del periodismo deportivo, pero es minoritaria la presencia de ellas porque “la mayor parte de esas investigaciones ha constatado que los medios de comunicación consideran a la mujer un actor secundario –cuando no invisible– de la información deportiva” (Mayoral & Mera, 2017, p.188), aunque la mujer ha demostrado que tiene los mismos derechos igual que el hombre dentro de los medios de comunicación.

Las mujeres antiguamente cumplían “roles de servidumbre en casas y haciendas [...] que los medios de comunicación intentan imponernos como un patrón a seguir, sin detenerse a pensar lo que implica alcanzar dicho estatus, en materia de derechos, dominación y violencia cultural” (Tusa et al., 2016, p.685).

Poco a poco, las mujeres han dejado su huella durante el transcurso del tiempo, hasta “reconocer que no por ser mujer se vea desconcertante o extraño que hable o haga algún deporte considerado sólo para hombres” (Hernández & Montoya, 2015, p.3). Una de las precursoras del periodismo deportivo es María Soledad Reyes, que “ha logrado ingresar al comentario deportivo televisivo” (Nájera, 2016, p.29); hasta “para llegar a comentar los Mundiales de Alemania 2006, Sudáfrica 2010 y Brasil 2014” (Tufiño, 2014, p.40) y posterior a esto, se ha venido viendo que las mujeres comparten pantalla con sus compañeros. Lo mismo opinan Rivero, Meso y Ayerdi (2015) que “desde entonces, la situación de las mujeres ha experimentado notables avances en las distintas esferas de la vida política y social” (p.568).

Tufiño (2014) menciona que “en la actualidad se puede decir que las mujeres están en las mismas condiciones laborales que los hombres, ya que día a día es notoria la participación de las mujeres dentro de esta área” (p.45), aunque al principio en el mundo de los varones no creen que la mujer pueda desempeñarse tan bien y las ponen a prueba antes de contratarlas, así como le sucedió a Rodríguez al momento de trabajar en la radio *La Deportiva*:

(...) cuando yo empecé a trabajar en dicho lugar, acordamos con los jefes que me iban a pagar un sueldo y Oscar Portilla dijo que no, que, si venia hacer pasantías no hay que pagarle sueldo, entonces como los jefes ya veían mi desempeño me dijeron que me iban a dar la movilización (Tufiño, 2014, p.46)

Hay que comenzar desde la raíz, quitando la idea de que el deporte es para hombres, porque es un mito que ha estado presente desde que nace la mujer, depende únicamente de las mujeres mostrar a la sociedad y a los hombres los conocimientos adquiridos durante su recorrido estudiantil y experiencias; “no solo hay que erradicar estereotipos como belleza o atributos físicos, sino por su desempeño profesional, será el punto positivo de las mujeres periodistas como relatoras deportivas” (García, 2015, p. 14).

Antes era el cliché de ubicar una chica bonita para ganar audiencia, actualmente si quieres salir en pantalla debes saber del tema que vas a hablar, así lo indica Peschiera (2016) que: “en los últimos años, las periodistas deportivas han podido demostrar sus habilidades, conocimientos y destrezas en muchos de los principales programas de esa temática en nuestro país” (p.193). Asimismo, García (2015) indica que:

(...) incluso hay ocasiones en que la mujer tiene ventaja sobre el hombre para conseguir una entrevista o conseguir respuestas que a ellos nunca les darían, pues los deportistas se relajan y las mujeres son capaces de hacerlos sentir más en confianza para obtener mejores resultados, esto se puede observar en la práctica diaria de la profesión (p. 34).

Tufiño (2014) comenta en una entrevista realizada a Ubidia que: “en la actualidad en los espacios laborales donde las mujeres forman parte ya existe periodistas deportivos hombres que brindan las facilidades para poder ejercer la profesión sin miedo alguno, seguir avanzando y creciendo profesionalmente”(p.50). Además “recalca que en la actualidad las oportunidades laborales que tienen las mujeres se van emparejando con los hombres, ahora las mujeres han avanzado a pasos largos, es decir ya tienen los mismos accesos a tratos profesionales dentro de esta área” (Ubidia, 2014, p.50). Es algo innato en ellas, porque llega a la misma conclusión Ezama (2014) cuando explica que las mujeres de España opinan que “entre las periodistas españolas está bastante extendida la idea de que la mujer posee cualidades innatas para el ejercicio del periodismo” (p.8).

2.3. Medios de Comunicación de Machala

Los medios de comunicación son principales para informarnos qué pasa en nuestra ciudad y sus alrededores, según Aguilar (EP01) cree que los medios de comunicación “algunos cumplen con su objetivo y brindan espacios necesarios a la comunidad y al deporte y otras actividades, mientras otros nos quedan debiendo” debido a que no cumplen con las normativas establecidas.

Nos comenta que algunos medios no cuentan con profesionales y los pocos que trabajan no reciben el salario dispuesto por la ley, sin embargo “no deja de ser necesario los medios de comunicación y ayudan a que los ciudadanos se mantengan, de alguna forma, informados como también entretenidos” (EP01).

Ciertos medios radiales “lo que hacen es dar lectura a los medios impresos en su noticiero, no tienen personal que haga las coberturas en territorio, donde se produce la información, no hacen una transmisión directa a veces” (EP01), lo que da a entender el presidente es la manera de conseguir información, que no lo hacen por sus propios medios, sino que recopilan noticias de otros medios, aunque a veces es necesario, tampoco es la manera correcta de realizar su labor periodística.

Aguilar comenta que “son pocos los medios que mantienen una capacitación y actualización de conocimientos con sus trabajadores de manera permanente” (2019). De los medios de comunicación en la ciudad de Machala hay de 10 a 12 radios de frecuencia AM y FM, del medio televisivo OkTV y TV ORO, de los medios digitales “es muy inexacto dar una cifra de cuantos medios digitales hay” (2019) nos explica Aguilar porque “ahora es fácil ejercer la comunicación con los medios digitales, tienes que contar con un celular, con internet y puedes hacer comunicación” (ídem); pero nombró a los que le parecían más conocidos y confiables, Noticias al día, Valerio TV, Machala Móvil.

