



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL CONTENIDO
RADIAL: CASO RADIO DIBLU, PROGRAMAS SEÑOR DEPORTES Y
PATEANDO TACHOS

OYOLA GUAMAN LIZBETH DEL CISNE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

ROGEL IMAICELA KAREN YANINA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL
CONTENIDO RADIAL: CASO RADIO DIBLU, PROGRAMAS
SEÑOR DEPORTES Y PATEANDO TACHOS

OYOLA GUAMAN LIZBETH DEL CISNE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

ROGEL IMAICELA KAREN YANINA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
ANÁLISIS DE CASOS

ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL CONTENIDO RADIAL:
CASO RADIO DIBLU, PROGRAMAS SEÑOR DEPORTES Y PATEANDO TACHOS

OYOLA GUAMAN LIZBETH DEL CISNE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

ROGEL IMAICELA KAREN YANINA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MOROCHO OCAÑA GABRIELA ANDREA

MACHALA, 29 DE ABRIL DE 2021

MACHALA
2021

Titulación Deporte

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

uvadoc.uva.es

Fuente de Internet

2%

2

publicaciones.autonoma.edu.co

Fuente de Internet

1%

3

www.revistacultura.com.pe

Fuente de Internet

1%

4

perio.unlp.edu.ar

Fuente de Internet

<1%

5

pt.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 60 words

Excluir bibliografía

Activo

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

Las que suscriben, OYOLA GUAMAN LIZBETH DEL CISNE y ROGEL IMAICELA KAREN YANINA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL CONTENIDO RADIAL: CASO RADIO DIBLU, PROGRAMAS SEÑOR DEPORTES Y PATEANDO TACHOS, otorgan 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 tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran 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.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen 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 abril de 2021



OYOLA GUAMAN LIZBETH DEL CISNE
0707064747



ROGEL IMAICELA KAREN YANINA
0705825495



DEDICATORIA

Dedico de manera especial este trabajo de titulación a Dios, por guiarme siempre por el camino del bien, así mismo, a mis padres, en especial a mi madre por el apoyo incondicional a lo largo del camino, sin ellos no estaría hasta dónde estoy, también a mi familia en general y amigos que han estado presentes en diversos momentos de mi vida.

Lizabeth del Cisne Oyola Guamán

El presente trabajo de titulación está dedicado a Dios, por ser mi guía y protector en todo momento; y a mis padres por ser el pilar fundamental de mi vida, por ser mi fortaleza y mi inspiración cada día.

Karen Yanina Rogel Imaicela

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todas las bendiciones que he recibido a lo largo de mi vida, también a mi familia por brindarme su apoyo y motivación, y a mis amigos por confiar en mí y estar constantemente conmigo en todo el proceso de estudio.

Lizabeth del Cisne Oyola Guamán

Agradezco a Dios, a mis padres, especialmente a mi madre Rosa Imaicela, quien se preocupó cada día, y estuvo pendiente de mí, brindándome su amor y apoyo incondicional, a mi familia y amigos, quienes fueron mi soporte a lo largo de este proceso académico. A mis docentes por la paciencia y la enseñanza a lo largo de estos cuatro años de estudio.

Karen Yanina Rogel Imaicela

**ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL CONTENIDO
RADIAL: CASO RADIO DIBLU, PROGRAMAS SEÑOR DEPORTES Y
PATEANDO TACHOS.**

**Autoras: Lizbeth del Cisne Oyola Guamán
Karen Yanina Rogel Imaicela**

C.I 0707064747

C.I 0705825495

loyola1@utmachala.edu.ec

krogel2@utmachala.edu.ec

Coautora: Gabriela Andrea Morocho Ocaña

RESUMEN

A comparación con los hombres, las mujeres en el periodismo deportivo son juzgadas en ocasiones por el simple hecho de ser mujeres, por el poco conocimiento o por el aspecto físico, de esta manera ellas tienden a tener menor oportunidad laboral en los diferentes medios deportivos. Sin embargo, con el pasar del tiempo la mujer va tomando espacio, posicionamiento y representatividad en segmentos de deportes, hoy en día, varios directores de programas ya les brindan la confianza para poder ejercer algún rol dentro de los programas, de esta manera, en la sociedad va quedando de lado el estereotipo de que solo los hombres están capacitados para brindar información relacionada al deporte, a raíz de lo antes mencionado nace el presente trabajo de investigación, donde tiene por objetivo analizar la participación de la mujer en los programas Señor Deportes y Pateando Tachos, transmitidos por Radio Diblu, de la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Para la obtención de resultados se utilizó la metodología de naturaleza cuanti-cualitativa, desde la perspectiva cuantitativa se efectuó el análisis de contenido de ambos programas, para conocer el tiempo, espacio y participación de la mujer durante la programación de Señor Deportes y Pateando Tachos, en donde también se elaboró una tabla (clipping o matriz), en donde se clasificaron distintos parámetros para su estudio, así mismo, con el fin de obtener percepciones de la audiencia, se aplicó la técnica de la encuesta que fue dirigida a 30 personas, bajo los criterios de rango de edad de 22 a 35 años. Mientras que, para la naturaleza cualitativa, se realizaron entrevistas semiestructuradas a periodistas profesionales que laboran dentro de los diferentes programas deportivos.

Una vez aplicada la metodología de investigación, mediante el análisis de contenido se obtuvo como resultado que, la participación de la mujer en los programas radiales deportivos ya va apareciendo con frecuencia, considerando que aún no al nivel de los hombres, porque ellos dentro de estos espacios ejercen diferentes roles al mismo tiempo, sin embargo, la mujer por ahora desempeña solo uno, ya sea como comentarista, borde de campo o informadora. Respecto a la encuesta, más del 50% de la audiencia considera que la presencia femenina en los espacios deportivos en los medios de comunicación aún es baja, esto debido a la poca confianza que les brindan, no obstante, los encuestados piensan que su intervención en los mismos es buena. Las entrevistas semiestructuradas a los profesionales deja como resultado que, pese a que se les ha brindado la oportunidad y espacio a muchas mujeres en el periodismo deportivo, quienes, además son un elemento importante dentro de los diferentes medios, a pesar de aquello, aún falta igualdad de género, ya que en ciertos programas deportivos, sigue existiendo el machismo, discriminación, vulneración a sus derechos, y actualmente ha aparecido el celo profesional por parte de los hombres hacia ellas, debido a que las mujeres día a día se preparan más, toman cursos, realizan capacitaciones, superando a sus compañeros de trabajo, inclusive maestrías especializadas en deporte, como es el caso de Mariapaz Maldonado, quien es la primera mujer en dirigir una radio de carácter deportiva a nivel nacional.

Palabras claves: Participación - imagen de la mujer - programas deportivos - periodismo deportivo - mujer en el periodismo deportivo - igualdad de género.

ANALYSIS OF THE PARTICIPATION OF WOMEN IN RADIO CONTENT: RADIO DIBLU CASE, SEÑOR DEPORTES AND PATEANDO TACHOS PROGRAMS.

**Auturas: Lizbeth del Cisne Oyola Guamán
Karen Yanina Rogel Imaicela**

C.I 0707064747

C.I 0705825495

loyola1@utmachala.edu.ec

krogel2@utmachala.edu.ec

Coautora: Gabriela Andrea Morocho Ocaña

ABSTRACT

Compared to men, women in sports journalism are sometimes judged by the simple fact of being women, by little knowledge or by the physical aspect, in this way they tend to have less job opportunity in different sports media. However, as time goes on, women are taking space, positioning and representativeness in sports segments, today, several program managers already give them the confidence to be able to play some role within the programs, in this way, in society the stereotype that only men are trained to provide information related to sport following the above is born the present research work, where it aims to analyze the participation of women in the programs Señor Deportes and Pateando Tachos, broadcast by Radio Dibu, from the city of Guayaquil, Ecuador.

For the obtaining of results, the methodology of a quantitative nature was used, from a quantitative perspective the content analysis of both programs was carried out, to know the time, space and participation of women during the programming of Mr. Sports and Kicking Tachos, where a table (clipping or matrix) was also developed, where different parameters were classified for their study , also, in order to obtain perceptions of the audience, the survey technique was applied which was aimed at 30 people, under the age range criteria of 22 to 35 years. While, for the qualitative nature, semi-structured interviews were conducted with professional journalists working within the different sports programs.

Once the research methodology was applied, content analysis resulted in women's participation in sports radio programs already appearing frequently, considering that not yet at the level of men, because they within these spaces exercise different roles at the same time, however, women for now play only one , either as a commentator, field border or informant. Regarding the survey, more than 50% of the audience believes that the female presence in sports spaces in the media is still low, due to the low confidence they are given, however, respondents think their intervention in them is good. Semi-structured interviews with professionals leave us as a result that, although the opportunity and space has been given to many women in sports journalism, who are also an important element within the different media, despite that, there is still a lack of gender equality, since in certain sports programs, machismo, discrimination, violation of their rights continues to exist , and currently professional zeal has appeared on the part of men towards them, because women are preparing more every day, take courses, perform trainings, surpassing their co-workers, including masteries specialized in sport, as is the case of Mariapaz Maldonado, who is the first woman to direct a sports radio nationally.

Keywords: Participation - image of women - sports programs - sports journalism - woman in sports journalism - gender equality.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I	11
1. GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO	11
1.1 Definición y contextualización del objeto de estudio	11
1.2 Hechos de interés	12
1.3 Objetivos de la investigación	14
OBJETIVO GENERAL	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
CAPÍTULO II	15
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA-EPISTEMOLÓGICA DEL OBJETO DE ESTUDIO	15
2.1 Definición de Periodismo	15
2.2 Historia del periodismo deportivo	15
2.3 La radio en el periodismo deportivo	16
2.4 El periodismo deportivo como profesión	17
2.5 Programas deportivos	18
2.6 Programas deportivos radiales	18
2.8 La mujer en el periodismo deportivo	19
2.9 Machismo y violencia de género dentro del periodismo deportivo	20
2.10 La participación e imagen de la mujer en periodismo deportivo	20
2.11 Relevancia social de la mujer en el periodismo deportivo	21
2.12 Presencia de mujeres en el periodismo ecuatoriano	21
2.13 El periodismo deportivo radial en Ecuador	22
2.14 La mujer en el periodismo deportivo radiofónico ecuatoriano	23
CAPÍTULO III	24
3. PROCESO METODOLÓGICO	24
3.1 Diseño o tradición de la investigación seleccionada	24
3.2 Proceso de recolección de datos en la investigación	24
3.3 Sistema de categorización en el análisis de datos	27
CAPÍTULO IV	29
4. Resultados de la investigación.	29
4.1 Análisis de la participación que tiene la mujer en los programas deportivos Señor Deportes y Pateando Tachos, en la programación de Radio Diblu.	29
4.1.1 Análisis de contenido de la participación de la mujer en los programas deportivos Señor Deportes y Pateando Tachos de Radio Diblu.	29

4.2 Sistematización de entrevistas a los profesionales y especialistas deportivos sobre la participación de la mujer en los programas radiales.	30
4.4 Descripción y argumentación teórica de resultados.	38
4.4.1 Análisis de contenido	38
4.4.2 Encuesta	39
4.4.3 Entrevista	39
4. 5 CONCLUSIONES	40
4.6 Recomendaciones	41
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42
ANEXOS	49
Anexo 1: Banco de preguntas elaboradas para las entrevistas a los periodistas profesionales.	49
Anexo 1.1 Entrevista realizada a seis periodistas profesionales que laboran en el ámbito deportivo.	49
Anexo 1.3 Fotografías de entrevistas realizadas a periodistas deportivos.	64
ANEXO 2 Clipping de los programas Pateando Tachos y Señor Deportes.	65

INTRODUCCIÓN

Según datos presentados por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de Educación Superior (CEAACES), en el 2013, se indicó que las mujeres representan el 56% de la población estudiantil en 9 universidades del país. Por otro lado, en el 2015 el Registro Público de Medios del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), señaló que son 17 mil trabajadores en medios de comunicación, de los cuales solo el 36% son mujeres. Es decir, pese a que las mujeres son quienes estudian más esta especialidad, su presencia en el campo laboral es menor a la de los hombres. (Hernández, 2016, p.2-3). Es por ello que surge el interés por realizar esta investigación.

En el capítulo I se desarrolla las generalidades del objeto de estudio, donde se define y se contextualiza el periodismo deportivo, la labor de los profesionales que incursionan en esta rama y la manera de difundir el periodismo deportivo a través de los medios tradicionales, también se detallan los hechos de interés, las preguntas y los objetivos de la investigación.

El capítulo II se orienta a la fundamentación teórica- epistemológica del objeto de estudio, en este proceso se expone de manera detallada el desarrollo de la investigación donde se encuentran temas relacionados al proyecto como: Historia del periodismo deportivo, el periodismo deportivo como profesión, programas deportivos radiales, la mujer en los medios de comunicación y género, la mujer en el periodismo deportivo, machismo y violencia de género dentro del periodismo deportivo, la participación e imagen de la mujer en el periodismo deportivo, relevancia de la mujer en el periodismo deportivo, entre otros.

En el capítulo III se da a conocer de manera minuciosa cuáles son las técnicas de investigación, donde se empleó el método de naturaleza cuanti-cualitativa. Para determinar la naturaleza cuantitativa se aplicó el análisis de contenido o clipping de información, en esta parte, se analizó la participación que tiene la mujer en los programas deportivos Pateando Tachos y Señor Deportes, emitidos por Radio Diblu, a medida que se realizaba aquello, se efectuó una matriz que contenía diferentes parámetros, entre ellos: horario, participación, comentario que emite la mujer, espacios, participantes, etc. Asimismo, dentro del método cuantitativo se llevó a cabo una encuesta dirigida a la audiencia bajo el rango de edad de 22 a 35 años, dentro del formulario existieron 8 preguntas, todas en relación a la participación de la mujer en el periodismo deportivo. Para conocer la perspectiva, experiencias, y opinión sobre la incursión de las mujeres en el periodismo deportivo, se realizó la técnica de entrevista dirigida a Karolina Dávila, Mariapaz Maldonado, Karol Chamorro, Daniela Veloz, Winston Pineda y Alan Leyva, periodistas deportivos que incursionan en diferentes programas de esta rama.

Para finalizar, en el capítulo IV se muestran los resultados obtenidos en la investigación, donde se presentan los análisis de las diferentes técnicas de investigación, luego están las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Definición y contextualización del objeto de estudio

El periodismo deportivo está basado en informar de manera profunda las noticias más destacadas de interés público a nivel local, nacional e internacional. El periodista como profesional debe contrastar, sintetizar, jerarquizar y publicar la información obtenida; además tener conocimientos adquiridos a través de las vivencias, una gama de aprendizajes; también relacionarse con personajes del área deportiva, entre ellos: jugadores, directores o deportivos técnicos, entre otros.

Por otra parte, es una especialidad a la que se le cuestiona su calidad, pues el periodista dedicado a comunicar e informar sobre deportes se concibe como un profesional superficial, apasionado y con poco deseo de respetar las normas idiomáticas y la ética fundada en la veracidad, la confrontación de las fuentes, la separación entre la información y la opinión, la independencia y la responsabilidad social. (Ángulo Rincón & Moreno Cano, 2016, p. 12 - 13). Es importante para el profesional visitar estadios o lugares donde se desarrolla la competencia, el partido o carrera, leer libros históricos y trascendentales, finalmente y no menos importante también tener un nivel académico que determine llevar a cabo su funcionalidad de forma exitosa.

En el mundo informativo hay toda clase de tendencias periodísticas que van desde la imparcialidad al realizar su labor, es decir, sin apego emocional a ningún club en concreto, hasta los que son hinchas de un equipo en particular.

En el campo radial, manda de manera general el modo de difundir información, teniendo comentarios acertados, la voz es el poder de convencimiento de los periodistas para que el público quede satisfecho con la información brindada, procurando el tiempo que es el enemigo más grande de los profesionales que se presentan en programas en vivo.

En la televisión, el fuerte de este medio son las imágenes, los audiovisuales, ya que ofrecen una mejor comprensión de la verdad, asimismo, esto conlleva a tener una más grande responsabilidad como profesionales, debido a que obtiene la atención de la audiencia de una forma más rápida. El profesionalismo de los periodistas se plasma en los audiovisuales, reportajes e incluso en las transmisiones en vivo, provocando así que la credibilidad aumente en el público receptor.

No cabe duda que el periodismo deportivo despierta, enciende y propaga emociones. Los diarios especializados, los programas radiales, televisivos y los portales web tienen que documentarse con datos verídicos y oportunos de los encuentros o campeonatos en las diversas disciplinas deportivas; información como resultados, consecuencias de los resultados, jugadas claves y definatorias, perfil del rival o rivales, detalles del encuentro, condiciones climáticas, entre otros. (Universidad de San Martín de Porres, 2016)

El periodismo deportivo, hoy en día también es tendencia a nivel digital, porque debido a las nuevas plataformas virtuales, existen medios que les ha tocado también acoplarse a una nueva manera de informar, a través de las redes sociales. No obstante, a pesar de poseer una dimensión intrínsecamente local o nacional, el deporte se ha consolidado como un fenómeno de naturaleza global, fundamentalmente por el alcance y el seguimiento de las retransmisiones televisivas y, más recientemente, como consecuencia del desarrollo imparable del nuevo entorno 2.0, webs, blogs y redes sociales en tanto que plataformas universales de producción de contenidos. (Rojas Torrijos, 2014)

1.2 Hechos de interés

En una investigación realizada por David Paredes y Omar Sierra en el 2011 sobre la profesionalización del periodismo deportivo en el Ecuador, se establece que a partir de 1920 se empieza a generar las primeras informaciones deportivas sobre el fútbol barrial, el box, y la natación. (Paredes Vásquez & Sierra Murillo, 2011). A partir de esto, poco a poco el periodismo deportivo empezó a tomar presencia y espacio en diferentes medios de comunicación locales.