Kléber Aguilar, da su concepto sobre los medios de comunicación:

(...) los medios son necesarios para una sociedad que necesita estar informada, ahora se han vuelto más necesario los medios digitales porque en este momento se suscita un hecho noticioso y las personas ya lo conocen, antes había que esperar el noticiero de la radio o esperar la impresión del periódico al siguiente día. Esto ya no sucede ahora con la tecnología nos permite estar informados de manera

inmediata y con exactitud, determinar cuáles son las fuentes confiables y contrastar la información, buscar los dos lados de la noticia (EP01)

3. METODOLOGÍA

La realización de este trabajo de investigación se aplicó una metodología mixta: para realizar las encuestas y entrevistas, primero se contactó con 26 medios de comunicación que según la página de Cordicom tienen presencia en la ciudad de Machala, de los cuales se constató que 13 medios cuentan con segmento deportivo, 5 medios no tienen espacio deportivo, 6 medios no contestaron y 2 medios no están funcionando.

De los 13 medios, solo 4 medios tienen laborando a chicas en su espacio/segmento deportivo; en los demás sólo trabajan hombres. En esos 4 medios se encontraron a 8 mujeres laborando en el área del periodismo deportivo, de las cuáles solo 6 estuvieron dispuestas a realizar una encuesta, ellas pertenecían a: Radio Machala, Radio UTMACH, TV ORO y al medio digital Salseron en el Deporte Tv.

De los medios digitales se centrará en las plataformas online de Facebook con mayor número de seguidores que ofrezcan información deportiva y si tiene mujeres laborando en su medio.

Para la consecución de los objetivos se aplicó los siguientes métodos:

- **Encuestas a mujeres que trabajan en los medios de comunicación en el área deportiva del medio radial, televisivo, escrito y digital.** - este método ayuda a conocer cuáles son las características profesionales y laborales de las mujeres que trabajan en el área deportiva, sus motivaciones, nivel profesional, cargo que ocupan, etc. (Anexo 1).
- **Entrevista a los directores de los medios de comunicación donde laboran las mujeres.**- este procedimiento ayuda a saber la opinión de los directores o jefes del área de los medios respecto a la participación de la mujer dentro del periodismo deportivo, las características que ellos consideran importante, entre otras preguntas. (Anexo 2)
- **Entrevista a una periodista que labore en un medio de comunicación externo, fuera de la provincia de El Oro.**- este método ayuda a tener otra perspectiva del periodismo deportivo desde la mirada de una profesional en una ciudad diferente a Machala, conocer cómo ha evolucionado la mujer en otro contexto social y saber su

criterio ante la participación de la mujer en el área deportiva. En este caso entrevisté a Noemí Moreira Franco, licenciada en Ciencias de la Comunicación, fue escogida porque es una periodista externa que trabaja en un medio porque es redactora de un medio escrito y a veces encargada de cerrar un programa de un medio televisivo. (Anexo 3)

- **Observación y análisis de los programas o segmentos deportivos donde participan mujeres en la ciudad de Machala.-** mediante este método se verifica si las mujeres tienen el mismo tiempo de intervención que un hombre, si tienen conocimiento sobre el tema, qué características se destacan al momento de locutar y cómo es su relación con el resto de sus compañeros. (Anexo 4)
- **Entrevistas a los medios de comunicación donde no laboran las mujeres en el área deportiva.-** esto ayuda a conocer el por qué estos medios no tienen a mujeres laborando en la área deportiva, además qué piensan acerca de la inserción de la mujer en el periodismo deportivo y si presentan obstáculos al momento de laborar en este ámbito. (Anexo 5).

4. RESULTADOS

1. Encuestas a mujeres que trabajan en los medios de comunicación en el área deportiva del medio radial, televisivo, escrito y digital.

- El 33,3% de las mujeres que trabajan en el periodismo deportivo tienen título universitario, en cambio el 66,7% de las mujeres no tienen título universitario.
- El 42,9% de las mujeres trabaja en la radio, el 42,9 en un medio digital y el 14,3% labora en televisión.
- El 44,4% de las mujeres son reporteras dentro de los medios de comunicación, el 44,4% son comentaristas dentro del periodismo deportivo y el 11,1% son presentadoras.
- El 71,4% de las mujeres lleva un año o más laborando dentro del periodismo deportivo, y el 28,6% llevan menos de 1 año laborando en el medio. El periodo más largo de trabajo es de 7 años.
- El 85,7% trabaja en el periodismo deportivo porque realmente le interesa el deporte, mientras que el 14,3% trabaja porque le parece importante relacionarse y tener contactos.

- El 83,3% de las mujeres no tuvo ningún obstáculo al querer estar en el área deportiva, en cambio el 16,7% sí tuvo algún obstáculo al momento de incursionar en el periodismo deportivo porque lamentablemente aún existen personas, aunque en una minoría, que creen incapaces a las mujeres de poder desenvolverse de manera eficiente en periodismo deportivo.
- El 71,4% de las mujeres que labora en el periodismo deportivo cree que el sexo femenino tiene poca participación en el área deportiva por falta de vocación, el 14,3% dice que es porque el salario es muy bajo y el 14,3% piensa que es porque la mujer aún no demuestra lo que es capaz de hacer, pero afirma que con el tiempo se verá un gran cambio. En ningún caso aseguraron que el medio de comunicación no permite el ingreso de mujeres.
- El 66,6% de las encuestadas piensa que el salario es igual al de los hombres, el 16,7% piensa que es mayor el salario al de los hombres y el otro 16,7% dice que es menor el salario que ganan sus compañeros hombres.
- Según la encuesta realizada el 66,7% de las mujeres considera importante el conocimiento para destacar en el periodismo deportivo, el 22,2% estima que es importante la imagen para sobresalir en el área deportiva y el 11,1% tienen en cuenta el título para destacar.

2. Entrevistas a los directores de los medios de comunicación donde laboran las mujeres.

- Ing. Severo García, Gerente de la Radio Machala.
- Lcda. Marta Contento, directora de TVOro.
- Ing. Katty Borbor, directora administrativa de Radio Canela.
- Lcdo. Danny Guadaluae, encargado del programa Sabor a Fútbol de la Radio UTMACH.