Según Robín Novoa, periodista deportivo, los medios de comunicación que contienen programas deportivos empiezan a tomar fuerza a partir de que Ecuador consigue su primera clasificación a un mundial de fútbol, Corea-Japón 2002, “Yo en ese entonces trabajaba en Ecuavisa y recuerdo que este hecho implicó una cobertura masiva de la prensa deportiva del país, era algo histórico, la prensa tenía que estar ahí y los ecuatorianos querían enterarse de lo que sucedía” (Novoa, 2017).

A lo largo de la historia las mujeres han luchado por insertarse profesionalmente en este tipo de periodismo, el cual está posicionado actualmente como deportivo, ya que tiene vínculos con ejercicios físicos y deportes en general. A pesar de ello, aún no es visible la participación de ellas en esta rama de la comunicación. Ya en este momento inicial ubicamos formas de reproducción social entre la relación deporte y género. (Elizabeth & Clavijo Loor, 2016). Sin

embargo, hoy en día, en diferentes segmentos o programas deportivos a nivel nacional ya existe la presencia femenina.

La Ley Orgánica de Comunicación (Ecuador, 2013) en el país tiene una intención establecida que es la equidad de género, cuyo propósito es que las mujeres sean insertadas en áreas donde habitualmente laboran los hombres.

Art.- 43.- Composición laboral de los medios de carácter nacional. - Los medios de comunicación social de carácter nacional conformarán su nómina de trabajadores con criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres, interculturalidad, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional.

La mujer se ha visto relegada a un segundo plano en muchos espacios profesionales; el periodismo deportivo no es la excepción. Bajo este precepto probablemente las damas, no tienen el mismo espacio superior que cumple el hombre en esta rama. En el periodismo deportivo existen roles que de alguna manera determinan jerarquías: narrador, comentarista, reportero y borde campo. La mayoría de periodistas deportivas en el Ecuador ocupan los puestos o roles catalogados de menor impacto o de baja importancia.

Hoy en día, la representatividad del género femenino en los medios de comunicación, específicamente en los segmentos deportivos va creciendo. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la mujer hace muchos años no era valorada en estos espacios, de hecho, su presencia aún no es tan visible, o al menos aún efectúan roles que desarrollan los hombres, sobre todo si se habla de fútbol, que es considerado el rey de los deportes. Para el académico ecuatoriano Fernando Carrión el fútbol va mucho más allá de ser una actividad que empezó siendo para que los seres humanos no se aburran, actualmente el fútbol se ha convertido en un referente de identidad de cada pueblo y cultura. Alcanzando la popularidad a nivel mediático y económico (Carrión, 2006, p. 1)

Según Alberto Astudillo, productor de deportes de Teleamazonas, él recuerda a Julieta Estrella como la primera periodista deportiva en comentar un partido de fútbol en el Ecuador, asimismo, recuerda a Martha Córdova, que ya lleva dos mundiales en su trayectoria periodística. Sin embargo, la mujer en esta profesión se encuentra con diferentes obstáculos que vencer, entre ellos las oportunidades que los medios de comunicación no les brindan.

En una entrevista con Soledad Rodríguez, periodista deportiva de Ecuador Tv y Fútbol Fm, cuenta que en su debut como reportera deportiva, cuando apenas tenía 18 años le pidió una

entrevista a un jugador de Liga de Quito, la respuesta del futbolista fue “te doy la entrevista si me aceptas un café”. Con este relato, se puede interpretar que las periodistas aún deben enfrentar una barrera que probablemente los hombres no la tengan y se malinterpreta la labor de la mujer en esta profesión. Está claro que ya existe mayor presencia femenina en el ámbito periodístico logrando obtener un espacio en el lo deportivo, sin embargo, aún es todo un reto. También hay que destacar que con el pasar del tiempo, las periodistas deportivas están demostrando que están capacitadas para comunicar información deportiva.

Con base a lo anteriormente planteado se considera para el desarrollo de la investigación las siguientes preguntas:

- ¿Las mujeres tienen igualdad en la participación frente a los hombres en el periodismo deportivo?
- ¿Cuáles han sido los cambios más notorios en el periodismo deportivo desde que la mujer participa en este campo?
- ¿Cuál es la imagen que se proyecta de la mujer en los programas transmitidos por Radio Diblu?

1.3 Objetivos de la investigación

OBJETIVO GENERAL

- Analizar la participación de la mujer en el contenido radial deportivo emitidos en los programas Señor Deportes y Pateando Tachos transmitidos por Radio Diblu.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la participación que tiene la mujer en los programas deportivos Señor Deportes y Pateando tachos, en la programación de Radio Diblu.
- Analizar el contenido radial de los programas deportivos Señor Deportes y Pateando Tachos emitidos por Radio Diblu en el periodo de investigación.
- Conocer la percepción de los profesionales y especialistas deportivos sobre la participación de la mujer en los programas radiales dentro del contexto analizado.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA-EPISTEMOLÓGICA DEL OBJETO DE ESTUDIO

2.1 Definición de Periodismo

El ejercicio del periodismo se relaciona con la capacidad que tiene un profesional de buscar, investigar, tratar y redactar información de interés social, esta puede estar relacionada con la política, la cultura, la economía, el deporte, entre otras áreas. La condición necesaria para la construcción de una noticia, es el interés que esta pueda generar entre los usuarios de los diferentes medios de comunicación, su impacto y trascendencia. (San Lucas Vanegas et al., 2020, p.342).

El punto de partida del periodismo siempre será el hombre, tanto el profesional de la información como el público consumidor de esta, ambos partícipes de un intercambio de contenidos también de carácter humano, que da sustento a una relación de valor para la sociedad. Es justo esa esencia, traducida en una naturaleza social de la profesión periodística, la que nos lleva a afirmar que el periodismo es único y que los medios de comunicación son aquellos canales por los que se transmite –en principio–, información de valor para la sociedad. (Robledo Dioses, 2017, p.20).

2.2 Historia del periodismo deportivo

Desde la aparición del deporte, hace miles de años, se introdujeron grandes transformaciones a nivel socioeconómico, tecnológico y cultural en la historia de la humanidad. Lo que conllevó al desarrollo de las comunicaciones y de la información, logrando así expandir una cultura deportiva exitosa a nivel mundial. Rodríguez y Suárez (2020) mencionan que en el año 2000 Javier Díaz sostiene que, “el deporte dejaba de ser un juego para convertirse en un deporte con una serie de funciones sociales muy importantes”. (p.4)

En cuánto las diferentes disciplinas deportivas aparecían, surgió la necesidad de que alguien las difundiera, es por ello que nace el periodismo deportivo a mediados del siglo XIX, específicamente en los países anglosajones, Inglaterra y Estados Unidos. La Organización de los Juegos Olímpicos de Atenas de 1986, fue el evento en donde el periodismo deportivo, dio sus primeros pasos como especialidad, pese al no contar en aquel entonces, como género periodístico, sino como una información estándar a la ya existente (“Sports Management School,” 2020).

La aparición de la prensa deportiva nació en el siglo XIX en Inglaterra, con deportes como el boxeo, el rugby y el fútbol. En Estados Unidos, el periodismo como especialidad demoró mucho tiempo en aparecer, aunque el deporte ya formaba un papel importante en la sociedad y tenía gran popularidad en los periódicos a partir de 1850. Huete (2018) indicó “los nacionalistas vascos se percataron de la creciente importancia que estaba cogiendo el periodismo deportivo y fueron los primeros en cuidar esa información, tanto en diarios, como Excelsior, primer diario deportivo español, como en otras publicaciones de información general” (p. 24).

En Europa, La Gazzetta dello Sport de Italia (1896) o Mundo Deportivo de España, se instauraron como publicaciones de nicho, siendo el boxeo y el fútbol, los deportes más representativos, convirtiéndose en 1910, un fenómeno de masas que atraía gran público que llenaba estadios. Márquez Ramírez & Rojas (2017) explicaron que “Con frecuencia se atribuye al periodismo deportivo la misión de entretener e informar sobre diversas justas deportivas, las que resultan atractivas a un público ávido de tales contenidos” (p. 174).

2.3 La radio en el periodismo deportivo

La radio y el deporte son dos elementos que aparecen ligados desde el nacimiento del medio, un hecho que ha convertido al deporte en un componente indispensable para las emisoras. La evolución y desarrollo de la información deportiva en las emisoras radiofónicas es un reflejo del crecimiento experimentado por la propia radio, un hecho que ha llevado a la creación de emisoras especializadas en deporte (Álvarez, 2018, p. 22)

Con la aparición de la radio, la prensa deportiva tuvo protagonismo absoluto, ya que, a través de este medio de comunicación, se pudo informar de mejor manera a la población, los resultados de los partidos, combates o competiciones. Álvarez (2017) indicó: La aparición de la televisión eclipsó en un primer momento a la radio, pero la vitalidad de este medio la ha llevado a adaptarse perfectamente a las exigencias de la sociedad. La radio representa, educacionalmente, un factor poderoso de penetración en lo que se denomina Tercer Mundo (p. 21)

Con el hallazgo de nuevos medios de comunicación, la radio trajo consigo una renovación radical en la manera de difundir la información, presentando nuevas formas de describir y narrar los eventos deportivos en directo, expandiéndose en los años 1930, 1940 y 1950, dando lugar a la aparición de un nuevo tipo de periodista, denominado locutor deportivo. De acuerdo a Rojas (2017) citado en T. Gonzáles (2019) el lenguaje que emplean los periodistas es trascendente y de interés social, debido a que el contenido de deportes especialmente el fútbol,

es el más consumido, generando mayor impacto en la ciudadanía a nivel mundial, y con el uso de la riqueza retórica y la singularidad emotiva, hacen más relevante el ejercicio periodístico (p. 18)

Los programas radiofónicos deportivos realizaban la narración de varios eventos simultáneamente, con programas que se transmitían a diario, atrayendo gran público oyente. Y a pesar del paso del tiempo y la aparición de nuevas tecnologías como la televisión, el internet y los medios de comunicación digitales, la radio se mantiene en pie, incluso se han combinado entre sí, teniendo aceptación y posición de dominio a nivel mundial. Para Pedrero y García (2019) citado en Zambrano (2020) afirman que la industria radiofónica articula su propia transformación digital para atender las exigencias de unos oyentes convertidos en usuarios activos en todos los canales. La revolución digital ha provocado que la radio no solo se oiga, sino que también se vea, e incluso se toque, y que los oyentes puedan decidir qué, cómo y cuándo consumen, además de poder ser prosumidores de algunos de sus contenidos (p. 3)

2.4 El periodismo deportivo como profesión

Dentro del periodismo deportivo existe gran competitividad. En la actualidad, se puede observar en los medios de comunicación masivos a ciertos deportistas y entrenadores, quienes valiéndose de su trayectoria en el campo comparten espacios con los periodistas. Al respecto, Palumbo (2015) citado en Peschiera (2016) manifiesta que dicha combinación podría lograr un buen resultado: “el entrenador o ex deportista puede dar su punto de vista desde su propia experiencia y el periodista ser el conductor y el analista de la información” (p 187). Por su parte, Román (2015) citado en Peschiera (2016) opina lo siguiente:

Existe una tendencia cada vez más generalizada de que los ex deportistas nos acompañen en los paneles de discusión. Su aporte es valioso porque nos dan detalles inéditos de la interna de un grupo o selección. Sin embargo, los periodistas somos los profesionales que estamos preparados para difundir la información. Además, no tenemos que quedar bien con nadie. Jorge Barraza, reconocido periodista argentino, decía que la opinión del ex deportista nunca será demasiado rígida porque siempre tendrá que guardar lealtad a sus excompañeros. Entonces la crítica más objetiva debería provenir del periodista que tiene que hacer respetar su puesto y espacio dentro del medio. (p.187).

Para incursionar dentro del periodismo deportivo es necesario tener la preparación adecuada, invertir tiempo y conocer los diferentes aspectos de las disciplinas deportivas para realizar una transmisión impecable, hacer buenas entrevistas y emitir hacia el público información de

calidad. Para Molina (2015) citado en Peschiera (2016) “los periodistas deportivos necesitan avanzar al compás que dicta esta época, percatarse de la importancia de los contenidos que generan y de la exigencia que un mundo globalizado y de respuesta inmediata acarrea”. (p. 188).

2.5 Programas deportivos

A partir de 1958 comienzan a emitirse los primeros programas sobre deporte. Estos tenían una duración breve y en ellos se ofrecían información de actualidad deportiva del fin de semana, sobre todo de fútbol. Algunos de estos fueron Mañana fútbol, que hacían previas de los partidos del domingo; Pantalla deportiva que incorporaba más imágenes, o Hablando con Di Stefano, donde el entonces futbolista opinaba sobre la actualidad deportiva. También nacieron programas educativos como Las reglas del fútbol o El arte de nadar, los cuáles ahora no tienen cabida en la parrilla televisiva. Otros como Noticiero Deportivo, con un corte más informativo o La Quiniela, que se centraba en la promoción de las apuestas -llama la atención puesto que actualmente algunos programas de deporte dedican un espacio a la promoción de estas también se estrenaron a finales de los años 50. (González, 2019, p. 13).

Actualmente el periodismo deportivo le está apostando a nuevos formatos, y con la llegada de la nueva era digital, muchos medios de comunicación se han renovado y reorientado en la presentación de sus productos comunicativos. Entre ellos sobresalen los elementos visuales, gráficos, reportajes y piezas narrativas que complementan la labor periodística. De la misma manera, los medios de comunicación tradicionales tanto en radio, televisión y prensa escrita, emplean lineamientos innovadores para no perder la audiencia que se han ganado a lo largo del tiempo.

2.6 Programas deportivos radiales

En el ámbito radiofónico, los programas deportivos copan las principales cifras de audiencia tanto en la franja nocturna intersemanal como en fines de semana, mientras que en televisión las emisiones más vistas de cada año siguen siendo las de temática deportiva. (Rojas, 2021, p.2).

El primer programa radiofónico deportivo en España nació en 1952 con el nombre de Carrusel Deportivo. Fue creado por Vicente Marc y se emitía los domingos por la tarde en la Cadena SER. Su principal competidor en ese entonces RNE (Radio Nacional de España) creó Tablero Deportivo, que aunque era del mismo formato, tenía una duración menor. En 1955 apareció un

tercer programa, Domingo Deportivo Español, emitido por REM (Red de Emisoras del Movimiento) y presentado Juan Martín Navas. (González, 2019, pág. 17)

2.7 La mujer en los medios de comunicación y género

La batalla de los medios informativos y equidad de género es constante, muchos creen que la realidad de hoy, ya no es la de antes, pero, en el mundo de los mass media, existen, aún, bastantes limitantes. La presencia de las mujeres en los medios de comunicación es escasa, irreal y desequilibrada, pocas veces aparecen las mujeres y cuando lo hacen suelen hacerlo en secciones con menor importancia, tales como cultura o sociedad, no en secciones consideradas más importantes como economía o política, según (Martínez, et, al, 2020 citado en Gallego, et, al, 2002).

Actualmente se ha abierto el espacio para las mujeres en muchos ámbitos como: políticos, de salud, deportivos, sociales, económicos, y muchos más, debido a la preparación que ellas poseen, al esfuerzo, al sacrificio, a las ganas de no ser derrotadas, producto del arduo trabajo que realizan, y no por “obligación” por “agradar” o por “enganche”. En el campo periodístico aún existen las diferencias de género, pese la evolución social y el nivel de educación de los profesionales, sin embargo, los medios de comunicación tienen la obligación de fomentar la equidad e igualdad para tener una sociedad menos prejuiciosa y uniforme. (Vega, Ávalos, 2016, p. 1).

2.8 La mujer en el periodismo deportivo

El periodismo deportivo ha significado uno de esos universos que históricamente han estado dominados por el mal llamado “sexo fuerte” en donde se ha impuesto a el hombre como superior a la mujer en todos los sentidos, lo que influye en la construcción de la realidad. En Cuba, esta especialidad tuvo sus inicios en el período de dominación española, y fue solo tras el triunfo de la Revolución que la mujer obtuvo una verdadera representación en ella. (González Pino & Paz Martín, 2016, p.2)

Hoy en día existe pluralidad en cuanto a gustos relacionados con el deporte en la sociedad, más aún en los espacios que tiempo atrás estaban vetados para las mujeres, es por ello que el periodismo deportivo ha significado en la mujer, ejemplo de superación, rompiendo mitos y barreras, demostrando empoderamiento a través de la comunicación inmersa en el deporte, que hace décadas era considerada una profesión únicamente para hombres. (Ontaneda Andrade et al., 2020, p.9)

2.9 Machismo y violencia de género dentro del periodismo deportivo

En pleno siglo XXI es preocupante la situación que se vive dentro de la prensa deportiva, más aún, la poca importancia que se le da a la presencia de la mujer dentro de este género periodístico, a pesar de la gran inserción y retos que han tenido que atravesar en el mercado laboral. La posición de la mujer dentro de la sociedad no es ajena a la discriminación, todo lo contrario, además la violencia física y psicológica que enfrenta, se ha acentuado en los últimos años. Se refleja hostilidad por parte de la sociedad dominada por un machismo que minimiza la labor de la mujer e impide su realización. (Cáceres Navarro & Vásquez Ampudia, 2020, p. 44).

El uso de descriptores como “reinas”, “princesas”, “mujercitas”, “ángeles” o “bellezas”, así como el énfasis en la feminidad, la vida privada, la pareja y la maternidad (Coche y Tuggle, 2018), siguen siendo frecuentes en la cobertura deportiva, contribuyendo a transmitir y perpetuar los estándares de la feminidad prototípica (Antunovic, 2019). (Ramon Vegas et al. 2020, p.1185).

La exclusión femenina no solo ocurre en los segmentos deportivos, en donde se denota una aparente desigualdad, sino que también sucede en las distintas disciplinas deportivas, terreno en el cual las mujeres, aunque destaquen por sus logros, siguen siendo relegadas en lo que respecta a salario y reconocimiento social, mientras que a los hombres que se desenvuelven en las distintas disciplinas del deporte, se los exalta por sus habilidades, cualidades y méritos, concediéndoles más valor que a la mujer. (Cáceres Navarro & Vásquez Ampudia, 2020, p.45).