Importancia del título universitario

Según las entrevistas realizadas la mayoría de las mujeres que laboran en el medio tienen título universitario en Comunicación Social, donde una tiene título en Psicología Clínica y otra está estudiando Comunicación en la universidad. Pero, todos los entrevistados consideran importante obtener el título universitario porque es un soporte para poder vincularse a cualquier empresa, sea pública o privada, sobre todo para adquirir más conocimiento, de cierta manera, el título es un complemento para todos.

Duración y desempeño en el ámbito laboral

La mayoría de las mujeres que se desempeñan en el periodismo deportivo de la ciudad de Machala tienen más de 1 año laborando, ocupando el puesto de reporteras, comentaristas, presentadoras y borde de campo, los que están al mando de ellas comentan que son creativas, dinámicas, siempre informadas y se desempeñan bien en su área al momento de laborar.

Obstáculos y salario

Los directores/as de los medios de comunicación consideran que la mujer no tiene ningún obstáculo en el periodismo deportivo porque el único obstáculo es el que se pone uno mismo, comentó el gerente de Radio Machala, asimismo aseguran que el salario de las mujeres es igual con relación a la de un hombre, ya que se lo han ganado.

Motivo de trabajar en el área deportiva - Características

Los entrevistados creen que las mujeres deciden trabajar en el área deportiva porque les apasiona lo que hacen y tienen vocación, y las características que resaltan para destacar en el periodismo deportivo son tener conocimientos actualizados, actitud, buena imagen, facilidad de palabra y pasión por lo que hace.

3. Entrevista a una periodista externa

Según Noemí Moreira Franco, periodista deportiva de Manavisión y El Diario, generalmente las mujeres que trabajan en el área deportiva inician como pasantes y con el transcurrir de los años ganan experiencia y sacan su título. Según indicó, hoy en día el título universitario es indispensable para desenvolverse en cualquier trabajo, es su carta de presentación, pero se considera más importante la experiencia, las ganas y la pasión que se le ponga al trabajo.

Para ella, el obstáculo que tiene una mujer es el temor de no ser aceptada en los medios, pero “si una está segura, tiene criterio, lee y se autoeduca todos los días, llegará muy lejos”.

Considera que la mujer siempre se ha caracterizado por destacar en cualquier ámbito y este es uno de ellos. “Pienso que decide hacer periodismo deportivo porque siente la pasión y las ganas de sobresalir en esta profesión. Ellas saben que lo pueden hacer mejor que un hombre”.

Según Moreira, la clave importante en el periodismo es ser buena persona, tener pasión, ser empático, tener convicción de que es lo tuyo. Debe gustarle a la persona para lograr

contar buenas historias. Sin embargo, las chicas pueden terminar desmotivándose por la falta de oportunidades y prefieren dedicarse a otra cosa. Un aspecto importante que también aparece es que son ignoradas y no las toman en cuenta para alguna transmisión porque el personal cree que no son aptas.

En Portoviejo, lugar donde Noemí vive, no hay muchas chicas en medios de comunicación haciendo periodismo porque lamentablemente no se les brinda la oportunidad para desenvolverse en el ámbito deportivo, no están preparadas y no las toman con responsabilidad.

4. Observación y análisis de los programas o segmentos deportivos donde participan mujeres en la ciudad de Machala

Intervención:

En el caso de los medios radiales y el medio digital, el tiempo de participación de las mujeres en los programas deportivos es el mismo de sus compañeros hombres, ocupan los mismos cargos como comentaristas, no hay diferencias por cuestiones de género, tienen libertad para emitir su opinión. En el caso de Tv Oro la mujer ocupa el papel de reportera, no tiene participación como presentadora ni comentarista.

Conocimiento:

Todas mujeres tienen conocimiento sobre los temas deportivos. En el caso de la reportera de Tv Oro realiza preguntas concretas y pertinentes a jugadores, directivos, etc. En el caso de las periodistas radiales y del medio digital, sus comentarios son acertados y están acorde a los temas tratados.

Características:

Las mujeres son desenvueltas en los segmentos deportivos, en su mayoría se nota experiencia en sus locuciones. Tienen buena imagen, cuidan su apariencia física tanto en Tv Oro, como en los medios radiales y el medio digital. En el caso de la radio, su imagen también es importante porque tienen transmisiones en directo a través de sus redes sociales.

5. Entrevistas a los medios de comunicación donde no laboran las mujeres en el área deportiva

- Lic. Hugo Chuico, jefe de redacción de Diario Correo
- Lic. Washington Barrezueta, director de Radio Vía

Obstáculos - Características

- Según las entrevistas realizadas, el motivo de no tener una mujer laborando en el periodismo deportivo se debe a diversas circunstancias, una de ellas es no tener a un periodista fijo que se encargue del área, otra es no tener presupuesto para incorporar a un nuevo profesional. También opinan que no hay muchas mujeres que les guste el deporte. El jefe de redacción de Diario Correo explicó que aún hay machismo en el periodismo deportivo porque les da miedo que la mujer los desplace o que no sepan nada de fútbol, pero Washington Barrezueta, director de Radio Vía, considera que las mujeres no tienen ningún obstáculo al momento de participar en el área deportiva, ya que si tiene experiencia se hará más fácil, pero si recién se empieza en esta área, se le dificultará al principio. Pero, al momento de considerar importante las características que debe tener una mujer para destacar en el periodismo deportivo están de acuerdo que debe estar preparada, tener vocación, comentar o narrar bien y siempre estar informada de lo que acontece en el mundo.

Importancia del título universitario - Salario

- Al momento de saber la importancia del título, opinan que es necesario e importante tener un título universitario porque es una herramienta que las habilita para desarrollar el trabajo. Y las que se deciden por trabajar en esta área es porque les apasiona el deporte, también ven los ejemplos de mujeres que aparecen en canales internacionales y saben que si ellas lo consiguieron, aquí también lo harán, porque son capaces, solo hay que poner empeño, dedicación y todo el conocimiento adquirido, son los criterios de los entrevistados. Sobre el salario de las mujeres, los directores están de acuerdo que es igual al de los hombres, todo depende del curriculum.