2.10 La participación e imagen de la mujer en periodismo deportivo

El periodismo deportivo es todo un desafío para el género femenino. En nuestro país, la información deportiva, en especial la de fútbol, es superlativa. 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. Carola Román comenta al respecto:

“Hace treinta o cuarenta años no podíamos imaginar que existieran tantas mujeres inmersas en lo que se refiere al periodismo deportivo [...] Tengo la suerte de haber nacido en una época donde se está aceptando más el papel de la mujer; ya no podemos hablar de una o de dos chicas en lo que se refiere al periodismo deportivo, ahora el abanico es mucho más amplio, podemos encontrar mujeres en los periódicos, en la televisión, en la radio y ya también comentando un poco de lo que es fútbol, el polideportivo [...] Ha sido muy complicado que la mujer ingrese en

estos ámbitos pero creo que se está logrando sobre todo con la preparación” (ápod YouTube, 2013). (Peschiera Chanamé, 2016, p. 193).

Para (Calvo & Gutiérrez, 2016) las mujeres tienen una menor representación que los hombres como periodistas en todos sus roles, pero su presencia es aún más baja cuando se trata de reporteros o enviados especiales. La representación de las mujeres deportistas y periodistas es ligeramente más favorable en la cadena pública que en las privadas.

2.11 Relevancia social de la mujer en el periodismo deportivo

A pesar de la lucha que ha llevado a cabo gran parte de la sociedad con respecto a la incursión de la mujer en el mundo del deporte, se ha normalizado la discriminación y la inequidad de género, los salarios para las mujeres son menores, las periodistas y deportistas son regularmente víctimas de acoso y abuso sexual y al denunciar son estigmatizadas, también han sido excluidas o señaladas por su orientación sexual, sumado a esto, sus triunfos no son reconocidos públicamente y, les prohíben además denunciar situaciones irregulares, lo que les ha costado persecuciones y destituciones. (Vargas & Nájar, 2020, p.339).

Los escenarios sociales han cambiado y lo continúan haciendo; y esas transformaciones influyen de diferentes formas en las representaciones sociales de mujeres y hombres. Existe un mayor reconocimiento de la capacidad femenina para protagonizar la esfera pública y aparecen hombres que comparten su rol de proveedor con aspectos del ámbito privado tradicionalmente considerados femeninos. Más, en la mayoría de las ocasiones, aunque se intenta romper con el interés de la hegemonía patriarcal, sutilezas semánticas, frases “inocentes” desnudan y naturalizan comportamientos, estereotipos, formas de pensar que refuerzan ese poder. (Gómez & Pino, 2016, p.469).

Actualmente las mujeres siguen en constante lucha para derrotar sus miedos y demostrar de lo que son capaces para llegar a donde deseen y romper con paradigmas impuestas por la sociedad, que impiden de cierta forma su progreso. Más aún en los programas y estaciones de radio, que con la presencia, participación e imagen de la mujer, atrae un gran número de auspiciantes, porque han logrado que su voz, se conecte con sus oyentes, lo que genera, más ingresos, más audiencia y ventajas para el medio en donde laboran.

2.12 Presencia de mujeres en el periodismo ecuatoriano

El machismo ha sido uno de los más grandes obstáculos en la arena profesional que las mujeres han tenido que enfrentar a lo largo de la historia, y por ello el periodismo deportivo también ha

sido un espacio donde se evidencian relaciones de desigualdad. Si bien es cierto, la discriminación machista no se ha eliminado en su totalidad, la sociedad ecuatoriana ha logrado avances importantes gracias a las acciones colectivas de los movimientos de mujeres, pese a ello no dejan de ser vulneradas por el hecho de querer ser partícipes del mundo deportivo. (Clavijo Loor & Tufiño, 2016, p. 63).

Son pocas las mujeres que han logrado hasta ahora involucrarse en el periodismo deportivo ecuatoriano, quienes han demostrado el profesionalismo adquirido con gran preparación para poder incursionar en esta área y entre ellas está María Soledad Rodríguez quien a sus 20 años de experiencia en la cancha del periodismo deportivo se ha desenvuelto como toda una jugadora profesional en las grandes ligas, como ella lo define “ha pasado por las verdes y las maduras”. Para llegar a comentar los Mundiales de Alemania 2006, Sudáfrica 2010 y Brasil 2014, empezó desde abajo. Fue la primera mujer ecuatoriana que comentó en un Mundial de Fútbol.

Martha Córdova es otro ejemplo en el periodismo deportivo, actualmente se desenvuelve como editora y redactora deportiva del diario quiteño “El Comercio”, y lo que tuvo que recorrer para llegar a ser la primera y única editora deportiva del Ecuador, y posiblemente de América Latina, fue largo y complicado. Ella ha cubierto los Mundiales de fútbol 2002, 2006, 2008 y 2012; también los Juegos Olímpicos de 2004, 2008 y 2012. Cynthia Wright está ligada a la locución deportiva hace 11 años, actualmente tiene un programa llamado Furia deportiva, que se retransmite por radio La Bruja, es un espacio en donde los fanáticos se enteran de lo que sucede en el mundo deportivo, es una reconocida periodista deportiva que ha viajado a los Mundiales de Estados Unidos 94, Alemania 2006 y Brasil 2014. (Clavijo Loor & Tufiño, 2016, p. 68)

2.13 El periodismo deportivo radial en Ecuador

El Periodismo Deportivo en Quito se remonta a 1922 cuando aparece la primera revista especializada denominada “Revista Deportiva”, la cual hacía referencia y cobertura al atletismo y campeonatos de fútbol barriales, su intención era ocuparse por el progreso de los juegos deportivos en el Ecuador. De acuerdo con entrevistados y especialistas en el periodismo deportivo ecuatoriano, Oscar Portilla y Romero (2014), las primeras emisoras en ser las pioneras en el periodismo deportivo fueron la Radio Quito, Radio Tarqui y Nueva Emisora Central. (Clavijo & Tufiño, 2016 citado en España Muñoz, 2019)

Más tarde, por los 60 's aparecen las primeras estaciones radiales especializadas netamente en deportes. La profesión comenzó a ganar y tener más espacio, tanto en radio como en prensa, con la organización de la Copa América disputada en Ecuador. Posteriormente su evolución siguió con los diferentes éxitos futbolísticos como las clasificaciones de Ecuador a los mundiales y los títulos a nivel continental ganados por Liga de Quito. (Paredes & Sierra, 2011 citado en España Muñoz, 2019).

El periodismo deportivo en Ecuador abarca todos los deportes, sin embargo, el fútbol se ha consolidado como el más influyente en la sociedad, generando pasión no solo en los hombres, sino también en las mujeres demostrando que el fútbol no es cosa solo de ellos. (España Muñoz, 2019 p. 4).

2.14 La mujer en el periodismo deportivo radiofónico ecuatoriano

En Ecuador en la década de los ochentas aparece la primera mujer en ese entonces en atreverse a relatar un partido de fútbol. Muchos de los periodistas deportivos de gran trayectoria recuerdan a Julieta Estrella, colombiana de nacimiento, considerada en Ecuador la primera mujer en relatar un partido de fútbol en radio Tarqui, junto a periodistas de gran recorrido como Oscar Portilla y Pepe Granizo. (Peralta Báez, 2017 citado en España Muñoz, 2019).

Aunque la mujer haya comenzado a ser parte del mundo deportivo, son escasas las radios que cuentan con la presencia femenina en sus noticiarios, programaciones y diferentes transmisiones. Sin embargo, queda demostrado que la mujer sigue ocupando roles de menor jerarquía que los hombres en los diferentes programas de opinión y debate deportivo, siendo aún la participación de la mujer nula. (Peralta Báez, 2017 citado en España Muñoz, 2019)

La mujer al momento de ocupar un rol en un programa deportivo radial debe mostrar sus conocimientos más que su imagen física, pues el compartir con el hombre transmisiones deportivas ya ha sido aceptado por la sociedad, pero solo para hacer entrevistas, reportera de camerino, dar estadísticas y hacer voz comercial, sin embargo, una chica preparada debería arriesgarse a escalar posiciones, cumpliendo el rol del director, del que relata, del que comenta, esto puede resultar inclusive beneficioso para los dueños o gerentes de una radio ya que se lograría generar más recursos económicos. (Viteri & Silva, 2018 citado en España Muñoz, 2019)

CAPÍTULO III

3. PROCESO METODOLÓGICO

3.1 Diseño o tradición de la investigación seleccionada

El presente trabajo de investigación titulado “Análisis de la participación de la mujer en el contenido radial: caso Radio Diblu, programas Señor Deportes y Pateando Tachos”, es realizado por estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Machala.

En el estudio se efectuó la metodología de naturaleza cuanti-cualitativa, desde la perspectiva cuantitativa por el análisis de contenido de ambos programas y encuestas, mientras que en la naturaleza cualitativa a partir de las entrevistas. Con el fin de obtener diferentes percepciones, para así poder obtener una visión general del problema investigado, así mismo, para cumplir con el principal objetivo de la investigación: analizar la participación de la mujer en el contenido radial deportivo emitidos en los programas Señor Deportes y Pateando Tachos transmitidos por Radio Diblu.

3.2 Proceso de recolección de datos en la investigación

Para cumplir con el primer objetivo, se trabajó con un análisis de contenido o clipping de información durante el lapso de dos semanas, posterior a ello, se determinó una matriz para organizar el análisis cualitativo sobre los dos programas de Radio Diblu. El análisis de contenido es descrito como un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes. (Tinto Arandes, 2013).

Con el ánimo de recabar información sobre el tiempo, espacio, participación, de las periodistas durante la programación, en la matriz de información se encuentran los siguientes datos: medio analizado, emisión, horario de transmisión, minutos, bloques, tema de la información, tono de la noticia, tiempo de la noticia, tiempo de duración, participación de la mujer, comentario que se dice, quién emite el comentario, día de transmisión, horario de transmisión, género, formato, bloques o secciones, tipo de producción y tipo de lenguaje utilizado; permitiendo así realizar el análisis respecto a la participación de las periodistas en los programas deportivos Pateando Tachos y Señor Deportes, en las semanas del 08 al 12 de febrero y del 15 al 19 de febrero del 2021.

Mediante la aplicación de la técnica de encuesta se buscó identificar la participación de la mujer en los espacios radiales, debido a la situación por Covid-19 se aplicó a través de formulario en línea. De acuerdo a la definición de la Real Academia Española, Encuesta significa “Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan”. Esta técnica, fue dirigida a 30 personas bajo los criterios de rango de edad de 22 a 35 años, género: Masculino y Femenino, se plantearon 8 preguntas, donde la finalidad era conocer la percepción de la audiencia sobre el periodismo femenino.

Dentro de la recolección de datos para la investigación se realizó la técnica de entrevista semiestructuradas a periodistas profesionales que desempeñan ciertos roles en diferentes programas deportivos. “El principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan –como mínimo- dos personas” (Folgueiras Bertomeu, 2016, p.2).

Perfil de entrevistados:

Daniela Veloz Báez



Periodista deportiva, nacida en la ciudad de Guayaquil, graduada en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana.

Trayectoria:

Comentarista en Radio Caravana 7.50AM (Merengol de los sábados). Locutora y comentarista en Radio Diblu 88.9 FM (Pateando Tachos). Informe y Voz comercial Diblu 88.9 FM.

Alan Leyva Andrade



Periodista, Relacionista Público, Abogado y Actor, graduado en la FACSO.

Trayectoria: Periodista y presentador de noticias en Radio Caravana Tv y Orovisión, Periodista en TVCABLE. Actualmente es Relacionista Público y presentador de noticias en Radio Tricolor TV online.

Winston Pineda



Periodista y relator deportivo, nació en El Guabo, El Oro y estudió en el Instituto Superior de Estudios de Televisión (ITV).

Trayectoria:

Radio Jubones 91.9 Fm, Radio Guabo 106.7 Fm, Radio Machala 104.7 Fm, Medio Digital EgoRtv, Radio La Voz de El Oro, G-SPORT, LigaTV, Radio Salinas y Relato Ecuador.

Karolina Dávila Cedeño

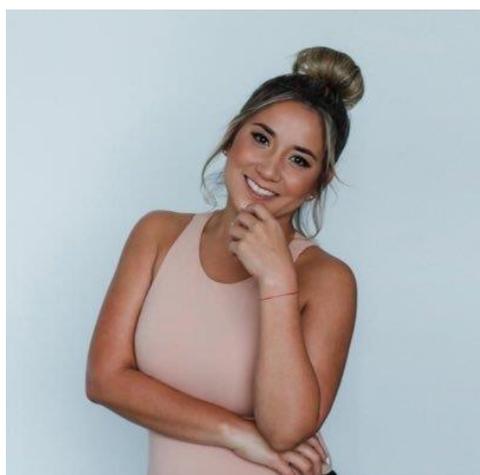


Periodista, Coordinadora y Redactora, nació en Guayaquil, graduada en Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte Guayaquil.

Trayectoria:

Locutora, comentarista, presentadora, informadora y reportera de los programas “Señor Deportes”, “BSC Radio” y “Perfume de Gol” de Radio Diblu 88.9 Fm. Presentadora, redactora, reportera y diseñadora del programa “Marcando Agenda” de Ecuagol TV y Coordinadora en el medio digital Ecuagol.

Mariapaz Maldonado Rubio



Comunicadora Social, nació en Guayaquil, graduada en la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil (FACSO).

Trayectoria:

Locutora en el programa ‘Tiempo Extra’ de radio Diblu., lleva 12 años en el periodismo deportivo, en el Grupo Caravana. Directora de Radio Diblu y actualmente cursa una maestría en Marketing Deportivo.

Karol Stephany Chamorro



Periodista Deportiva, graduada en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador (UCE), lleva 8 años ejerciendo la profesión

Trayectoria:

Formada en La Red, El Comercio y Fútbol Ecuador. Periodista de Conmebol Quito. Trabaja en EcuagolTV FamiliaAlba y RazoTV.

Una vez obtenida la información de los tres objetivos específicos se realizó el análisis general, de esta manera se logró cumplir con el objetivo principal de la investigación.

3.3 Sistema de categorización en el análisis de datos

Variable(s)	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Participación	Se defiende la idea de que la participación se ve atravesada por distintos ejes de dominación (género, raza, clase social, edad, etcétera) (Martínez Palacios, 2018, p.1)	Será medida a través de un análisis de contenido o clipping de información sobre el contenido de los programas Señor Deportes y Pateando Tachos.	Inserción	Tiempo Espacio Importancia
Contenido Radial	Es una experiencia a través de la cual los individuos producen	Se obtuvo resultados aplicando una encuesta dirigida a la	Representatividad	Presencia Importancia

CAPÍTULO IV

4. Resultados de la investigación.

4.1 Análisis de la participación que tiene la mujer en los programas deportivos Señor Deportes y Pateando Tachos, en la programación de Radio Diblu.

4.1.1 Análisis de contenido de la participación de la mujer en los programas deportivos Señor Deportes y Pateando Tachos de Radio Diblu.

Radio Diblu 88.9 FM, es una estación de radio del Ecuador especializada en transmitir programas deportivos, pero, sobre todo, partidos de fútbol en vivo, donde existe la intervención de 14 mujeres y 42 hombres dentro de su parrilla de programación. De lunes a viernes transmiten 11 programas, desde las 06h00 salen al aire con “Gente Común”, hasta las 21h30 cierra su programación con “SinXcesos”. Mientras que los fines de semana son 7 los programas transmitidos, el primero es “Evento Deportivo” y finaliza con “Arena Gammer”.

La participación de la mujer se evidencia en 7 de los 11 programas emitidos de lunes a viernes y en 3 de los 7 programas que se transmiten los fines de semana, haciendo énfasis que en los programas “Perfume de gol” y “Tacos y Botines” son exclusivamente conducidos por mujeres.

Mediante un análisis y clipping realizado durante las semanas del 08 al 12 de febrero y del 15 al 19 de febrero del 2021 en los programas “Pateando Tachos” y “Señor Deportes” de la estación radial antes mencionada, se ha constatado que la participación de la mujer en programas deportivos ha cambiado, y esto ha sido evidenciado en los programas analizados, tomando en cuenta que en investigaciones anteriores la mayoría de las periodistas deportivas que laboraban dentro de los medios de comunicación eran sexualizadas o en algunas ocasiones se dedicaban a promocionar o publicitar marcas.

El programa “Pateando Tachos”, transmitido por Radio Diblu, está conformado por Roberto Bonafont, José Herrera, Daniela Veloz y Andrés Espín, el mismo que se difunde en el horario de 10h30 a 12h30, donde los panelistas realizan opiniones, críticas, análisis y demás, sobre temas deportivos de actualidad y de historia, como LigaPro, Copa Sudamericana, nuevas contrataciones en el fútbol nacional, ecuatorianos en el fútbol extranjero, rendimiento físico de los jugadores, de los técnicos, entre otros.

Al contar con la participación de tres hombres y una sola mujer, se dificulta la comunicación progresiva entre panelistas, al ser Roberto Bonafont, en este caso, un ícono y experto del fútbol a nivel local, quien además es el que tiene más apertura en comparación con sus compañeros, lo que evidencia que falta igualdad y equidad en los tiempos de interacción.

En “Señor Deportes” integrado por cuatro mujeres y cuatro hombres, Walter Ruíz, Nicolás Rivera, Karolina Dávila, Jocelyn Vera, Florencia Alfaro Moreno, Natasha Maldonado, Bolívar Bermello y Darío Araujo, es transmitido de lunes a viernes de 15h30 a 17h00, en el programa comentan todo tipo de contenidos deportivos sin discriminación de género.