5. CONCLUSIONES:

- De 26 medios de comunicación que existen en Machala, solo 13 cuentan con un segmento o programa de periodismo deportivo. De esa cantidad solo en 4 programas deportivos hay 8 mujeres trabajando. Estos medios son dos radiales, uno televisivo y uno digital. La mayoría de mujeres que allí trabajan consideran que no se contratan a mujeres en otros medios no porque el medio no lo permita sino porque a las propias mujeres “no les interesa especializarse en ese campo”, opinión que la comparten los directores de medios donde no laboran mujeres. Durante la observación de los

programas deportivos se notó que las mujeres tienen libertad de opinión y hay igualdad entre hombres y mujeres como comentaristas. Otros de los motivos por los cuales los medios de comunicación en Machala no tienen a mujeres trabajando en sus segmentos deportivos es porque no tienen presupuesto para nuevas contrataciones o porque no tienen periodistas exclusivos para sus secciones. Es decir, cualquier periodista de otra sección, sea hombre o mujer, puede redactar o locutar una noticia deportiva.

- La mayoría de mujeres que trabajan en los medios de comunicación de Machala no tienen título universitario al cual lo consideran una opción menos importante para desempeñarse laboralmente. Lo más importante para ellas es el conocimiento y sentir pasión por el periodismo deportivo, trabajar por vocación, sin olvidar de cuidar su imagen. Los directivos de los medios, por el contrario sí consideran muy importante el título, pero a la par deben tener conocimiento deportivo, estar bien informadas, tener actitud y pasión por lo que hacen. Otras de características que identifican a las mujeres que trabajan en periodismo deportivo es que son creativas, dinámicas y desenvueltas. Los principales cargos que desempeñan son como comentaristas y reporteras, quienes trabajan tienen, en su mayoría, más de un año e iniciaron como practicantes.
- Los medios de comunicación machaleños donde más se desempeñan las mujeres son en radios y medios digitales. Las características profesionales y laborales no varían entre los tipos de medios. El cuidado de la imagen es la segunda característica más importante para todas las mujeres indistintamente del medio donde se desempeñen, no solo en televisión, ya que hoy en día los programas radiales también tienen su transmisión en redes sociales. La única diferencia que se encontró entre un tipo de medio y otros fue que la mujer que se desempeña en televisión aseguró haber tenido como obstáculo la discriminación al inicio para ganarse un puesto. Según directores de los medios, unos aseguran que efectivamente aún hay machismo en el área deportiva y miedo a que una mujer los desplace, pero al mismo tiempo todos concuerdan en que la mayoría de los casos, la mujer no es tomada en cuenta por su falta de preparación, vocación y por no estar bien informadas. “Cada una se pone su propio obstáculo”. Sobre este punto, una periodista externa tiene similar criterio; ella asegura que puede que aún persistan ciertos estereotipos, pero también hay mujeres

que pueden tener muchas ganas, pero no están preparadas. El estar aptas tiene que ver con su conocimiento y no con su condición de género.

6. RECOMENDACIONES

- Realizar a profundidad en futuras investigaciones entrevistas a los dueños de los medios de comunicación de Machala para indagar con una muestra más extendida las razones por las cuales no tienen mujeres laborando en el área deportiva o porque no tienen segmento deportivo
- Podría incorporarse en otras investigaciones a mujeres profesionales que se desempeñen en el periodismo en general para conocer cuáles son sus intereses con respecto a un área específica y considerar al periodismo deportivo de ese análisis.
- Se recomendaría investigar una muestra de las mujeres que laboran en el periodismo deportivo de los cantones de la provincia de El Oro para analizar su participación dentro del área deportiva.

Referencias bibliográficas

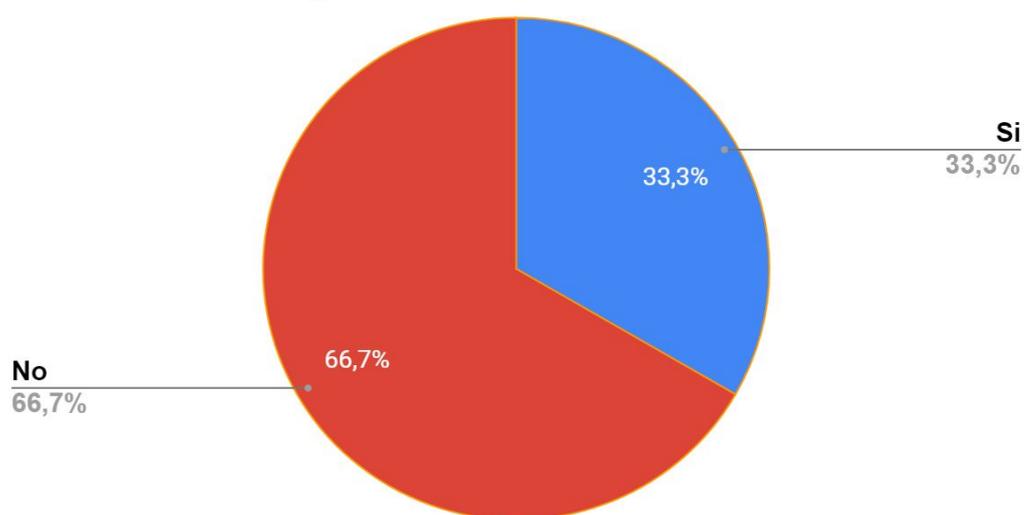
- Anzoátegui Ordoñez, M.A., Villalba Contreras, K., Guzmán Fontalvo, A.M. (2017). *Entretiempo: Espacio para la formación en periodismo deportivo de los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena*. Cartagena: Universidad de Cartagena. Disponible en: <https://bit.ly/2SBL1x0>
- Díaz, J., et al (2017). Discriminación hacia las mujeres y su representación en medios de comunicación, Ecuador, CORDICOM. Disponible en <https://bit.ly/2wmj6rb>
- Ezama Gil, A. (2014). Las periodistas españolas pintadas por sí mismas. *Revista Arbor*, 190(767), 1-13. Disponible en: <https://bit.ly/30Ur1IZ>
- García, M.J. (2015). *Análisis de género de la participación de la mujer en el periodismo deportivo en la televisión ecuatoriana, canales de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana. Disponible en: <https://bit.ly/2vTkyRn>
- Hernández, A. & Montoya, T. (2015). *Estereotipos sobre la mujer dentro de los programas deportivos televisivos de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana. Disponible en: <https://bit.ly/2YippLH>
- Mayoral Sánchez, J. & Mera Fernández, M. (2017). La imagen de la mujer en la prensa deportiva digital: análisis de las portadas de as.com y marca.com. *Revista CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 22, 187-201. Disponible en: <https://bit.ly/2OT8JH4>
- Molina, J. (2019). Periodismo deportivo 3.0. *Revista Razón y Palabra*, (69). Disponible en: <https://bit.ly/2K9TvYB>
- Nájera, I. (2016). *Análisis de la no participación de la mujer en el área de periodismo deportivo como: comentarista y narradora en la televisión guayaquileña*. Guayaquil: Editorial de la Universidad de Guayaquil. Disponible en: <https://bit.ly/2GpE8dC>