Sin embargo, aunque la mujer ha logrado obtener roles importantes en los programas, se nota más la participación de los hombres, las profesionales comentan, opinan y participan, pero su intervención aún continúa siendo mínima a diferencia de los periodistas deportivos. Destacando que, durante el análisis realizado existen aún hombres que interrumpen la participación de la mujer mientras ellas están realizando sus comentarios sobre los temas tratados.

Las periodistas deportivas les dan un toque especial a los programas, lo que provoca que los radioescuchas se conecten y se enganchen aún más a la sintonía, ya que existen espacios de interacción con los oyentes vía Twitter, donde realizan comentarios para enviar saludos a los panelistas o a su vez opinar sobre los diferentes temas que están abordando en vivo. Además, dentro de los programas se deja por momentos de lado el deporte y entran en discusión, análisis y polémica temas sociales que suceden en el instante.

La presencia femenina dentro de estos espacios es fundamental, porque permite también que muchas mujeres se sientan identificadas con ellas y tengan inclinación hacia el deporte, siendo ellas motivación para otras. También se constata la apertura y el espacio que se les brinda a las féminas dentro de un espacio radial que en algún tiempo era únicamente para hombres. Este análisis corrobora lo manifestado por (Ramírez Cardona & Restrepo Soto, 2018, p. 165). El fútbol es pues uno de los deportes más populares del mundo, donde la mayor parte de sus seguidores son hombres, que ha logrado cautivar al género femenino, de tal manera que hoy se ven mujeres futbolistas, hinchas y periodistas que disfrutan de este deporte, o sea que hay un horizonte esperanzador en este ámbito deportivo. Sin embargo, todavía el papel de la mujer está en segundo plano respecto al del hombre y es responsabilidad de la sociedad y de los entes encargados otorgarle a la mujer el lugar que se merece, y más importante aún, la mujer es la encargada de sí misma ella y debe posicionarse como es debido.

4.2 Sistematización de entrevistas a los profesionales y especialistas deportivos sobre la participación de la mujer en los programas radiales.

¿Qué le motivó a ser periodista deportivo/a?

Karol Chamorro, periodista deportiva de Conmebol, manifiesta que, desde pequeña ha nacido su pasión por el deporte, sobre todo, por el hecho que en los programas deportivos no existían mujeres que ejerzan la labor que realizan los hombres, por ejemplo, informar desde el borde de campo y entrevistar a los futbolistas, entonces esa razón hizo que se incline por el periodismo deportivo. Sin embargo, para Karolina Dávila, Daniela Velóz y MaríaPaz Maldonado, periodistas deportivas de Radio Diblu, indican que su motivación surge a lo largo del camino profesional, ya que siempre han querido ser periodistas, pero no focalizadas en el ámbito deportivo, no obstante, por situaciones diferentes han logrado incursionar en el espacio deportivo y actualmente laboran en ello. Winston Pineda, relator y periodista deportivo, expresa que él se motivó por Alfonso Lasso, un personaje reconocido a nivel nacional por la emoción que transmite en cada partido narrando desde el minuto cero al minuto noventa. Por

otra parte, Alan Leiva, Comunicador Social comenta que su motivación nace a raíz de su pasión por el deporte, siendo uno de los más destacados del colegio donde estudiaba, ya que diversos compañeros le realizaban entrevistas.

¿Cómo obtuvo conocimientos respecto al deporte, en especial el fútbol?

Mariapaz Maldonado directora de radio Diblu, considera que en el camino se va aprendiendo, motivo por el cual, los periodistas deportivos deben permanecer en constante aprendizaje, para ello, deben leer mucho, revisar redes sociales, rodearse de personas que sean referentes de profesionalismo, asistir a capacitaciones sobre temas interesantes en torno al mundo del deporte, realizar prácticas en lugares donde se dé la oportunidad, para así obtener conocimientos que ayuden a desarrollar y pulir de a poco el potencial que se lleva por dentro. Alan Leiva y Daniela Veloz manifestaron que han tomado talleres y capacitaciones con Walter Ruiz, quien es reconocido a nivel nacional por sus narraciones y relatos del fútbol, y han visto en él, esa admiración, inspiración e impulso para crecer en esta carrera como periodistas deportivos.

¿Considera usted que las mujeres tienen la misma participación que los hombres en los programas deportivos?

De acuerdo a las respuestas de los periodistas entrevistados, hace más o menos 10 años la participación de la mujer como periodista deportiva era escasa, sin embargo, hoy en día a las féminas ya se les brinda más confianza, más intervención, incluso, aunque en el Ecuador aún no existe algún caso, en otros países ya hay periodistas deportivas que narran partidos, no obstante, también hay programas en los que aún predomina el machismo, dejando a la mujer de lado, según MaríaPaz Maldonado “todavía no es a un nivel 50/50 como debería ser lo lógico”, pero ya hay muchas mujeres que incursionan en el campo deportivo, siempre y cuando ellas tengan la debida preparación para poder ejercer su labor profesional, ya sea en radio, prensa escrita, televisión o medio digital.

¿Cuál es el rol que usted desempeña en su programa?

Las periodistas deportivas entrevistadas se desenvuelven dentro de los medios en los cuales laboran como comentaristas, voz comercial, borde de campo, reportera y locutora, mientras que los hombres relatan partidos de fútbol y realizan la presentación del programa.

¿Considera que solo los hombres tienen la capacidad para desempeñar el rol de periodistas deportivos?

En lo absoluto, tanto las mujeres como los hombres tienen la misma capacidad para ejercer cualquier tipo de rol en el campo deportivo, ya sea de relatora, comentarista, borde de campo e incluso dirigir un programa, además, es muy importante también que las periodistas tengan los conocimientos y preparación necesaria para poder incursionar y dar lo mejor de sí en este espacio. “Las mujeres pueden desenvolverse al 100%, cada vez somos más, pero espero que algún día sea 50/50 también que sean camarógrafas, asistentes de cámaras, entre otros, y que llegue al mismo nivel de los hombres”, manifestó MaríaPaz Maldonado, así mismo, Winston Pineda, enfatiza que la mujer ya se ha ganado el espacio para realizar cualquier función.

¿Existe una verdadera equidad de género en el espacio que se les brinda a las periodistas deportivas?

Actualmente existen muchas mujeres periodistas que trabajan dentro de los medios de comunicación, prensa escrita, radio o TV, sin embargo, Karolina Dávila, periodista de Radio Diblu manifestó que no existe completamente una equidad e igualdad de género,” porque si la hubiera, trabajarían la misma cantidad de hombres y de mujeres dentro de los diferentes programas, y no es así”, enfatizó. De la misma manera Karol Chamorro y Daniela Veloz, dieron a conocer que dentro de los programas en los cuales trabajan les dicen o escuchan comentarios como “las mujeres vayan a la casa a lavar”, o “tú eres mujer, anda y consigue la entrevista con tal jugador”, o palabras ofensivas como “mamita rica” (...) por parte de sus compañeros.

¿Los hombres consideran a las mujeres periodistas capaces de desenvolverse en el mundo deportivo?

Según Daniela Veloz, a muchos hombres aún les cuesta aceptar el tema de la inclusión femenina en el periodismo deportivo, pero existen mujeres con mejor preparación que los varones, es así como poco a poco se va dejando de lado el estereotipo que solo los hombres sirven para brindar información deportiva. Alan Leiva y Winston Pineda, manifiestan que las periodistas son totalmente capaces de informar, analizar y comentar en espacios deportivos. Así mismo, Leiva indica que, las mujeres están dando pasos agigantados y eso ha permitido que ganen espacio en programas que hace 30 o 40 años supuestamente eran solo para hombres. Las comunicadoras que incursionan en el campo deportivo ya forman parte de un elenco donde también existe la presencia de varones, entonces, según los entrevistados, la mujer si es capaz de desenvolverse en el ámbito deportivo.

¿Qué tipo de contenidos comparte la mujer dentro de un segmento deportivo?

Winston Pineda, relator, presentador y comentarista deportivo, indicó que a las mujeres se les brindan espacios como comentaristas, borde de campo, entre otros espacios que se les ha dado la oportunidad, mientras que para Karol Chamorro, periodista de Conmebol no solo se les debe dar apertura a la mujer en los espacios antes mencionados, e indica que a casi ninguna mujer se le permite comentar, ni mucho menos narrar o relatar un partido de fútbol. Daniela más conocida como la “china” Veloz es la voz comercial de Radio Diblu y manifiesta que se desempeña como locutora, comentarista, reportera y además coordina entrevistas con los jugadores, técnicos, etc.,. Así mismo mencionó que se deben aprovechar ciertas ventajas que tienen las mujeres para involucrarse un poco más en este ámbito, siempre y cuando sea un trabajo profesional. También coincide con Karolina Dávila, ambas periodistas del mismo medio, que “las mujeres pueden comentar y argumentar un partido de fútbol porque están capacitadas para hacerlo”.

¿Se les brinda la misma oportunidad a las mujeres que a los hombres dentro de los diferentes espacios deportivos radiales?

Muchas veces sí, sin embargo, cuando la mujer realiza su trabajo en campo, ya sea entrevistando a algún director técnico o jugador, en reiteradas ocasiones las preguntas que ellas realizan no toman mucho peso como las de un hombre, Daniela Veloz, MaríaPaz Maldonado y Karolina Dávila, manifiestan que en el medio donde ellas laboran, Radio Diblu, el ambiente es ameno con los compañeros, ellos les brindan la misma oportunidad para participar. No obstante, Dávila también expresa que, a los hombres se les da más “chance”, porque ellos mientras comentan también dan informes, sin embargo, a las periodistas les asignan una sola tarea que casi siempre es para dar informes.

¿A una mujer se le toma en cuenta el aspecto físico o su nivel socioeconómico para pertenecer a un medio de comunicación deportivo?

Todos los entrevistados coinciden en que, la belleza o el nivel socioeconómico de una mujer no es esencial para formar parte de un medio de comunicación, el conocimiento, el talento, la inteligencia va mucho más allá de un buen cuerpo o una cara bonita, Alan Leiva comenta que hay muchas profesionales que se han ganado su puesto de trabajo porque se han preparado y han sido perseverantes, mientras que también existen chicas muy guapas pero con muy poca cultura general, añadió “yo creo que acá en nuestro medio en la provincia de El Oro, particularmente en Machala la chica guapa, la chica no tan agraciada, la rubia, la peliteñida, la pelinegro o como sea, todas tienen su espacio y se lo han ganado por su capacidad”, a esto Mariapaz Maldonado Directora de Radio Diblu, explicó que las chicas no por ser bonitas, no

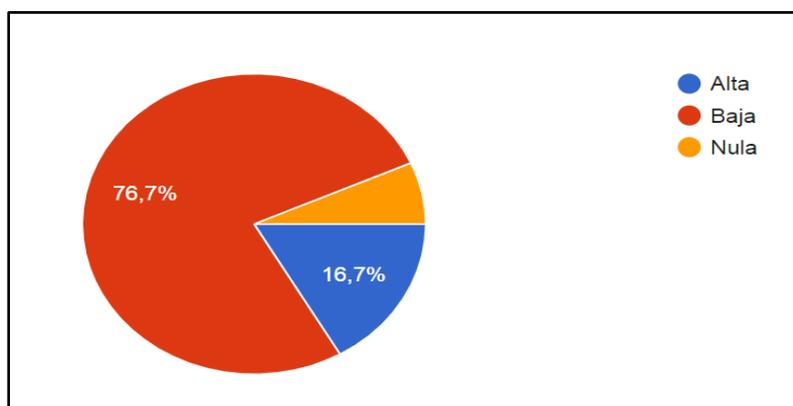
por ser rubias se encuentran dentro de un espacio deportivo, sino porque se lo han ganado y porque son muy necesarias al igual que los chicos, refirió.

¿La mujer que representa dentro de un espacio radial?

Karol Chamorro considera que, la mujer dentro de la radio es el resultado de una lucha constante de varios años, no solamente en el periodismo deportivo, sino también en algunos espacios donde se ha visto a la mujer involucrada en actividades al igual que el hombre, cada día se ve la presencia de más damas y eso es gratificante. Las mujeres en los espacios radiales representan que ellas son capaces de poder estar en diferentes áreas.

4.3 Análisis de la encuesta realizada sobre la participación de la mujer en los espacios radiales deportivos.

Presencia femenina en los programas deportivos radiales.

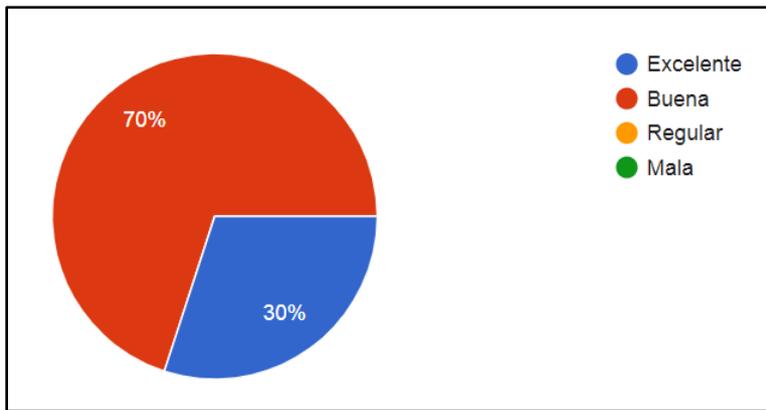


Elaboración: Autoras

INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados, el 76,7% considera que la presencia femenina en los programas deportivos es baja, en cambio, el 16,7% indica que la figura de las periodistas en los espacios o segmentos deportivos es alta, mientras que el 6,6% estima que la presencia de la mujer es nula.

Participación de la mujer en espacios radiales deportivos.

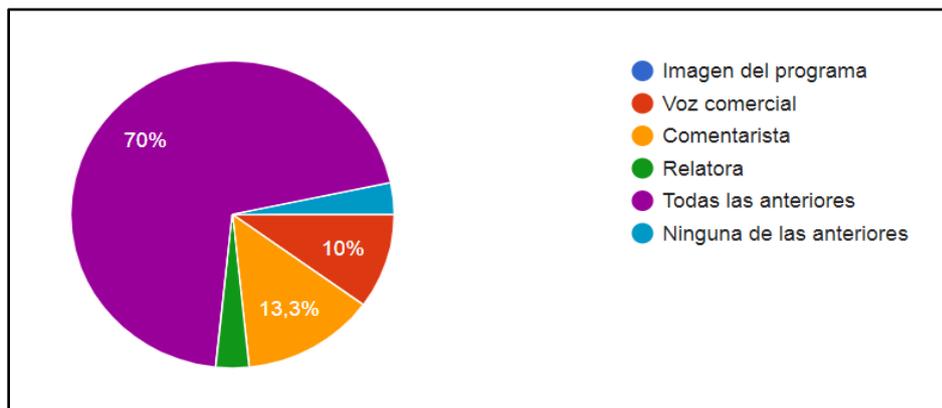


Elaboración: Autoras

INTERPRETACIÓN

Del total de los encuestados, se puede evidenciar que el 70% considera que la participación de las mujeres en los espacios deportivos radiales es buena, mientras que el 30% manifiesta que su participación es excelente.

Rol que deberían ejercer las periodistas en los programas deportivos.

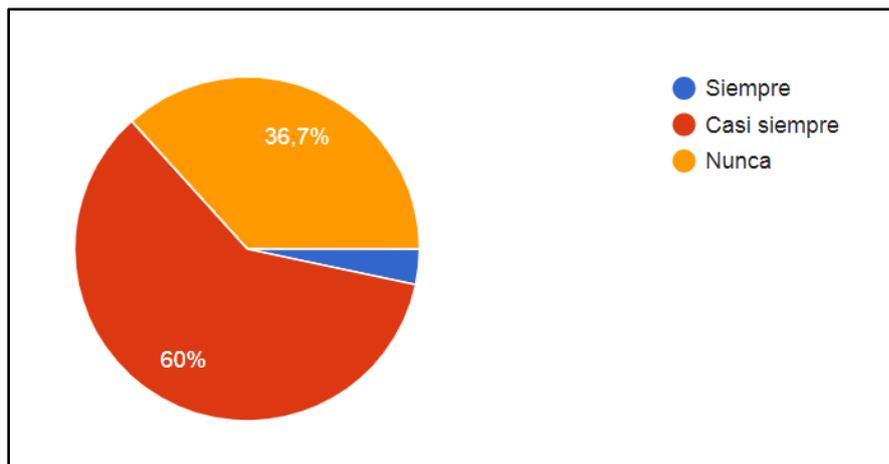


Elaboración: Autoras

INTERPRETACIÓN

Las personas encuestadas respondieron que el 70% de las periodistas deportivas deberían ejercer el rol de: imagen del programa, voz comercial, comentarista y relatora dentro de los programas deportivos, el 13,3% contestó que las periodistas deben ser sólo comentaristas dentro de los espacios deportivos, el 10% manifestó que deben ejercer como voz comercial, el 3,3% como relatora y de igual manera el 3,3 dijo ninguna de las anteriores.

Igualdad entre hombres y mujeres dentro de los espacios deportivos.

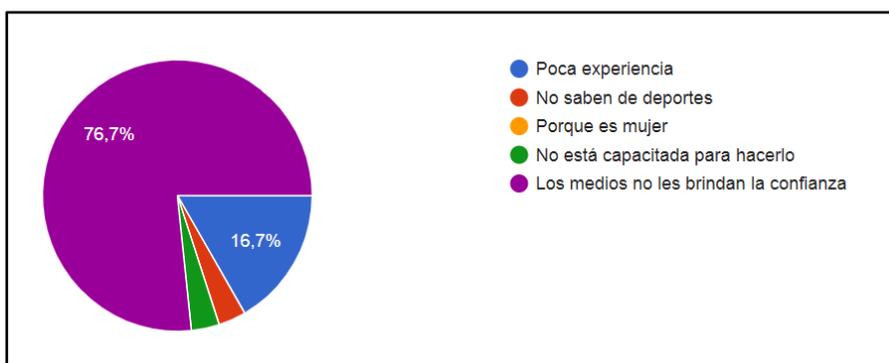


Elaboración: Autoras

INTERPRETACIÓN

Del total de las personas encuestadas, el 60% manifestó que casi siempre existe igualdad entre hombres y mujeres dentro de los espacios deportivos, el 36,7% respondió que nunca ha existido igualdad y el 3,3 % dijo que siempre ha existido igualdad entre hombre y mujeres.