- Peschiera, L. (2016). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo. *Revista Correspondencias & Análisis*, 6, 185-196. Disponible en: <https://bit.ly/2Y5ssY0>
- Rivero Santamarina, D., Meso Ayerdi, K. & Peña Fernández, S. (2015). La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 566-583. Disponible en: <https://bit.ly/2GsQ8uG>
- Rodríguez, R. (2016). Las fuentes informativas en el periodismo de sucesos. Análisis en la prensa escrita. *Revista Correspondencia & análisis*, 6, 197-218. Disponible en: <https://bit.ly/2ZfRiB3>
- Rojas-Torrijos, J.L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Revista Correspondencias & Análisis*, 4, 177-190. Disponible en: <https://bit.ly/2LHh4ej>
- Tufiño, M.F. (2014). *Inserción de las mujeres en el periodismo deportivo ecuatoriano*. Quito: Editorial de la Universidad Tecnológica Equinoccial. Disponible en: <https://bit.ly/2LBkFux>
- Tusa Jumbo, F. (2016). El Humanismo Global del siglo XXI a través del pensamiento de Ryszard Kapuscinski. *Revista Historia y Comunicación Social*, 21(2), 363-377. Disponible en: <https://bit.ly/31opJGA>
- Tusa Jumbo, F., Briceño Castillo, X., & Tusa Jumbo, E. (2017). Transmisión histórica de estereotipos en el sensacionalismo de élite. Estudio de caso: ‘Las Mujeres más poderosas del Valle del Cauca, Colombia’. *Revista Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 23(1), 675-687. Disponible en: <https://bit.ly/2Ku5kcc>
- Vásquez, J., Alcívar, S. & Quijije, A. (2016). Un acercamiento a la Comunicación Social relacionada con el Periodismo Deportivo. *Revista Dominio de las Ciencias*, 2(4), 85-96. Disponible en: <https://bit.ly/2YueSNt>

ANEXO I

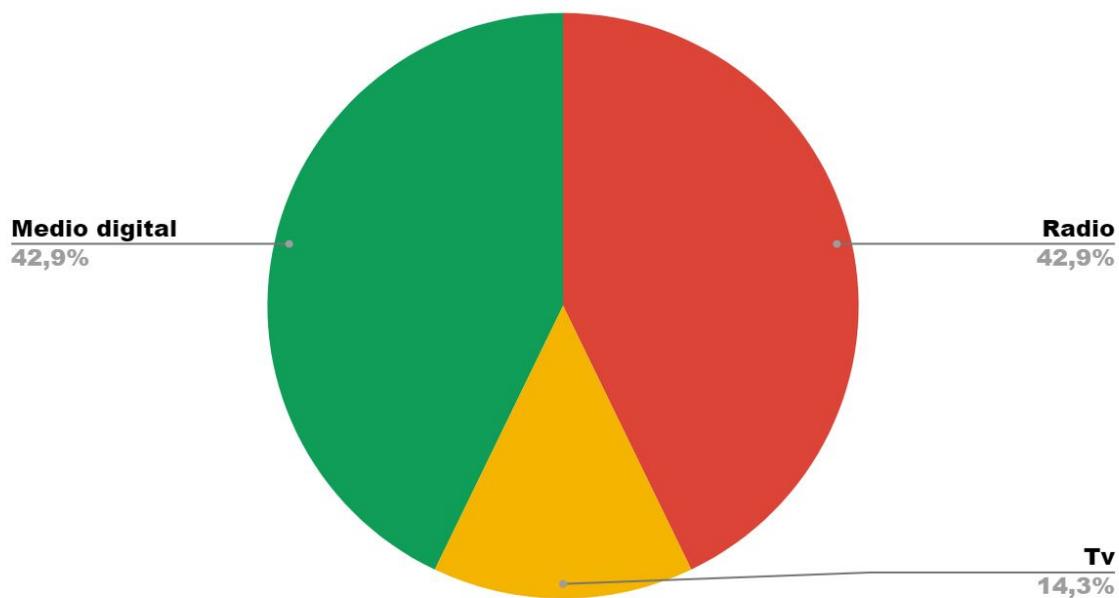
Resultados de la encuesta

1. ¿Tiene título universitario?