Razón por la que no hay muchas mujeres incursionando en el periodismo deportivo.

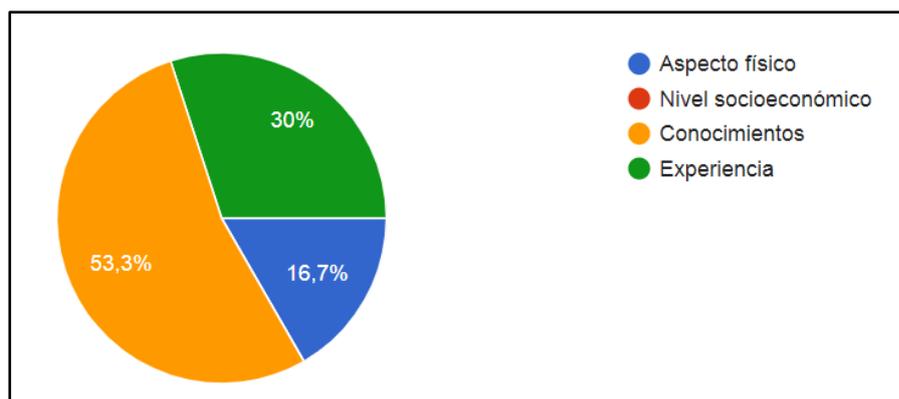


Elaboración: Autoras

INTERPRETACIÓN

Del total de las personas encuestadas, el 76,7% respondió que la razón por la que no hay muchas mujeres incursionando dentro del periodismo deportivo es porque los medios de comunicación no les brindan confianza, el 16,7 % manifestó que por la poca experiencia, el 3,3 % respondió que porque no saben de deportes, al igual que 3,3% dijo que no están capacitadas para hacer, el 3,3%.

Aspecto que se toma en cuenta para que una periodista deportiva labore en un medio de comunicación.

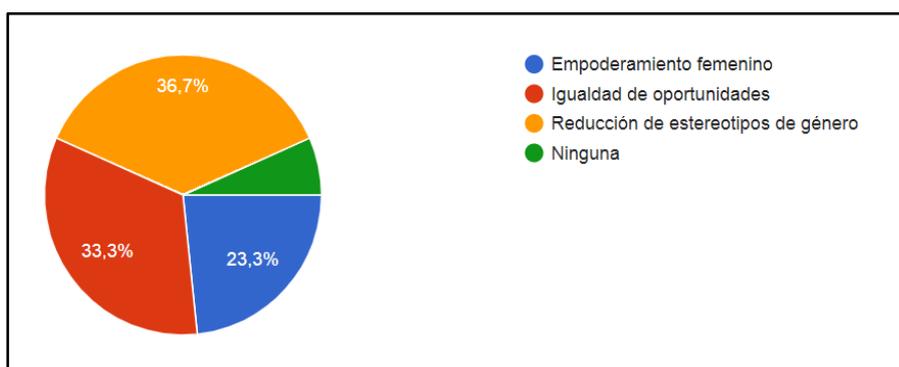


Elaboración: Autoras

INTERPRETACIÓN

Los resultados que arrojan esta interrogante es que, el 53,3% de los encuestados consideran que los conocimientos son la base fundamental para que la periodista deportiva pueda laborar en un medio, con el 30% la experiencia también sería tomada en cuenta, sin embargo, el 16,7% piensa que el aspecto físico.

Repercusión que tiene en la sociedad el hecho de que Mariapaz Maldonado sea la primera mujer en ser directora de una radio deportiva a nivel nacional (Radio Dibu).



Elaboración: Autoras

INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 36,7% de la audiencia opina que, la reducción de estereotipos de género sería la principal repercusión que tendría en la sociedad el hecho de que Mariapaz Maldonado sea la primera mujer directora de una radio deportiva, mientras que el 33,3% expresan ante este suceso que se estaría efectuando igualdad de oportunidades, sin embargo, el

23,3% lo considera como empoderamiento femenino y el 6,7% optó por ninguna de las respuestas anteriormente mencionadas.

4.4 Descripción y argumentación teórica de resultados.

4.4.1 Análisis de contenido

A través del análisis de contenido de los programas ‘Pateando Tachos’ y ‘Señor Deportes’, transmitidos por Radio Diblu, se ha concluido que la participación de la mujer dentro de estos espacios deportivos es bastante buena e importante para el propio medio, así lo menciona Velázquez et al.,(2017) en donde enfatiza que la radio en aquel que la escucha, genera constantemente imágenes mentales que, a diferencia del cine, la televisión, la prensa, la fotografía o los videojuegos, no están limitadas por espacios, ni por pantallas, ni por colores, ni por sonidos. Y tampoco están limitadas, ni mucho menos, por el lenguaje radiofónico; un lenguaje que presenta una gran riqueza expresiva y unas extraordinarias posibilidades de explotación (p.22), y esto es claramente aprovechado por las mujeres periodistas que le han sacado el máximo provecho a la voz que tienen, y les han puesto este toque distinto a los programas transmitidos en FM. Durante las dos semanas analizadas se pudo constatar que a la mujer se le brinda la apertura que antes no se le daba, porque el deporte se consideraba solo para hombres y la presencia femenina era nula. Daniela ‘La China’ Veloz, es la única mujer dentro del programa ‘Pateando Tachos’ en donde comparte cabina con José Herrera, Andrés Espín y Roberto Bonafont, uno de los comunicadores más reconocidos y polémicos a nivel nacional, programa en el cual se evidencia que la participación de ‘La China’, es más frecuente en temas de publicidad y recomendaciones, que temas deportivos, ya que “las secciones deportivas se han convertido en la principal fuente de ingresos para los medios de comunicación. Esto es debido a que los principales patrocinadores buscan anunciarse en estos espacios” (González, 2018, p. 10), sin embargo, sí se le permite hablar cuando ella desea o pide la palabra, lo mismo que pasa con sus dos compañeros a excepción de Roberto Bonafont, quien es el director y el que lidera el programa, por lo tanto, su participación es más frecuente que sus compañeros.

En el programa ‘Señor Deportes’ trabajan un total de 8 personas, entre ellas, 4 mujeres y 4 hombres: Karolina Dávila, Jocelyn Vera, Florencia Alfaro Moreno, Natasha Maldonado, Walter Ruiz, Nicolás Rivera, Bolívar Bermello y Darío Araujo, en donde hay una participación más equitativa, entre los que componen este espacio, además, es un programa serio y netamente deportivo, por otra parte el primer programa mencionado, es una especie de ‘show’, en donde los temas de los que se hablan son variados y jocosos. Según (Pedraza Bucio, 2013), las mujeres sólo pueden estar en los Juegos Olímpicos para adornar las frentes de los ganadores con las guirnaldas”, señalaba Pierre de Coubertin, creador de los Juegos Olímpicos, en un claro reflejo del discurso social que imperaba a principios del siglo pasado. Cien años después, este discurso parece haber sido modificado. (p. 53).

4.4.2 Encuesta

De acuerdo a la audiencia encuestada, se pudo obtener como resultado que la mujer está capacitada para ejercer diferentes roles en el periodismo deportivo, aunque su presencia aún sigue siendo minoritaria, con un alto índice de porcentaje, los entrevistados catalogan la participación de la mujer como buena, no obstante, creen que la poca aparición de las periodistas en estos espacios se debe a que en los medios de comunicación aún no se les brinda la confianza absoluta para que puedan desenvolverse como periodistas deportivas profesionales y demostrar que la mujer no solo sirve como “imagen”, para ser “sexualizada” o “usada”, sino, que ellas están aptas para cualquier espacio, sobre todo, para informar respecto al deporte. Para (Ramírez Cardona & Restrepo Soto, 2018, p. 164) “actualmente la mujer es proactiva, fuerte, capacitada e independiente. Como consecuencia, se rompe la dicotomía entre lo salvaje y lo doméstico, es decir, lo doméstico abandona su lado femenino, se ingresa a la vida pública, y lo hogareño es susceptible de ser masculino. En otras palabras, la mujer se ha venido empoderando lentamente”.

4.4.3 Entrevista

Según los 6 periodistas profesionales entrevistados, la mayoría coincide en que poco a poco la mujer va tomando espacio en el periodismo deportivo, también resaltaron que hace aproximadamente 10 años, eso aquí en el Ecuador aún no era tan notorio, es decir la presencia femenina era escasa. En ciertos medios aún consideran que el aspecto físico de la mujer es fundamental para poder incursionar en esta rama, no obstante, hay quienes piensan que los conocimientos y la experiencia es lo que debería primar para que las periodistas puedan brindar buena información de cualquier tipo, pero sobre todo en este aspecto de índole deportiva. Respecto a la igualdad de género, referenciando al programa “Señor Deportes”, transmitido por Radio Dibu, Karolina Dávila, manifiesta que, sus compañeros si las deja comentar o informar mientras están en el programa, tratando que durante la transmisión exista igualdad de tiempo para hablar tanto para las mujeres como para los hombres.

Sin embargo, Daniela Veloz, indica que la función de ella en el programa “Pateando Tachos”, es más de hablar sobre publicidad o recomendaciones, teniendo en cuenta que su espacio es más de entretenimiento con temas variados. De acuerdo a experiencias personales y/o profesionales en información deportiva en relación con el género, según varios autores (Ramon Vegas et al., 2020, P. 1189). El contenido deportivo sigue siendo entendido como un producto masculino hecho por y para hombres fruto de una “herencia cultural” (Virginia Luzón) en que

se da por hecho que el hombre sabe de deportes (sobre todo, de fútbol) “mientras que la mujer periodista que llega a una redacción deportiva tiene que derribar estereotipos y demostrar que sabe de aquello que informa” (José Luis Rojas Torrijos). Entonces, esto quiere decir, que las mujeres aún enfrentan y deberán enfrentar grandes retos para poder posicionarse de completo en el periodismo deportivo. Para (Gómez et al., 2017, p.2) la realidad de las mujeres sigue siendo explicada en los medios de comunicación desde una mirada androcéntrica, que reitera los valores dominantes y los prejuicios sexistas, manteniendo una fuerte carga de masculinidad en la información producida por el profesional.

4.5 CONCLUSIONES

Según datos obtenidos en la presente investigación sobre la participación de la mujer en los programas radiales deportivos, se puede concluir lo siguiente:

- Bajo la técnica de análisis de contenido, se determinó que la mujer en el periodismo deportivo ha aumentado su participación, aún no al nivel de los hombres, pero sí en relación a años anteriores, donde recibían poca importancia e incluso su intervención aún era escasa. Las comunicadoras que hoy en día incursionan en el periodismo deportivo, en su mayoría, son con roles importantes dentro de los programas analizados, como es: borde de campo, generadora de contenido, presentadora o comentarista, dejando así de lado el estereotipo de que solo los hombres están aptos para brindar información deportiva y que la mujer la utilicen únicamente como imagen o a su vez sea sexualizada dentro de los medios.
- A partir de las entrevistas realizadas a profesionales graduados en Comunicación Social, de las ciudades de Guayaquil, Quito, El Guabo y Machala, entre ellos cuatro mujeres y dos hombres, se puede concluir que la participación de la mujer en los programas deportivos, en este caso Radio Diblu, ha ido en aumento con el pasar de los años, a pesar de vivir en un país en donde sigue predominando el machismo, en donde a la mujer se la menosprecia por el simple hecho de serlo, en donde le dicen que vaya a su casa a mantener a sus hijos o a lavar (...), la mujer ha sabido darse su lugar y espacio, ha crecido en cuanto a preparación, disciplina, conocimiento, y demás habilidades con respecto al deporte, a pesar de los obstáculos que arraigan constantemente en el camino de esta labor, el incremento de mujeres en espacios deportivos ha marcado un precedente dentro de este medio de comunicación y muchos más en el país, la mujer de hoy en día puede desarrollarse incluso mucho mejor que un hombre, y las oportunidades para ellas, no se han hecho esperar, no por bonitas, por tener bonito cuerpo, o por un nivel socioeconómico alto, sino por su capacidad y las ganas de superación. Sin embargo, existen roles dentro del periodismo deportivo en donde no se les brinda la oportunidad como relatora o narradora de un partido de fútbol y es allí donde ellas apuntan llegar.

- En cuanto a los resultados de la encuesta, se corroboró que, el 70% de la audiencia considera que la mujer está capacitada para ejercer diferentes roles en los espacios deportivos, ya sea como imagen del programa, voz comercial, comentarista, relatora, etc. Así mismo, con el 76,7% se destaca que los medios de comunicación brindan poca confianza para que las periodistas puedan ser partícipes de los espacios deportivos, ya que según el 53,3% de encuestados, mencionaron que lo que debe primar en una mujer son los conocimientos para poder laborar en cualquier ámbito, sin embargo, aún existen personas que consideran que el aspecto físico es base para poder incursionar en el mundo del periodismo deportivo.

4.6 Recomendaciones

- Se recomienda a los medios de comunicación del país, que se les brinde a las mujeres la oportunidad de trabajar dentro de un espacio o programa deportivo, porque a pesar de existir actualmente un gran número de mujeres dentro de este campo, no se logra una igualdad y equidad de género y existen muchas trabas aún, por creer que la mujer es inferior al hombre y que no podría, ni debería tener inclinación hacia el mundo deportivo.
- Que se valore el trabajo y aporte de la mujer en medios de comunicación, sea prensa escrita, medios de comunicación tradicionales o digitales, es decir que sean bien remuneradas, debido a que muchas periodistas deportivas ganan muy poco dinero en comparación con los hombres, pese a que realizan el mismo trabajo, y en otros casos, no se les compensa nada, así lo menciona la Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 44: “Al pago de remuneraciones de acuerdo a las tablas salariales fijadas por la autoridad competente, a la seguridad social y demás derechos laborales, según sus funciones y competencias”. Es por ello que surge la explotación laboral y al mismo tiempo, desmotivación en las mujeres de ya no querer seguir con esta profesión.
- A los estudiantes de Comunicación se les sugiere seguir realizando este tipo de investigaciones, orientado a la desigualdad de género que existe en la sociedad y que de alguna u otra manera afecta al desarrollo profesional de las mujeres, ya que no reciben las mismas oportunidades que los hombres, sobre todo si se habla del ámbito deportivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ángulo Rincón, L., & Moreno Cano, A. (2016). Periodismo Deportivo - El Fútbol es el Rey. *Revista Luciérnaga*, 18(18), 10-26.

https://www.researchgate.net/publication/331278084_PERIODISMO_DEPORTIVO_El_Futbol_es_el_Rey

Cáceres Navarro, D. R., & Vásquez Ampudia, L. A. (2020). Presencia femenina en los espacios deportivos televisivos. *Revista Cultura*, 35-48. 10.24265/cultura.2020.v34.03

https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_34_presencia-femenina.pdf

Calvo Ortega, E., & Gutiérrez San Miguel, B. (2016). La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homólogo masculino. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 1230-1242.

10.4185/RLCS-2016-1143 <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1143/63es.html>

Clavijo Loor, M., & Tufiño, F. (2016). Inserción de la mujer en el periodismo deportivo ecuatoriano. *Revista Científica Electrónica de UERGS*, 2(1), 63-76.

<https://doi.org/10.21674/2448-0479.21.63-73>

España Muñoz, M. (2019).). *La mujer en el relato futbolístico radiofónico: La experiencia en Ecuador "Mujeres en el fútbol"(1996-2018)*. Universidad Técnica de

Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6781/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000144.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Folgueiras Bertomeu, P. (2016). *La entrevista*.

<http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

Gómez, L., & Pino, Y. (2016). Representaciones sociales de género de los y las periodistas en el periodismo impreso cubano: Estudio de caso del suplemento cultural Vitrales. *RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación*, 20(4_95), 462-486.
<https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/684/pdf>

Gómez-Colell, E., Medina-Bravo, P., & Ramon, X. (2017). La presencia invisible de la mujer deportista en la prensa deportiva española. Análisis de las portadas de Marca, As, Mundo Deportivo y Sport (2010-2015). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2(93-810), 18. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58016>

Gómez Collell, E. (2015). Adolescencia y deporte: ausencia de referentes femeninos en los medios para las adolescentes. *Apunts Educación física y Deportes*, (122), 81-87.
<https://www.redalyc.org/pdf/5516/551656898010.pdf>

González Pino, D., & Paz Martín, S. (2016). Información, estereotipos y gradas. Estudio de recepción del periodismo deportivo desarrollado por reporteras y locutoras del Noticiero Nacional Deportivo. *Question*, 1(52), 16.
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3492>

González Macías, R. A. (2018). Periodismo deportivo y futbol. Una mirada desde la literatura académica. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 14. ReserachGate.
https://www.researchgate.net/publication/323525302_Periodismo_deportivo_y_futbol
[Una mirada desde la literatura academica](#)

Hernández, A. (2016). Estereotipos sobre la mujer dentro de los programas deportivos televisivos de Guayaquil. *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*, 30. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12629/1/UPS-GT001688.pdf>

Historia del periodismo deportivo: de los orígenes a la actualidad. (2020). *SMS Sports Management School*. <https://www.sportsmanagementschool.es/int/blog-sms/actualidad/historia-del-periodismo-deportivo-de-los-origenes-la-actualidad>

Huete Orts, V. (2018). La prensa deportiva en un mercado en transformación. *Universidad Politécnica de Valencia*, 96. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/100352/HUETE%20-%20LA%20PRENSA%20DEPORTIVA%20EN%20UN%20MERCADO%20EN%20TRANSFORMACION.%20ANALISIS%20ECONOMICO%20FINANCIERO%20DEL%20DI...pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Márquez Ramírez, M., & Rojas, J. L. (2017). cuadernos.info. *¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura del FIFAGate en la prensa deportiva de México y España*, (Núm. 40 (2017): Comunicación y Opinión Pública), 173-188. cuadernos.info. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1009>

Martínez Abajo, J., Lasarte Leonet, G., Gamito Gomez, R., & Vizcarra Morales, M. T. V. (n.d.). La programación deportiva ¿qué lugar ocupan las mujeres? *Revista Estudios Feministas*, vol. 28(núm. 2, 2020). Scielo. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2020v28n260585>.