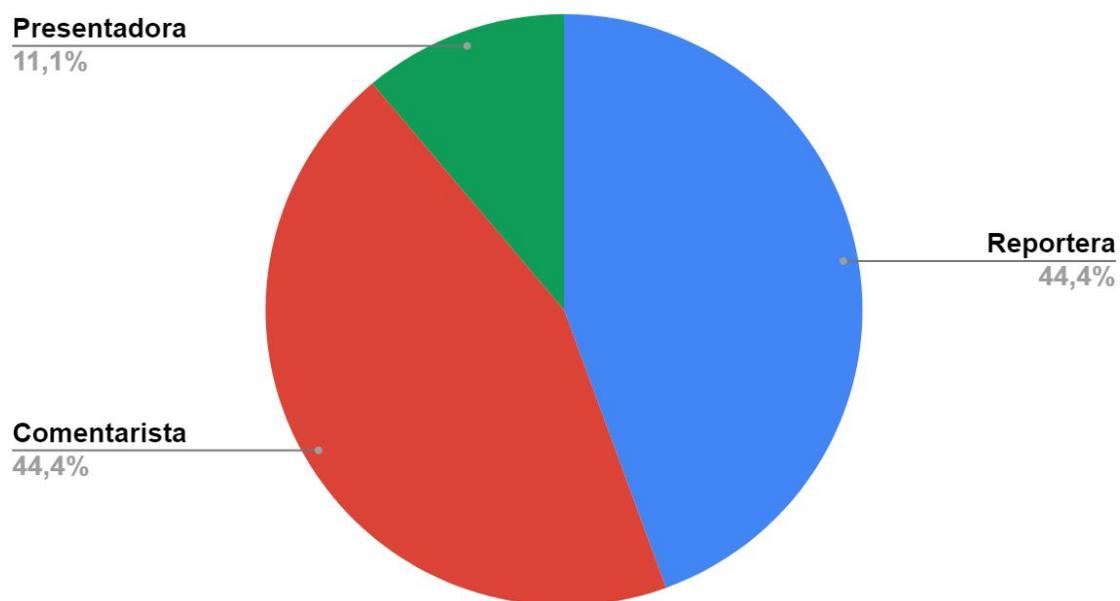
Si	2
No	4
Total	6

2. ¿En qué medio de comunicación trabaja?



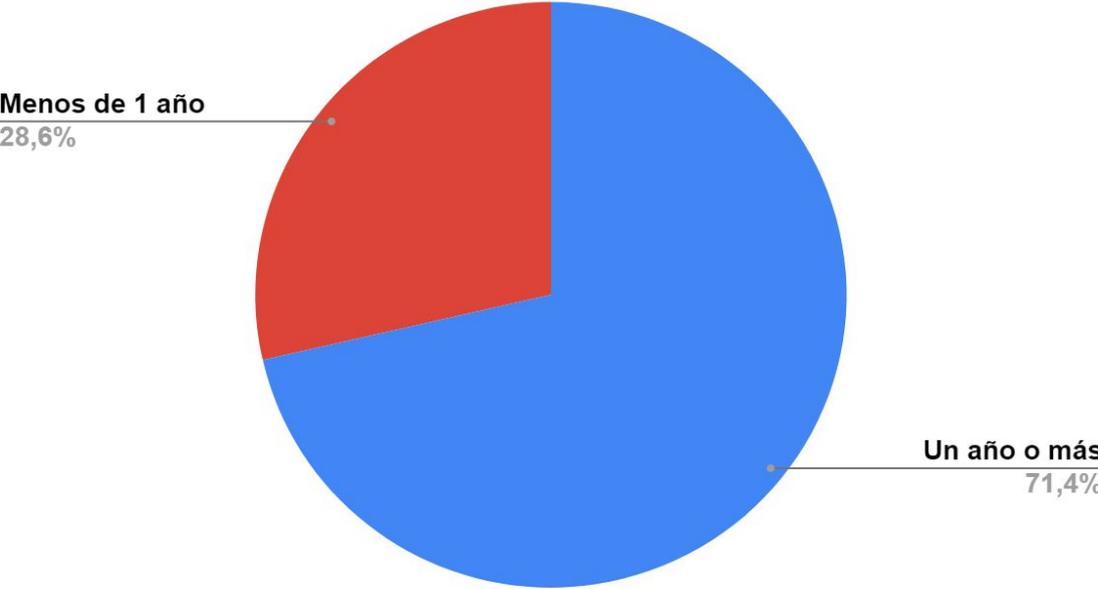
Prensa escrita	0
Radio	3
Tv	1
Medio digital	3
Total	7

3. ¿Qué puesto ocupa dentro de este medio?



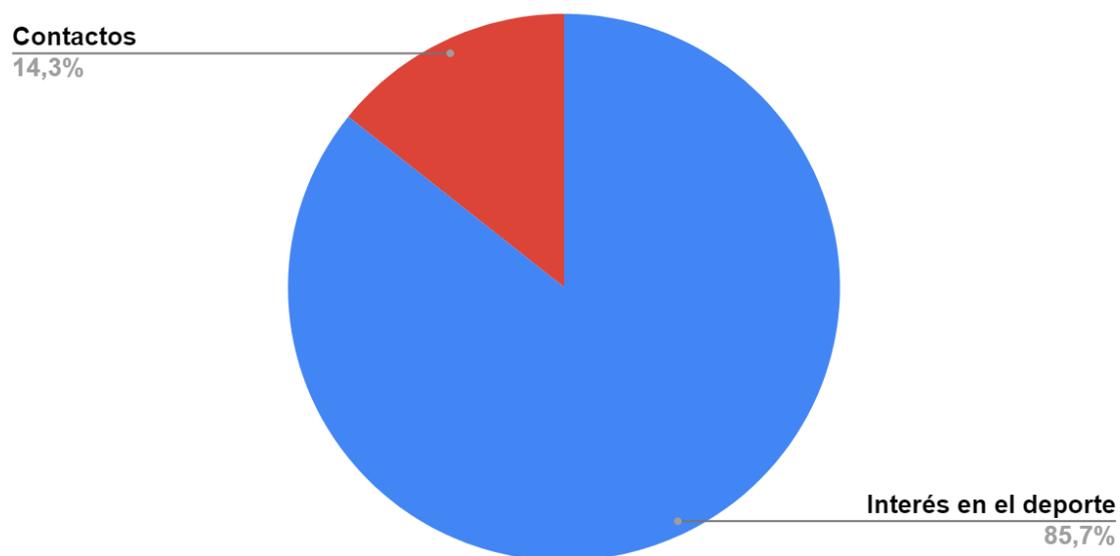
Directora de Deportes	
Reportera	4
Comentarista	4
Fotógrafa	
Presentadora	1
Total	9

4. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando en este medio?



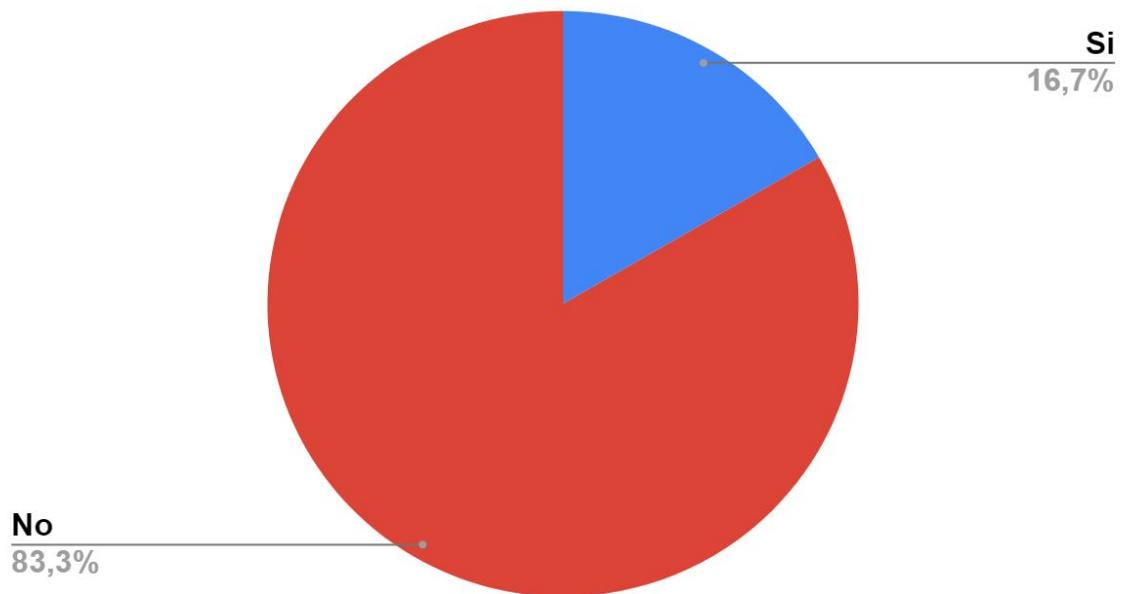
Un año o más	5
Menos de 1 año	2
Total	7

5. ¿Por qué motivo trabaja en periodismo deportivo?



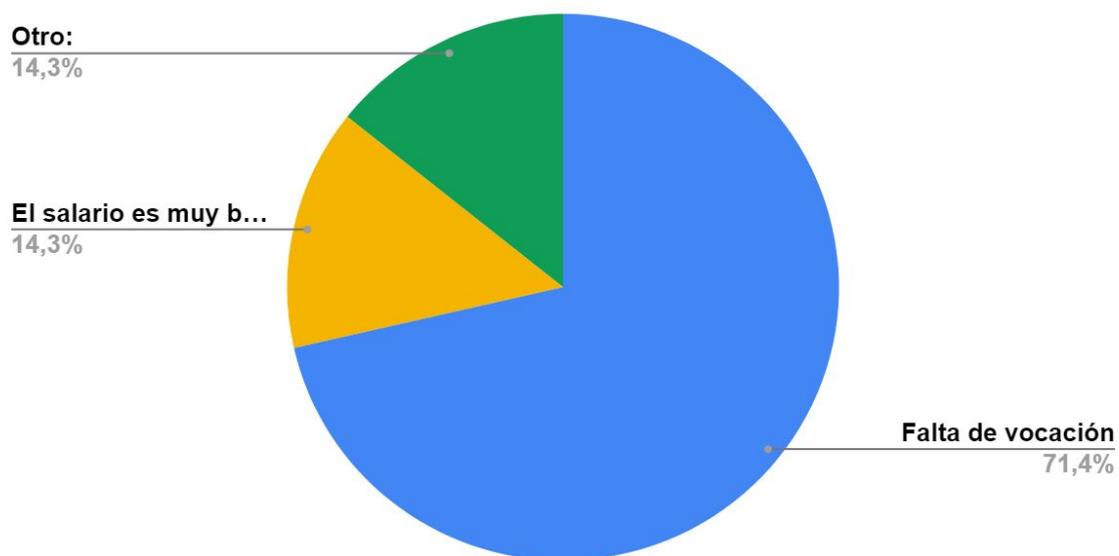
Interés en el deporte	6
Contactos	1
Herencia de la familia	0
Total	7

6. ¿Tuvo algún obstáculo al querer estar en el área deportiva?



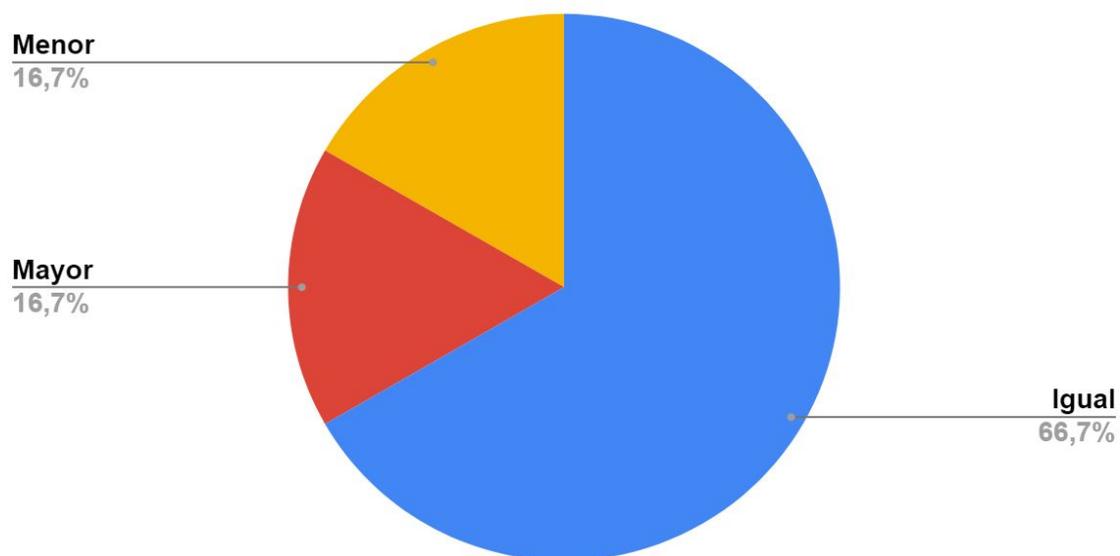
Si	1
No	5
Total	6

7. ¿Por qué cree que no hay muchas mujeres trabajando en el área deportiva?