Martínez Palacios, J. (2018). ¿Qué significa participar? Reflexiones sobre la construcción de las imágenes de la participación. *Papers Revista de Sociología*, 103(3), 28. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers.2319>

Ontaneda Andrade, S. E., Sandoya Valdiviezo, C. T., & Sánchez, H. (2020). La mujer como periodista especializada en deporte. Caso provincia de Loja, Ecuador. *Question Periodismo/Comunicación*, Vol. 2(66). <https://doi.org/10.24215/16696581e508>
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/105426/Documento_completo.%202%2C%20no.%2066.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base a la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, (18), 89-96.
<http://www.scielo.org.co/pdf/res/n18/n18a10.pdf>

Paredes Vásquez, D., & Sierra Murillo, R. (2011). *Análisis de la profesionalización del Periodismo Deportivo en Quito desde el año 2000 hasta la actualidad alrededor de los éxitos futbolísticos de las selecciones nacionales y Liga Deportiva Universitaria de Quito*. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/478/1/T-UIDE-0444.pdf>

Pedraza Bucio, I. (2013). Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes. *ResearchGate*, (4), 25. Derecho a comunicar Revista científica de la Asociación Mexicana de derecho a la información.
<https://biblat.unam.mx/hevila/Derechoacomunicar/2012/no4/4.pdf>

Peschiera Chanamé, L. (2016). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo. *Dialnet*, (6), 185-196.

<http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/182/160>

Ramírez Cardona, E. Y., & Restrepo Soto, J. A. (2018). El rol de la mujer: una perspectiva sociocultural en el fenómeno del fútbol. *Revista Ánfora*, 25(44).

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3578/357856333009/357856333009.pdf>

Ramón, X., Gómez Colell, E., Figueras Maz, M., & Medina Bravo, P. (2019). *Ediciones Complutense*, 1184-1194. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.64526>

Ramon Vegas, X., Gómez Colell, E., Figueras Maz, M., & Medina Bravo, P. (2020). Las mujeres como outsiders en el periodismo deportivo: percepción de las estudiantes y personas expertas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 3(26), 1183-1194.

<https://doi.org/10.5209/esmp.64526>

Revista Académica de Investigación. (2016). *BENEFICIOS DE LAS ENCUESTAS ELECTRÓNICAS COMO APOYO PARA LA INVESTIGACIÓN*. TLATEMOANI.

<https://www.eumed.net/rev/tlatemoani/22/encuestas.pdf>

Robledo Dioses, K. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Revista científica de comunicación*, 8(1), 1 -27.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6057561.pdf>

Rojas Torrijos, J. L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro.*

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68618/PeriodismoDeportivoNuevasTendenciasYPerspectivasDe-6068722%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rojas-Torrijos, J. L. (2021). El estado de la investigación en los Trabajos Fin de Máster en periodismo deportivo en España. *Revista de Comunicación*, 20(1), 17. Fuente Académica Premier. 10.26441/RC20.1-2021-A14<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=7527d61c-19db-4a31-86df-56273f6f4d34%40pdc-v-sessmgr01>

San Lucas Vanegas, R., Tolozano Lapierre, M., & León Espinoza, I. (2020). Estrategias de comunicación en periodismo deportivo en el Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 25(3), 340-354. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33373>

Tinto Arandes, J. A. (2013). *El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva.* Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf>

Universidad de San Martín de Porres. (2016). *El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo.* Perú. https://www.researchgate.net/publication/317858184_El_ejercicio_profesional_de_la_mujer_dentro_del_periodismo_deportivo

Vargas Peña, M., & Nájjar Sánchez, O. (2020). Mujer, fútbol e inequidad. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25, 336-348. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4278378>

Velázquez, S., Alicia, Martínez Álvarez, & Fidel. (2017). La comunicación radial y la participación de los públicos en la sociedad cubana actual. *Quórum Académico*, 14(1), 29. Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199053181004.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Banco de preguntas elaboradas para las entrevistas a los periodistas profesionales.

1. ¿Qué le motivó a ser periodista deportiva?
2. ¿Cómo obtuvo conocimientos respecto al deporte, en especial el fútbol?
3. ¿Considera usted que las mujeres tienen la misma participación que los hombres en los programas deportivos?
4. ¿Cuál es el rol que usted desempeña en su programa?
5. ¿Considera que solo los hombres tienen la capacidad para desempeñar el rol de periodistas deportivos?
6. ¿Existe una verdadera equidad de género en el espacio que se les brinda a las periodistas deportivas?
7. ¿Los hombres consideran a las mujeres periodistas capaces de desenvolverse en el mundo deportivo?
8. ¿Qué tipo de contenidos comparte la mujer dentro de un segmento deportivo?
9. ¿Se les brinda la misma oportunidad a las mujeres que a los hombres dentro de los diferentes espacios deportivos radiales?
10. ¿A una mujer se le toma en cuenta el aspecto físico o su nivel socioeconómico para pertenecer a un medio de comunicación deportivo?
11. ¿La mujer qué representa dentro de un espacio radial?

Anexo 1.1 Entrevista realizada a seis periodistas profesionales que laboran en el ámbito deportivo.

- **WINSTON PINEDA**

¿Qué le motivó a ser periodista deportivo?

Alfonso Lasso es uno de los mejores relatores a nivel nacional y para mí desde que comienza el primer minuto hasta el minuto noventa te transmite muchas emociones, eso me ha inspirado a que me guste el fútbol y que me guste el periodismo deportivo.

¿Cómo obtuvo conocimientos respecto al deporte, en especial el fútbol?

Si, yo creo que hoy en día existe esa facilidad en las redes sociales, en internet, sitios web, incluso existen muchísimas páginas deportivas de cada uno de los deportes, sea básquet, sea fútbol. En lo personal el fútbol existen páginas deportivas, programas, ahora, hoy en día, existen aplicaciones en la cual tú las puedes descargar y te enteras de cada cosa al instante, esos son los conocimientos yo puedo tener en lo personal, existe también la experiencia que tú vas llevando cada día en las transmisiones, en cada día de los programas, de enterarte de lo más bonito que es el fútbol.

¿Considera usted que las mujeres tienen la misma participación que los hombres en los programas deportivos?

Sí, hoy en día existen mujeres comentaristas, incluso he visto que hay mujeres que relatan partidos, antes no se veía eso, hoy en día ya se ve, hacen muchísimo borde de campo y en los programas deportivos cumplen una excelente función de comentar, de analizar el partido, de analizar cómo van los equipos, hoy en día se le ha dado la oportunidad y el espacio sobre todo a las mujeres que se han ganado un espacio en este mundo deportivo.

¿Cuál es el rol que usted desempeña en su programa?

Me gusta muchísimo ser presentador, dar la bienvenida al programa, a los panelistas, me gusta mucho presentar el programa. En las transmisiones me desenvuelvo como relator, relato el partido, narro yo los 90 minutos, me gusta esa función más que todo ser presentador y relator a la misma vez.

¿Considera que solo los hombres tienen la capacidad para desempeñar el rol de periodistas deportivos?

No estoy de acuerdo, considero que tanto el hombre como la mujer tienen la misma capacidad para ser relator, comentarista y borde de campo, para llevar informes y todo, hasta para dirigir un programa deportivo, hay muchísimas mujeres muy inteligentes y que se desempeñan en este rol, en este ámbito deportivo, así que no estoy de acuerdo, creo que la mujer hoy en día se ha ganado ese espacio también para desenvolverse en este mundo deportivo.

¿Existe una verdadera equidad de género en el espacio que se les brinda a las periodistas deportivas?

Sí, hoy en día existe ese espacio que se les ha dado la oportunidad mujeres sobre todo en un campo de juego, dar informes, hacer borde de campo, incluso en los programas deportivos, hoy en día se aprovecha más a muchísimas mujeres y se les ha dado ese espacio tanto en medios de canal televisivo y radial.

¿Qué tipo de contenidos comparte la mujer dentro de un segmento deportivo?

Hay muchos segmentos deportivos, por ejemplo, existe también la farándula en el mundo deportivo, existen datos deportivos, informes, muchísimas cosas más como para darle contenido a un buen programa y no solamente hablar de fútbol, hablar de todos los deportes, atletismo, básquet, vóley, de todo se le puede dar contenido a la mujer en este medio.

¿Se les brinda la misma oportunidad a las mujeres que a los hombres dentro de los diferentes espacios deportivos radiales?

Sí, yo creo que la mujer tiene muchísimas oportunidades como para abrir muchísimos segmentos dentro de un programa deportivo, entre ellos, análisis, dar informes, claro que puede tener un espacio dentro de un medio radial que es mucho más fácil.

¿A una mujer se le toma en cuenta el aspecto físico o su nivel socioeconómico para pertenecer a un medio de comunicación deportivo?

Creo que no, el físico y el aspecto económico no pueden con los conocimientos que puede tener una mujer para dirigir un programa o un medio de comunicación.

¿La mujer qué representa dentro de un espacio radial?

Para mí, a parte de la imagen, una de las cosas primordial es la personalidad de una mujer de interactuar con su público, de enganchar al público con su hermosa voz.

KAROLINA DÁVILA

¿Qué le motivó a ser periodista deportiva?

Ser periodista como tal, porque a mí me gusta que me cataloguen como periodista, cuando tú estás trabajando en este medio te dicen bueno eres periodista deportiva, pero en realidad a mí me gusta que me digan periodista porque creo que yo soy capaz de desenvolverme en cualquier ámbito de mi carrera profesional no solamente en la parte deportiva o ahora hoy por hoy que estoy enfocada lo que tiene que ver a nivel futbolístico, la verdad es que creo que la motivación no surgió desde antes, sino que se fueron dando las cosas y es por eso que en la actualidad me encuentro trabajando en un medio radial de fútbol, deportivo, me encuentro trabajando en un medio digital de fútbol como lo es Ecuagol, entonces creo que en ese tema o esas situaciones son las que yo me he empezado a desarrollar y a desenvolver en el ámbito deportivo.

¿Cómo obtuvo conocimientos respecto al deporte, en especial el fútbol?

En realidad lo obtuve trabajando porque yo en el 2018 entré a trabajar en Ecuagol, entonces ahí me abrieron las puertas para poder aprender, poder desenvolverme, poder desarrollar muchas actividades y eso es lo que vine realizando durante todo este tiempo y es por esto que he estado rodeada de mis compañeros que siempre me han ayudado, si he tenido alguna inquietud ellos son los que me han colaborado respondiendo las preguntas, entonces eso de ahí es lo que sucedió, lo que pasó y es por esto que yo empecé adquirir conocimientos respecto al deporte, respecto al fútbol, vas trabajando, sobre todo te vas codeando con personas que tienen experiencia en este ámbito y vas empezando a expresar esos conocimientos tan importantes que son para uno si en realidad quiere desenvolver o desarrollarse de una buena forma.

¿Considera usted que las mujeres tienen la misma participación que los hombres en los programas deportivos?

Hoy por hoy a la mujer ya se le está dando más énfasis y más posibilidades para aprender, yo me he dado cuenta que por lo menos, tengo compañeros que si les dan la posibilidad pero siempre y cuando las mujeres se preparen para dar un comentario, se preparen para decir algo, porque si es una mujer que simplemente va a estar sentada porque tiene una carita bonita y no te va aportar nada entonces no te van a dar la posibilidad de que hables, pero si existe todavía eso por llamarlo de esta forma “machismo”, porque si lo puedo calificar de esa forma, si existen porque he tenido caso de compañeras en las cuales me han dicho “no es que es mujer, no me sirve”, “no es que es mujer, aquí solamente estamos hombres” pero hay otros y ya se ve un porcentaje mayor de que la mujer tenga participación en programas deportivos, entonces es algo muy importante, es algo muy novedoso lo que está sucediendo.

¿Cuál es el rol que usted desempeña en su programa?

En mi programa deportivo como tal o en la radio como tal, yo me encargo de dar comentarios, en programas por ejemplo que solo existen mujeres que se llama “perfume de gol” en la radio los días sábados, también damos nuestro comentario, yo doy mi comentario, información de lo que está pasando, lo mismo en los programas de lunes a viernes y así mismo en ecuagol, también me encargo de sobre todo darle pie al comentario de lo que ha pasado o también empezar a consultar a nuestros informadores en marcando agenda por ecuagol.

¿Considera que solo los hombres tienen la capacidad para desempeñar el rol de periodistas deportivos?

Para nada, en lo absoluto, existen hoy por hoy mujeres que tienen hasta mejores ideas, comentarios de lo que otros periodistas no la tienen, entonces creo que es así de esa forma, y no, para nada, para nada, las mujeres estamos al mil por ciento capacitadas de poder desarrollarnos y de poder exponer nuestras ideas de una excelente forma, inclusive creo que la manera o la madurez que presenta la mujer a temprana edad te permite dar declaraciones o te permite lanzar un comentario mejor que lo que podría lanzar un hombre, pero simplemente si quieres ser comentarista ya ahí viene la capacitación, la manera de aprender constantemente, diariamente, ver partidos y analizarlos exactamente, pero si quieres trabajar en informar debes buscar la información, estar atenta, estar siempre yendo a la fuente pero de ahí, en lo absoluto.

¿Existe una verdadera equidad de género en el espacio que se les brinda a las periodistas deportivas?

Hay algunas que he visto que se les da la oportunidad pero solamente porque tienen carita bonita, hay otras que son la mayoría que se les da la oportunidad porque tienen conocimientos importantes y eso es en realidad lo que debe siempre primar ante cualquier situación, la equidad todavía no existe, porque si existiera una equidad hubiera el mismo porcentaje de mujeres periodistas deportivas que los hombres, pero no lo hay todavía, pero las mujeres ya poco a poco se van desarrollando más en este ámbito, así que hoy por hoy no hay equidad todavía.

¿Los hombres consideran a las mujeres periodistas capaces de desenvolverse en el mundo deportivo?

No todos los hombres los consideran, hay unos que sí lo hacen, porque te ven la capacidad, porque saben que tú tienes esa chispa, ese plus, esa manera de poder desenvolverte bien, por eso tienen buenas referencias tuyas, pero de ahí si no la notan, no la ven, no pueden decir que tú eres o no eres capaz individualmente, pero de ahí hay algunos que todavía piensan que la mujer no es para esto, pero hay algunos que sí.

¿Qué tipo de contenidos comparte la mujer dentro de un segmento deportivo?

La mayoría de las mujeres dan informes de lo que pasa a nivel deportivo, de lo que pasan con los personajes que están involucrados a nivel deportivo, otras ya tienen posibilidades de

comentar, de lanzar comentarios que en realidad la mayoría lo hacen, y otras que por su cara bonita solamente leen mensajes, pero de ahí somos más las que informamos y comentamos.

¿Se les brinda la misma oportunidad a las mujeres que a los hombres dentro de un segmento deportivo?

No, no se les brinda la misma oportunidad porque a los hombres se les puede dar la chance de que sean comentaristas y al mismo tiempo informen ciertas cosas, pero a la mujer solamente hay muchas que tienen el espacio para informar nada más.

¿A una mujer se le toma en cuenta el aspecto físico o su nivel socioeconómico para pertenecer a un medio de comunicación deportivo?

Si me pones estas dos opciones la que siempre se va a llevar de largo es el aspecto físico, si me pones estas dos opciones porque me estás diciendo socioeconómico, pero creo que sería el aspecto físico en estas dos, pero creo que la mayoría ahora te cataloga si eres capaz, en realidad es un conjunto y un cúmulo de situaciones, si tú eres bonita, eres simpática, pero al mismo tiempo eres capaz de hacer las cosas, no lo dudan y te llaman.

¿La mujer que representa dentro de un espacio radial?

Más que la función de informar, una mujer dentro de cualquier medio de comunicación, pero sobre todo que se desarrolle o se desenvuelva en el ámbito deportivo, es muestra, señal e inspiración de que nosotras podemos y estamos capacitadas para todo, incluso en espacios que son considerados para hombres.

KAROL CHAMORRO

¿Qué le motivó a ser periodista deportiva?

Es mi sueño desde pequeña, que iba al estadio como hincha junto con mi papá, con mi tíos, y siempre veía ahí a los pocos periodistas que habían en ese tiempo, los veía y decía y siempre decía yo quiero trabajar aquí porque no hay mujeres en el borde campo entrevistando a los jugadores y yo dije de grande quiero ser eso.

¿Cómo obtuvo conocimientos respecto al deporte, en especial el fútbol?

Desde segundo semestre estuve más o menos enfocada en estar en los medios haciendo pasantías y pues me ha permitido tener unos 8 años 4 meses haciendo periodismo.

¿Considera usted que las mujeres tienen la misma participación que los hombres en los programas deportivos?

La verdad que no pero últimamente si les brindan más espacio, todavía no es a un nivel 50/50 como debería ser lo lógico, porque ya hay un montón de mujeres, quizás hace algunos 10 años no eran tantas, eran contaditas a nivel nacional, pero ahora hay periodistas deportivas mujeres en todas las ciudades y pues si todavía falta que nos sigan dando los espacios que merecemos,

y sobre todo no sólo el espacio sino también que sea uno remunerado y dos con las mismas tipos de oportunidades, si una mujer puede relatar pues que lo haga.

¿Cuál es el rol que usted desempeña en su programa?

De periodista en Conmebol, Familia Alba, y Ecuagol, en borde campo, reportera y comentarista.

¿Considera que solo los hombres tienen la capacidad para desempeñar el rol de periodistas deportivos?