Falta de vocación	5
El medio que quiere trabajar no permite mujeres	
El salario es muy bajo	1
Otro:	1
Total	7

8. Su salario con relación al de sus compañeros hombres es:



Igual	4
Mayor	1
Menor	1
Total	6

9. ¿Qué cualidad considera importante para destacar en el periodismo deportivo?

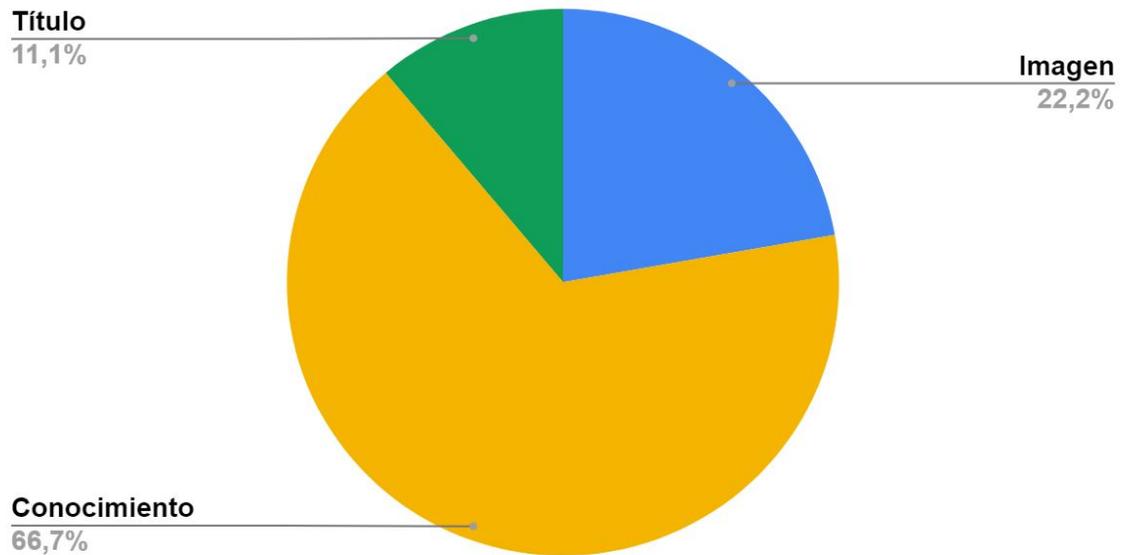


Imagen	2
Contactos	
Conocimiento	6
Título	1
Total	9

ANEXO II

Banco de preguntas para la entrevista dirigida a los directores de los medios de comunicación donde laboran las mujeres.

1. ¿Las mujeres que trabajan en el área deportiva tienen título universitario?
2. ¿Qué título universitario tiene?
3. ¿Considera importante el título universitario?
4. ¿Qué puesto ocupa en el periodismo deportivo?
5. ¿Cómo se desempeñan en esa área?
6. ¿Cuánto tiempo tienen trabajando en el medio?
7. ¿Ud. cree que las mujeres tienen obstáculos al momento de participar en el área deportiva?
8. ¿Por qué cree que las mujeres deciden trabajar en el área deportiva?
9. ¿El salario de ellas con relación al de un hombre es?
10. ¿Qué característica cree Ud. que considera importante para destacar en el periodismo deportivo?

ANEXO III

Banco de preguntas para la entrevista dirigida a una periodista externa

1. ¿Las mujeres que trabajan en el área deportiva tienen título universitario?
2. ¿Qué título universitario tiene?
3. ¿Considera importante el título universitario?

4. ¿Qué puesto ocupa en el periodismo deportivo?
5. ¿Cómo se desempeñan en esa área?
6. ¿Cuánto tiempo tienen trabajando en el medio?

si contesta menos de 1 año responder esto: ¿Por qué antes no tenía la participación de la mujer?

7. ¿Ud. cree que las mujeres tiene obstáculos al momento de participar en el área deportiva?
8. ¿Por qué cree que las mujeres deciden trabajar en el área deportiva?
9. ¿El salario de ellas con relación al de un hombre es?
10. ¿Qué característica cree Ud. que considera importante para destacar en el periodismo deportivo?
11. ¿Por qué cree que el periodismo femenino no sobresale en algunas ciudades?
12. ¿El periodismo femenino se ha desarrollado en la ciudad donde vive usted?

ANEXO IV

Preguntas para tener en cuenta al momento de la Observación y análisis de los programas o segmentos deportivos donde participan mujeres en la ciudad de Machala.

1. ¿Tienen el mismo tiempo de intervención que un hombre?
2. ¿Tienen conocimiento sobre el tema?
3. ¿Por qué características se destaca?
4. ¿Qué trato recibe?

ANEXO V

Banco de preguntas a los medios de comunicación donde no laboran las mujeres en el área deportiva

1. ¿Porque no hay mujeres trabajando en el área deportiva?
2. ¿Considera importante el título universitario?
3. ¿Ud. cree que las mujeres tiene obstáculos al momento de participar en el área deportiva?
4. ¿Por qué cree que las mujeres deciden trabajar en el área deportiva?
5. ¿El salario de ellas con relación al de un hombre es?
6. ¿Qué característica cree Ud. que considera importante para destacar en el periodismo deportivo?

ANEXO VI



Foto 1. Encuesta a Karen Rubio de la radio UTMACH.



Foto 2: Encuesta a Diana Córdova del medio digital Salseros en el Deporte.



Foto 3: Entrevista a Lcdo. Washington Barrezueta, director de Radio Vía.