No, Las mujeres pueden desenvolverse al 100%, cada vez somos más. pero espero que algún día sea 50/50 también que sean camarógrafas, asistentes de cámaras, entre otros, y que llegue al mismo nivel de los hombres.

¿Existe una verdadera equidad de género en el espacio que se les brinda a las periodistas deportivas?

A veces de parte también de los propios compañeros, es como porque tu eres mujer anda y consigue una entrevista, incluso hay demasiado sexismo en el hecho de que tu anda y consigue una entrevista con x jugador y consigue una entrevista, y sonríele un poquito porque al hombre no le dan la entrevista, a veces por llamada, cuando llama un hombre no le da la entrevista, pero si contesta una mujer se hace más accesible.

¿Los hombres consideran a las mujeres periodistas capaces de desenvolverse en el mundo deportivo?

Gracias a Dios me he topado con bastantes compañeros que me dan muchos consejos, te aplauden cuando estás haciendo las cosas bien, también cuando estás haciendo algo mal, te dan consejos, tips, que a la larga sirven, también te encuentras con otros que por celo profesional, quizá por ser mujer se va abriendo al campo a un poco más de cosas, no todavía al nivel donde están todos los hombres, pero algunos que están al mismo nivel de uno, sientes un poco de celos.

¿Qué tipo de contenidos comparte la mujer dentro de un segmento deportivo?

Lamentablemente no son todas las oportunidades iguales, te dejan para borde de campo, reportería como tal, cubrir por ejemplo entrenamientos de los clubes, llegada del equipo al aeropuerto, al estadio, también te dejan el tema de hacer voz comercial, porque la voz de la mujer vende más por el tipo de voz, una voz dulce y ponerle énfasis de acuerdo a la publicidad que estés leyendo, muy pocas todavía les permiten comentar un partido de fútbol y casi a nadie relatar hay poquísimas acá en Quito que lo están haciendo y aprovechan la superliga femenina, pero por ejemplo un partido Liga-Barcelona no te van a dar la oportunidad en radio y en televisión casi lo mismo, pocas o casi nadie, para estar apareciendo en la cámara en borde campo, para hacer las entrevistas en la previa o post partido, pocas o casi nadie ha comentado en televisión en mujeres y relatar tampoco, lo que sí presentar noticias en tv unos 10/1 en comparación de los hombres.

¿Se les brinda la misma oportunidad a las mujeres que a los hombres dentro de los diferentes espacios deportivos radiales?

Si, aunque las pasantías casi nunca son pagadas, pero sirven para equivocarse y aprender ya para cuando te gradúes ya tienes la suficiente experiencia, aunque para televisión no es muy amplia la oportunidad.

¿A una mujer se le toma en cuenta el aspecto físico o su nivel socioeconómico para pertenecer a un medio de comunicación deportivo?

Lamentablemente si, cuando tu trabajas en una redacción solo basta que sepas escribir bien, puedes tener una voz fea, puedes físicamente quizá no ser tan atractiva, yo se que esta mal visto que critiquen a una mujer por ser gordita , en la radio lo que importa es la voz, pero en la televisión la presencia importa más, el aspecto físico es bastante importante en los medios, por eso hacen casting, pero las oportunidades llegan y hay que saberlos aprovechar.

¿La mujer que representa dentro de un espacio radial?

Es el resultado de un lucha de varios años no solamente en el periodismo deportivo sino también en algunos ámbitos vemos que la mujer está involucrada casi en todas las actividades al igual que el hombre y el periodismo deportivo no ha sido la excepción, cada vez vemos más mujeres además ver la presencia de tantas chicas que también son madres, es gratificante porque es una profesión que exige demasiado tiempo, te exige fines de semana, feriados, noches, y una madre está mal visto porque tiene que estar con los hijos en hogar, sin embargo muchas periodistas han demostrado que se puede ser madre y periodistas deportivas al mismo tiempo.

ALAN LEYVA

Bueno, me motivó primero que yo me fui a guayaquil a jugar pelota, jugué dos años y luego por un accidente en una moto dejé de jugar, después decidí estudiar y como yo hacía teatro en el colegio 9 de octubre, decidí en la Universidad de Guayaquil estudiar arte dramático, me inscribí en la escuela de comunicación en ese entonces y ese año no se abrió la escuela de arte dramático pero sí se cambió de lugar la escuela de comunicación social, entonces se hizo ese mismo año, pasó la escuela a facultad, entonces como yo ya estaba registrado, estaba inscrito, solamente me cambié de arte dramático a comunicación social o periodista y ahí me quedé, el primer año me llamaba la atención mucho porque ya me habían entrevistado como deportista de colegio, me habían entrevistado algunos amigos en Machala y me gustó, me llamó la atención los micrófonos, la radio en definitiva, entonces yo creo que eso me motivó un poquito más a quedarme y continuar ya la carrera porque me quedé el primer año, me gustó, y esa fue mi motivación antes de pensar en salir en radio, que me escuchen en radio o en salir mi imagen en televisión, entonces yo pensaba más bien en comunicar, en contar, porque para eso si creo que siempre lo he hecho, narrar, conversar, comunicar, entonces por allí fue naciendo la idea de quedarme en comunicación social y estudiar, estudiar en definitivo.

¿En dónde se le dio apertura por primera vez?

Por primera vez se me dio la apertura como estudiante de comunicación social fue en Guayaquil, porque me tocaba hacer prácticas antes de las preprofesionales, hacíamos prácticas porque nos gustaba el periodismo deportivo, entonces buscábamos siempre las emisoras con programas deportivos, con programas que tenga fútbol en este caso, entonces la primera oportunidad que se me dio fue en radio atalaya con uno de los grandes relatores que tiene la provincia de El Oro, que tiene nuestro país, que es Walter Ruíz, con él empezamos y con un poco de gente muy capaz, muy profesional con algún tiempo que nos enseñó algo aprendimos de ellos.

En el mundo deportivo siempre ha predominado la existencia de hombres, luego de algún tiempo se ha ido implementando a la mujer en los espacios deportivos ¿cómo ve usted el desenvolvimiento de la mujer en el campo periodístico deportivo?

Yo diría que la incursión de la mujer en el periodismo deportivo no es reciente, ya viene de unos años atrás, yo creo que nació mucho más o tomó auge, impulso, se puso en boga cuando Ecuador conquista su primera clasificación al mundial, entonces por ahí hay la participación de la mujer, se activa lo que significa las mujeres a participar en este campo que siempre había sido para los varones, pero hoy nos damos cuenta que algunas veces, en algunos medios predomina la mujer y el varón ha quedado relegado, entonces eso significa que tanto la mujer como el varón tiene capacidad para discernir, para dialogar, para conversar, para hablar de fútbol y muchos deportes más, yo creo que el paso de la mujer es muy importante, ahora se puede hacer una dupla mixta, hombre y mujer para tener dos criterios que no pueden ser diferentes, que no pueden ser iguales, pero se tiene los dos puntos de vista, porque antes decían que a la mujer no le gustaba el fútbol, pero ahora le gusta, entonces ahora ya tenemos una sociedad equitativa y más igualitaria diría yo.

¿Considera que existe equidad de género?

Yo creo que sí, más que equidad de género, la mujer conquistó eso, no por derecho, no por la lucha de las clase, la mujer conquistó por su capacidad porque es buena comentando, es buena haciendo labores de borde de campo y es buena también haciendo el comentario de ventas en las transmisiones, eso nunca se daba y ahora se puede escuchar ese tipo de cosas, un comentario a la vendedora quizá muy poco se escucha o se ve a la relatora a la que narra un partido, yo creo que eso no está tan lejos y creo que puede venir cualquier rato.

Usted considera que la mujer tiene la misma capacidad con los hombres en el tema deportivo?

Dios nos hizo a su imagen y semejanza, tanto el hombre como la mujer somos iguales, solo varían algunos órganos y la fisonomía, de ahí las capacidades son iguales, habrán algunos hombres que utilizan más el cerebro, otras mujeres que utilizan menos, otras que utilizan más, el común creo que utilizamos el 3%, pero habrán mujeres y hombres que utilicen más, entonces yo creo que somos iguales, tenemos las mismas aptitudes, actitudes igual, la capacidad es igual, la mujer está dando pasos muy agigantados, se ha ganado un espacio en este tipo de espacios que no eran para ellas supuestamente hace 30, 40 años, pero ahora ya las vemos entre nosotros y con nosotros haciendo lo mismo y más importante haciendo lo que a ella le gusta, no por

obligación sino porque le gusta, y a parte de ello es ganarse unos cuantos dólares que van a significar en algo para la economía en su hogar o para su carrera universitaria o lo que sea, entonces yo creo que estamos a la par con la mujer.

Aspecto físico o nivel socioeconómico?

No, esas cualidades se dan en eventos de belleza, pero muy poco se utiliza también la capacidad intelectual, porque hay muchas chicas que son guapas y casi tienen muy poco de cultura general, entonces eso se ha visto; acá en el medio periodístico deportivo se ven chicas guapas de buen cuerpo, se ven chicas no tan agraciadas pero que no son feas, pero que tienen cuerpo bonito o cuerpo normal, pero no por eso se la va a discriminar, pero no por eso se la va a discriminar, no creo que haya clases sociales, es cierto que en Guayaquil podría existir una o dos emisoras de élite o para la élite, pero a nivel general no creo que se mida ese tipo de cosas, yo creo que acá en nuestro medio en la provincia de El Oro, particularmente en Machala la chica guapa, la chica no tan agraciada, la rubia, la peliteñida, la pelinegro o como sea todas tienen su espacio y se lo han ganado por su capacidad, acá en nuestro medio yo creo que nos hace falta, estamos tratando de incorporar a dos chicas periodistas pero quisiéramos tomar nuevas, nuevos elementos, nuevos talentos para ver su capacidad y que se vayan formando, entonces nosotros como directivos de un medio de comunicación damos esa oportunidad, abrimos el abanico a la chica agraciada, a la chica de plata, a la chica que no tiene dinero, a la chica que anda en bicicleta, a la chica que venga en carro no importa, que tenga su capacidad, que sepa discernir, que sepa analizar, que sepa pensar lo que está haciendo y lo haga bien, acá es bienvenida; yo creo que las emisoras y las televisoras tradicionales y digitales ahora, yo creo que le han abierto la puerta a las mujeres sin ningún tipo de distinción, no creo, no lo hay.

Existe la misma cantidad de hombres y mujeres laborando en un medio?

En eso si vamos a tener algo de inconvenientes, los medios digitales como tricolor radio tv online, la cual gerencio, doy noticias, tenemos, yo creo que vamos a la par ahora con corresponsales damas y caballeros, acá en la provincia de El Oro somos un camarógrafo, el chico que hace controles y mi persona que es el presentador y gerente, pero tenemos compañera que nos hace presentación y también nos hace enlaces en vivo o coberturas afuera en Machala, en Ecuador, pero tenemos una corresponsal en Cuenca, tenemos una corresponsal en Bélgica, tenemos una corresponsal en Suiza, Nicaragua, entonces son chicas que se han ganado ese espacio, que son reconocidas, y ojo a esto, unas no son comunicadoras, son apasionadas por la comunicación, por el periodismo, pero le cuento algo, lo hacen mejor que una persona titulada, hombre o mujer. En el medio de tricolor radio tv online tricolor tenemos ese tipo de características en estas chicas ,en estas jóvenes, en estas señoras, porque son migrantes, esta radio es de migrantes, entonces esa es otra particularidad es buena, que son ecuatorianos, que son orenses, que son machaleños, que son porteños los que nos hacen ese tipo de coberturas en el extranjero y lo hacen bien, entonces tenemos varones, pero somos que ya empoderados desde hace mucho tiempo en la comunicación, somos los que llevamos el recurso, por ejemplo yo mantengo a mi familia con la comunicación, entonces es algo diferente, pero se le brinda esa oportunidad a las mujeres, yo en menos de 15 días incorporamos a esta chica que le digo por su capacidad, por su talento, entonces es la voz de nuestra radio y es una comunicadora, una profesional y a parte de eso es una ama de casa, tiene 3 niños, es joven, muy talentosa, una

persona muy responsable, entonces imagínese usted, una ama de casa se ha ganado y está trabajando en un medio digital, se le está pagando, entonces eso es bueno.

Discriminación en radios, hombres hablan más

No sé, tal vez en la actualidad habrá muy poco de eso, prevalece el machismo quizás prevalezca aún en ese medio el machismo y a ese criterio muy equivocado, muy errado que la mujer solo de la hora o que de los comerciales, pero no, yo creo que cuando la mujer tome el micrófono y comience a relatar, comience a narrar, comience a contar o comience a leer noticias a difundirlas no lo va a soltar, nosotros los que ya pasamos 50 años siempre estamos colaborando en ese tipo de nueva tendencia, de nuevos valores para que vengan a tomar la pasta que vamos dejando nosotros, porque ya vamos quedando nosotros a hacer otro tipo de trabajo en un medio, ya no el de la calle, ya no el más pesado, ya no el de salir al sol, salir a mojarse, esa es la juventud, nosotros quedamos en dirigir, entonces nos queda es prepararlos, orientarlos para que su trabajo lo hagan acorde a las políticas del medio y acorde a lo que se tiene como expectativa que tiene ese periodista joven que va a ingresar, entonces yo creo que aquí en El Oro y nivel nacional serán muy pocos los que discriminen ahora a la mujer en un medio.

¿QUÉ ESPACIO LE FALTA POR OCUPAR A LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO?

No sé, la mujer ha ocupado yo creo todos los espacios, es titular, es estelarista, la mujer hoy hace boxeo, lo que se denominaba un deporte rudo, un deporte fuerte, el deporte de pruebas de artes marciales combinadas que es mucho más fuerte todavía y hay mujeres que lo practican, creo que son pocas ecuatorianas que lo practican pero si lo hay, ese yo creo que es el deporte más fuerte, deportes extremos también practican como hacer patinaje en la nieve, hacer cuestiones de escalar el monte a una temperatura bajo cero, entonces yo creo que la mujer ha conquistado todas las disciplinas, todos los deportes, hemos tenido acá en la provincia como federación hemos tenido una subcampeona olímpica en atletismo, en lanzamiento jabalina, tenemos una campeona del mundo en levantamiento de pesas que era un deporte supuestamente para los hombres más fuertes, ahora tenemos una campeona olímpica, tenemos campeona sudamericana, panamericana, tenemos campeonas nacionales, entonces la mujer hace el mismo deporte que el hombre lo ha venido haciendo durante mucho tiempo, así mismo, hay chicas muy inteligentes que se dedican al ajedrez que es el deporte ciencia, de concentración, entonces ocupan todos los espacios en los niveles deportivos.

FÚTBOL, jugadores, técnicos que no dan apertura a las mujeres para entrevistas

En el fútbol yo creo que la mujer entró primero a este deporte como dando su pinino como comunicadoras, como periodistas deportivas en el fútbol precisamente por esa afición que se tiene y porque el fútbol sigue siendo el rey de los deportes, ahora tenemos hasta mujeres árbitros, aquí en la provincia de El Oro, tenemos en Machala una representante árbitro, chicas jugadoras que han jugado en las ligas nacionales, han jugado fútbol profesional y siguen jugando, entonces no creo, ha sido despacio quizá la entrada de las chicas en el deporte pero se les ha permitido pero han llegado, tal vez, 1, 2 o tres de repente que esos equivocados que solamente las chicas están para escuchar música, para pintarse las uñas o estar en la cocina, no,

se puede hacer una entrevista, en Guayaquil hay excelentes periodistas, damas que lo hacen excelentemente bien, conducen programas deportivos, entonces son ellas sus propias directoras y manejan un grupo masculino, ejemplo en radio Diblu hay una chica que es coordinadora de los programas, entonces dese cuenta ese espacio un hombre cualquiera tampoco lo ocupa, entonces hay talento, hay capacidad y mucho profesionalismo sobre todo.

AL TRABAJAR CON MUJERES, COMO SE REPRESENTA A LA MUJER EN UN ESPACIO RADIAL

La mujer representa lo que es la profesión de hacer comunicación, eso representa la mujer es imagen de un medio, es inclusive la puerta de entrada para publicidad, en los medios audiovisuales es la puerta de entrada precisamente de más seguidores, para que venda más, para que tenga más, para que le paguen más, entonces ese aspecto la mujer, a los varones ahora en los medios de estos que son mediáticos yo creo que nos llevan ventaja precisamente por ser mujeres, tenemos todavía el hombre que mira a la mujer como objetivo sexual, entonces no hay que descartar porque si hay, entonces como que quieren algo de ella y a cambio de eso dan algo, pero la mujer no le da, eso lo que él quiere, entonces la mujer tiene esa astucia para conseguir lo que quiere sin dar el brazo a torcer, hay que ser claros que algunas veces nosotros nos valemos de la mujeres para llegar a tal o cual porque algunas veces y en determinados negocios que son dirigidos por varones de estos que miran a la mujer como objeto sexual le abren la puerta a la mujer, entonces como que es un poquito más fácil entrar en ese tipo de gente, a ese tipo de personas porque si las hay, en ese aspecto las chicas tienen ventajas, pueden conseguir lo que en algunas veces nosotros no lo logramos.

RECOMENDACIÓN A MUJERES

Primero crean en lo que hacen, segundo que se den cuenta que somos hijos de Dios y tenemos en la cabeza lo mismo, el potencial es el mismo, solamente que no lo sabemos utilizar o no lo queremos utilizar, entonces yo les diría a ellas que vengan acá, van a tener su espacio, su libertad de hacer lo que quiera, de hacer el programa que quieran, si es deportivo o no, si es de farándula o no, si es noticia o no, acá le damos la apertura necesaria como lo hemos hecho cuando estuvimos en otros medios tradicionales porque nos ha tocado casi culminar de formarlas en el campo, en lo profesional, porque en la universidad como no enseñan todo, entonces acá en el medio uno debe enseñarle lo que se necesita, lo que se va a buscar en la calle, lo otro conocimientos, libros, letras únicamente es en la universidad, pero en el campo, en la calle esa es la verdadera práctica donde las chicas y jóvenes deben de formarse, entonces los medios de comunicación como el nuestro tienen aperturada las puertas para cualquier joven de universidad que esté ya por terminar la carrera o en cualquier semestre que esté pensando estudiar, que vaya a incursionar que puede ya ir formándose, por mi yo no tengo ningún problema, yo le diría que si le cierran la puerta alguna vez que la golpee diez veces, a mi me la cerraron en varias, cuando vine con mi título bajo el brazo de Guayaquil, me cerraron muchas veces en emisoras grandes, en dos diarios me las cerraron porque ya tenían que pagar, porque ya era profesional, porque no era el que solamente iba con la grabadora y le daban para las pilas o que le pagaban con publicidad, no, ya tenían que pagar a un profesional, entonces me la cerraron, cuando me llamaron a trabajar a la gobernación, esas emisoras tuvieron que andar atrás mío, esos diarios también, tuve la oportunidad de escribir, de asistir a esos medios, y esa

es la enseñanza, que no se dejen vencer, que si no es aquí, puede ser allá, o más allá, o más acá, ahora hay múltiples y diferentes medios de comunicación tradicionales y no convencionales que son los digitales, entonces hay la oportunidad por doquier y somos más inteligentes nos creamos nuestro propio medio en casa con la inventiva que ahora nos dio la pandemia, podemos ser nuestro propio estudio y ser nuestros propios jefes y tratar de hacer comunicación a nuestra forma de ser sin rendirle cuenta a nadie, siendo objetivos aplicando la norma establecida, respetando la ley de comunicación y todo lo demás, entonces si se cae, levántese y cuantas veces vuelva, si se la niegan la oportunidad, váyase de ahí a otro lado que ahí si va a ver oportunidad.

MARIAPAZ MALDONADO

¿Qué le motivó a ser periodista deportiva?

Siempre quise ser periodista el tema de deporte me lo encontré en el camino, no me había preparado para serlo, pero en el camino lo encontré y me gustó, lo aprendí, cada día voy aprendiendo más en cuanto a deporte básicamente, me fue gustando, conquistando, conocí a mucha gente buena que en su momento me ayudaron, y actualmente llevo 13 años en la profesión.

¿Cómo obtuvo conocimientos respecto al deporte, en especial el fútbol?

En el camino y hasta ahora sigo leyendo y aprendiendo.

¿Considera usted que las mujeres tienen la misma participación que los hombres en los programas deportivos?

La mujer se da su espacio, siempre y cuando haciéndose respetar, ganándose un lugar, si te preparaste vas a participar de la misma manera de los hombres, depende de cada una de las chicas de lo que puedan aportar.

¿Cuál es el rol que usted desempeña en su programa?

Como directora y locutora. Dentro de Radio Diblu, todos son mis amigos, todos nos respetamos, todos confían en mí para todo, siempre me buscan para ayudarlos a buscar soluciones, somos como familia, como hermanos, es una linda convivencia.

¿Considera que solo los hombres tienen la capacidad para desempeñar el rol de periodistas deportivos?

Las mujeres y los hombres son iguales todos tienen la misma capacidad siempre y cuando estudien y se preparen.

¿Existe una verdadera equidad de género en el espacio que se les brinda a las periodistas deportivas?

Yo creo que gente con mente reducida siempre va a existir, no creo que exista el machismo, más creo que existe gente que no se cuenta que las mujeres estamos aptas para todo, no por el rubro o por el trabajo, que no se dan cuenta que el mundo ya avanzó.

¿Los hombres consideran a las mujeres periodistas capaces de desenvolverse en el mundo deportivo?

Las mujeres somos capaces al 1000% de construir todo lo que queramos si nos preparamos escuchamos consejos, estamos en constante preparación. Yo nunca me la creí, sigo actuando como cuando tenía 16 años, todo lo vivo tranquilo y eso me ha ayudado.

¿Qué tipo de contenidos comparte la mujer dentro de un segmento deportivo?

Directora de Radio Diblu, comentarista, locutora.

¿Se les brinda la misma oportunidad a las mujeres que a los hombres dentro de los diferentes espacios deportivos radiales?

Si, al menos en Diblu, las mismas oportunidades, a todos por igual

¿A una mujer se le toma en cuenta el aspecto físico o su nivel socioeconómico para pertenecer a un medio de comunicación deportivo?

Lastimosamente la televisión es imagen y actualmente la radio también, si tu estudias para periodista, tienes que saber que el comunicador es una mezcla de actitud, de buena imagen, de presencia y de conocimiento. Las mujeres dentro de radio Diblu están no por ser lindas, no por mostrar piernas, no porque son mujeres ellas están aquí porque son necesarias al igual que los chicos, porque se han ganado el espacio y trabajan al igual que los chicos, no existe un motivo especial para que estén, están porque se lo merecen.

¿La mujer que representa dentro de un espacio radial?

Ahora las mujeres somos capaces de dirigir, las chicas trabajan muy bien, incluso mejor que algunos hombres.

DANIELA VELOZ

¿Qué le motivó a ser periodista deportiva?

Se me abrió la oportunidad de poder estar en un medio deportivo, pero no era el deporte lo que me apasionaba, me veía haciendo farándula, programas de noticias locales o internacionales, todo menos deporte, pero el espacio era un poco cerrado para las mujeres. El talento innato es con lo que uno nace.

¿Cómo obtuvo conocimientos respecto al deporte, en especial el fútbol?

Asumí el reto, he tenido una de las mejores escuelas Pato Narváez, es un amigo, uno de los mejores profesores. Comencé mucho estudio, mucha preparación, comencé a hacer cursos de locución, cursos de narración, e hice un curso con Walter Ruiz Jaén de narración deportiva del relato, hice cursos de dicción, que me sirvieron muchísimo, jamás pensé ser voz comercial de Radio Diblu, y me sirvieron muchísimo.

¿Considera usted que las mujeres tienen la misma participación que los hombres en los programas deportivos?

Fue duro compartir con los chicos al comienzo porque no los conocía, ellos me conocían, habían bromas pesadas, que tenía dos maridos, que mamita rica, que mijita, yo llegaba a mi casa a llorar, decía ya no puedo más, quiero ir a trabajar en un banco, siendo cajera, llegaba mal anímicamente destruida, porque sentía que no me dejaban opinar, y fue durísimo para mí, fue de los peor que he vivido, pero hay algo que se llama respeto, y tu te lo ganas, pienso que cuando alguien no te conoce y no te respeta, tu te lo ganas con conocimiento, dándoles en la boca, demostrando que sabes de fútbol, que tienes el conocimiento para sentarte a lado de ellos y opinar de futbol, ahí comienzas a crear una buena imagen tuya y a ganarse el respeto del resto.

¿Cuál es el rol que usted desempeña en su programa?

Comentarista, locura, reportera, voz comercial

¿Considera que solo los hombres tienen la capacidad para desempeñar el rol de periodistas deportivos?

Es por las personas que tienes alrededor, yo he escuchado que en otros radios viven discriminación, que les dicen porque tú eres mujer y no sabes de fútbol, pero por ejemplo en Diblu el ambiente es muy bueno, los chicos son muy respetuosos, te dan la apertura y los Diblu maniáticos ya están acostumbrados a escuchar el comentario femenino, cuando la gente no escucha la mujer hablar, la gente ya te pide, también por la Radio, lo que nosotros hemos querido proyectar ante los oyentes, en Diblu no hay mujeres quedadas, todas tenemos que estar ahí, porque estamos compitiendo con otros medios y con otras chicas.

¿Existe una verdadera equidad de género en el espacio que se les brinda a las periodistas deportivas?

No nos mintamos, vivimos en un país machista, la gente es machista, mis compañeros siguen siendo machistas, y por ahí sale un comentario de que hay mamita, las mujeres a lavar a la casa, salen comentarios así, pero es parte del show, ahí entro yo a decir que las mujeres sí podemos, porque si ustedes pueden y nosotros(...), pero el show del programa es así. Pateando tachos, es un show, es lo que vendemos, a veces metemos la pata y decimos cosas que no, pero tratamos de arreglarlo, estoy muy feliz del protagonismo que me dan actualmente, la gente sabe que yo hablo de fútbol. Aquí el ambiente es muy bueno.

¿Los hombres consideran a las mujeres periodistas capaces de desenvolverse en el mundo deportivo?

A muchos les cuesta el tema de la inclusión femenina en el periodismo deportivo. Nosotras le hemos dado un giro al otro bando, de las personas que pensaron nunca cambiar de opinión, hay mujeres más preparadas que los hombres, ese estereotipo se ha roto con mucha preparación. Actualmente hay mujeres que se preparan muchísimo, justamente para romper con esos estereotipos. Los hombres al momento de uno opinar, lo quieren callar, lo ven como objeto sexual, dicen que ella es mujer, ella ve el fútbol diferente.

¿Qué tipo de contenidos comparte la mujer dentro de un segmento deportivo?

Soy la busca entrevista, aprovecho las ventajas como mujer, ir a buscar información, traer novedades, traer entrevistados, por ejemplo, vía Instagram, es bueno tener amistades con todos, hay que tratar de saber sobrellevarlos, porque trabajar con jugadores es complicado, también dar mi opinión sobre análisis de partidos, porque estoy capacitada para hacerlo.

¿Se les brinda la misma oportunidad a las mujeres que a los hombres dentro de los diferentes espacios deportivos radiales?

La mujer ha demostrado ser igual o mucho más de lo que un hombre ha aportado en lo que es el fútbol. Es obligatorio ahora que una mujer esté dentro de un programa, y para la compañía, hay personas que te dan la oportunidad que te dan la mano, que te apoyan, pero en otros ambientes como en la cancha con algún dirigente deportivo, te puedo decir que aún cuesta, el tema de que la mujer haga una pregunta para un dirigente para un jugador, cuando vas a FEF o cuando vas a una entrevista, falta el tema de la equidad si te ven diferente, no toman en peso tus preguntas como las de un hombre. En Radio Diblu el ambiente es diferente, en otros espacios si hay una pequeña fricción y si te bajonea un poco.

¿A una mujer se le toma en cuenta el aspecto físico o su nivel socioeconómico para pertenecer a un medio de comunicación deportivo?

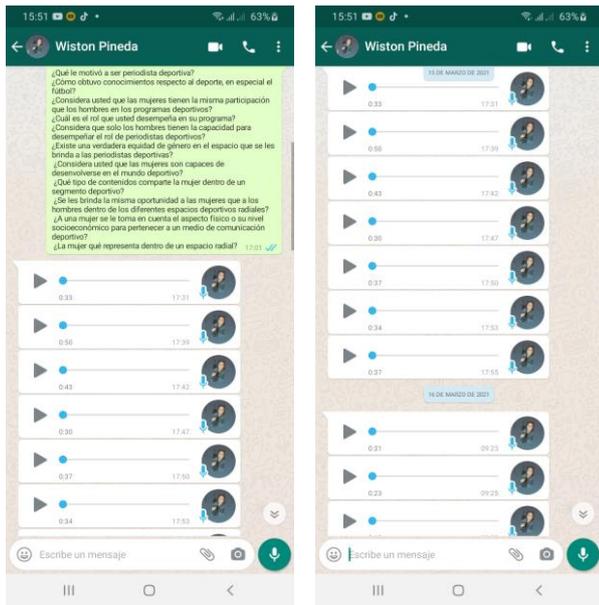
No para nada, en Diblu hay personas que salen de su trabajo y que se van en buseta, bus o alimentador, en el aspecto físico tampoco, no entras por bonita, por rubia, entras por talentosa, de ahí la preparación es importantísimo que seas disciplinado y se preparen, pero el talento innato es fundamental, hay muchas personas que estudian, se gradúan 10 mil periodistas todos los días, pero no hay tantos medios para tantos periodistas, solo aquellos que tienen el don el talento innato, son los que entran con preparación y disciplina.

¿La mujer que representa dentro de un espacio radial?

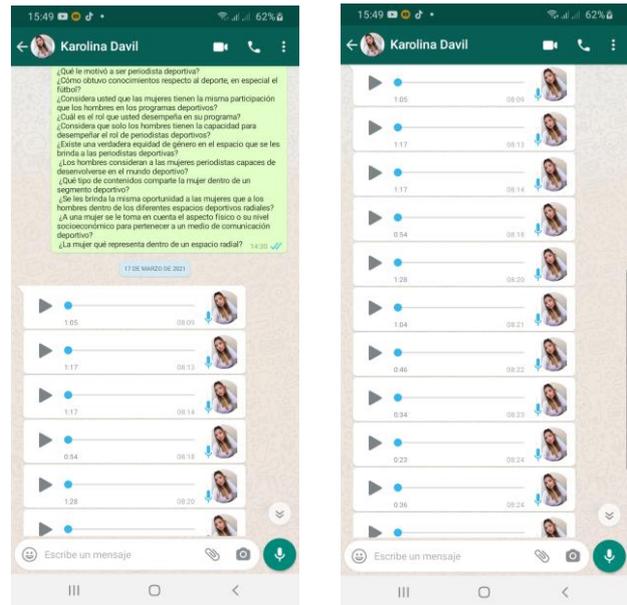
La china es la reportera que va a buscar alineaciones, la que mantiene esa relación laboral de periodista jugador, que de pronto es más complicada para los hombres tenerla, siendo machista yo un poquita, diciendo que nosotras tenemos facilidad con los hombres, porque los hombres son pillines, tenemos la facilidad de no coquetearles pero ser lindas, no dejar que se vayan de bola, solo sonrío sea amigable y los chicos te ayudan con las entrevistas.

Anexo 1.3 Fotografías de entrevistas realizadas a periodistas deportivos.

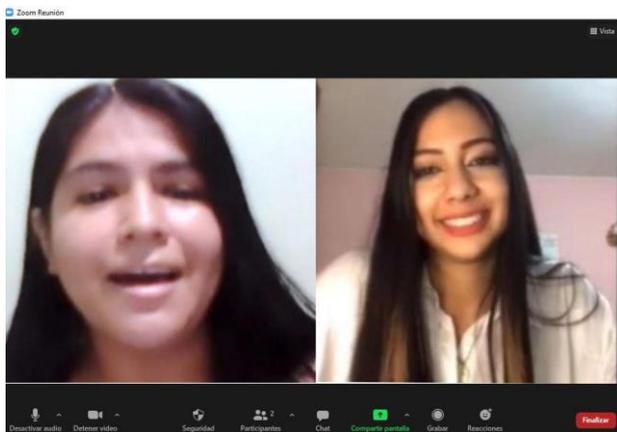
Entrevista a Winston Pineda



Entrevista a Karolina Dávila



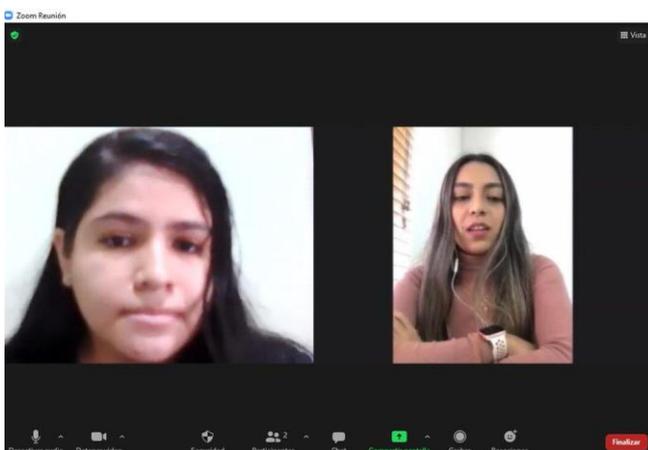
Entrevista a Daniela Veloz



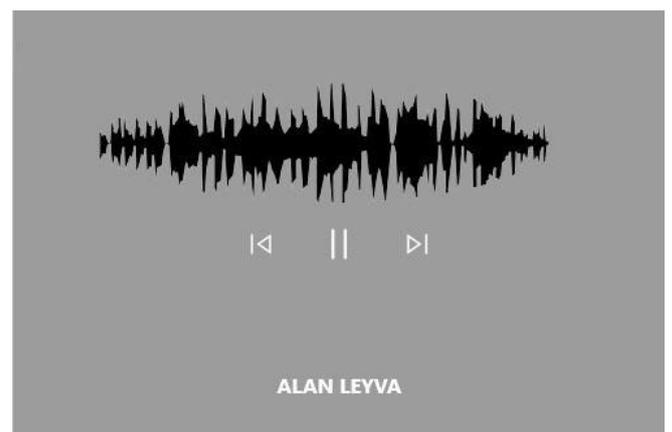
Entrevista a Mariapaz Maldonado



Entrevista a Karol Chamorro



Entrevista a Alan Leyva



ANEXO 2 Clipping de los programas Pateando Tachos y Señor Deportes.

The screenshot shows an Excel spreadsheet with a ribbon at the top containing 'Archivo', 'Inicio', 'Insertar', 'Diseño de página', 'Fórmulas', 'Datos', 'Revisar', and 'Vista'. The main area is a grid with columns for dates (e.g., 11/01/2011, 12/01/2011) and various program details. The grid is color-coded with yellow, green, blue, red, and purple cells. The bottom status bar shows 'Clipping' and 'Hoja1'.

The screenshot shows an Excel spreadsheet with a ribbon at the top containing 'Inicio', 'Insertar', 'Diseño de página', 'Fórmulas', 'Datos', 'Revisar', and 'Vista'. The main area is a grid with columns for dates (e.g., 11/01/2011, 12/01/2011) and various program details. The grid is color-coded with yellow, green, blue, red, and pink cells. The bottom status bar shows 'ANÁLISIS SOCIAL - RADIO ORLÍO'.

URL https://docs.google.com/spreadsheets/d/1-R2rbceKxHZ6_o-yJEwH2PnXmtUOOxAfXYkntbqULio/edit#gid=415767909