



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### TÍTULO:

**“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”**

Tesis previa a la obtención del grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

### AUTORA:

Jenny Marisol Malla Guamán

### DIRECTOR:

Lic. Sybel Ontaneda Andrade Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2015

## CERTIFICACIÓN

Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade., Mg. Sc

**DOCENTE DE LA CARRERA EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UN UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE LOJA**

### **CERTIFICA:**

Haber dirigido, asesorado, revisado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento de Régimen de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo de la Tesis de Licenciatura, en Ciencias de Comunicación Social, titulada, **“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”**. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. **PROPUESTA ALTERNATIVA”**, de la autoría del Srta. Jenny Marisol Malla Guamán. En consecuencia, el informe reúne los requisitos, formales y reglamentarios, autorizo su presentación y sustentación ante el tribunal de grado que se designe para el efecto.

Loja, 7 de julio del 2015

f.)



Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade., Mg. Sc

DIRECTOR

## AUTORÍA

Yo, Jenny Marisol Malla, declaro ser autora de la presente tesis de grado y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**Autora:** Jenny Marisol Malla

**Firma:**  .....

**Cedula:** 1104807308

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Jenny Marisol Malla Guamán, declaro ser autora de la tesis titulada: "LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL". PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA"; como requisito para optar al grado Licenciado en Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la institución. La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, a los siete días del mes de julio del dos mil quince, firma el autor.

Firma: .....

**Autor:** Jenny Marisol Malla

**Número de Cédula:** 1104807308

**Dirección:** Av. Pablo Palacio. Barrio Bolacachi. Vía A Carigán.

**Correo Electrónico:** Jenny\_Malla@Hotmail.Com

**Teléfono:** 0979988555

**Datos Complementarios:**

**Director de Tesis:** Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg. Sc.

**Tribunal de Grado:**

Presidente: Dra. Bélgica Aguilar Aguilar, Mg. Sc

Vocal: Lic. Isabel Enrríquez Jaya, Mg. Sc

Vocal: Lic. Galo Vallejos Espinosa, Mg. Sc

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mis sinceros agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Comunicación Social, por haberme instruido en los campos teóricos-científicos y avanzar en mi proceso de formación profesional.

Al magister Sybel Enrique Ontaneda Andrade, director de la presente Tesis, por toda su predisposición y amabilidad en la revisión y dirección, por contribuir con sus sabios conocimientos; y, guiarme durante el desarrollo de este trabajo de investigación.

A los profesionales en materia deportiva que aportaron para llevar adelante este trabajo, quienes con su experiencia aportaron significativamente en el desarrollo de la investigación.

A todos quienes de una u otra forma contribuyeron para dar vida a esta iniciativa.

**La autora**

## **DEDICATORIA**

Dios es el amigo que nunca falla, con su voluntad todo se logra. Para ti la vida entera. Este trabajo es por ti, gracias por tu bendición.

A mis hijos Laurita y Matías, quienes se han constituido en el pilar fundamental para conseguir este objetivo, ellos me motivaron para seguir adelante con mi preparación académica y alcanzar mis propósitos en materia profesional, los amo con mi vida.

A mis padres, Guillermo Malla y Sandra Guamán, quienes siempre me han extendido la mano en los momentos más difíciles, con su apoyo incondicional me han permitido continuar con mi preparación Superior, son parte esencial en este logro.

A ti amor, Edgar Carrión, quien con tu apoyo y compañía has sabido darme ese empujón para culminar con este paso, por ti también consigo este objetivo. Gracias por tu paciencia, amor y comprensión.

A mi familia y sobre todo a mis hermanas Yajaira y Lorena, quienes se han convertido en las segundas madres de mis hijos, gracias a Dios por tenerlas a mi lado.

Los amigos se constituyen en ángeles que llegan a iluminar tu vida, el que hoy haya podido cerrar este capítulo profesional te lo debo en gran medida a ti amigo del alma Diego Paladines, eres y serás como mi hermano.

A ustedes mis apreciados y queridísimos amigos Roberto Soto y Abigail Cruz, espero que la vida jamás nos separe a pesar de las adversidades, los adoro compañeros eternos de este largo vivir.

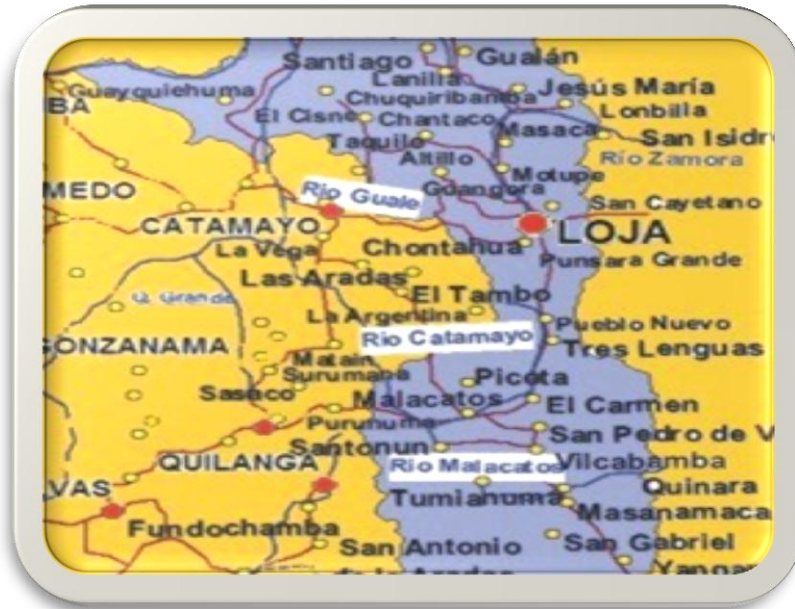
**Jenny Malla**

# MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIAS	BARRIOS		
TESIS	Jenny Marisol Malla “LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”.	UNL	2015	ECUADOR	ZONA 7	Loja	Loja	El Valle, El Sagrario, Sucre, San Sebastián, Punzara y Belén.		CD	Lic. en Comunicación Social

# MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

## Provincia de Loja



[www.mapaloja.com](http://www.mapaloja.com), consultado abril de 2015

## Cantón Loja



[www.quetiempo.com](http://www.quetiempo.com), callejero-de-granada, loja, htm, consultado junio de 2015



## ESQUEMA DE CONTENIDOS

- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
- ix. ESQUEMA DE CONTENIDOS
  - a. TÍTULO
  - b. RESUMEN
  - SUMMARY
  - c. INTRODUCCIÓN
  - d. REVISIÓN DE LITERATURA
  - e. MATERIALES Y MÉTODOS
  - f. RESULTADOS
  - g. DISCUSIÓN
  - h. CONCLUSIONES
  - i. RECOMENDACIONES
  - PROPUESTA ALTERNATIVA
  - j. BIBLIOGRAFÍA
  - k. ANEXOS

**a. TÍTULO**

**“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”**

## **b. RESUMEN**

El trabajo de tesis titulado: **“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”**. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. **PROPUESTA ALTERNATIVA”**, fue elaborado, estudiado y analizado con el propósito de conocer la participación de la mujer en la comunicación deportiva en la localidad.

El rol de la mujer en el periodismo deportivo ha sido un proceso paulatino; factores como oportunidades, salarios, tiempo, dedicación y capacidades, influyen para lograr su vinculación, esto de acuerdo a datos arrojados por la indagación. Por tal motivo la presente tesis está orientada a contribuir a que los medios de comunicación inmiscuyan a las mujeres en este ámbito.

Se utilizó los métodos científico, inductivo, deductivo, cuantitativo; además de técnicas e instrumentos.

Las encuestas se aplicó a ciudadanos de las 6 parroquias urbanas de Loja: Sagrario, El Valle, Sucre, San Sebastián, Punzará y Carigán; mientras que las entrevistas a directores de programas deportivos.

En la propuesta, se da vida a un programa radial, innovador, con la voz exclusiva de mujeres periodistas que gustan por el área deportiva.

Además de una charla motivacional que estará destinada a las damas de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

## **PALABRAS CLAVES**

Inserción, periodismo deportivo lojano, mujeres, igualdad de género, espacio.

## **ABSTRACT**

The thesis entitled: "**INSERTION OF WOMEN IN SPORTS JOURNALISM COMMUNICATIONAL Loja A CHALLENGE TO ACHIEVE GENDER EQUALITY AND THEIR INFLUENCE ON sociocultural context.**" **May-October 2014. PROPOSED ALTERNATIVE**" was developed, studied and analyzed in order to know the participation of women in sports communication in the town.

The role of women in sports journalism has been a gradual process; factors such as opportunities, wages, time, dedication and skills, influence to achieve their links, this according to data obtained from the investigation. Therefore this thesis is aimed to help the media intrude women in this area.

Scientific, inductive, deductive, quantitative methods are used; plus techniques and instruments.

The survey was applied to citizens of the 6 urban parishes of Loja: Sagrario, El Valle, Sucre, San Sebastian, prick and Carigan; while interviews with directors of sports programs.

In the proposal, life is given to a radio, innovative, with the sole voice of women journalists who like the sports area program.

Along with a motivational speech that will be dedicated to the ladies of the race of Social Communication of the National University of Loja.

## **KEYWORDS**

Insertion, lojano sports journalism, women, gender equality, space.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Desde el siglo anterior fue una novedad observar la incursión de las mujeres en los diferentes medios de comunicación del mundo, a criterio de José Moreno Guano, en sus tesis titulada “La inserción de la mujer en el periodismo deportivo acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana actual”, afirma que “El periodismo deportivo con la presencia de la mujer permitirá romper esquemas tradicionales, refrescando los sentidos de las masas, logrando así una justa y anhelada participación equitativa”, (Moreno, 2010, pág. 26).

Con el transcurrir del tiempo, la mujer se fue ganando un espacio dentro de la comunicación deportiva, por sus conocimientos de los diversos eventos deportivos, que suceden alrededor del mundo.

Pese a que existe la vinculación de la mujer en este siglo XXI, no ha sido de forma equilibrada, aun las oportunidades no son de igual forma que los hombres.

Según el Proyecto de Investigación de la Dirección General de La Mujer de la Consejería y Empleo de la Comunidad de Madrid, bajo la coordinación de Ruth Mateos de Cabo, concluye que después de diversas investigaciones la representación de la mujer en los medios era irreal, parcial y poco justa. (Mateos, 2007, pág. 15).

En el caso de Loja, tan solo dos mujeres realizan comunicación deportiva, en la radio y medios impresos, en televisión no hay presencia.

La presente investigación está direccionada a incentivar tanto a los directores de los programas deportivos y especialmente a las mujeres a que

tengan una participación directa en la recopilación de información, transmisión de noticias sobre el acontecer deportivo.

El tema investigado fue conocer cuáles son las principales causas para que la mujer no esté inmersa en el periodismo deportivo, durante el período mayo-octubre 2014.

Para ello, fue necesaria la utilización de materiales como las encuestas y entrevista y métodos como el científico, inductivo, deductivo y cuantitativo para la elaboración y construcción de la investigación.

Del análisis de resultados, según la población encuestada, da a conocer que es necesaria la igualdad de género en el periodismo deportivo, esto se podría lograr mediante la apertura de oportunidades de los directores de los medios de comunicación, pero sobre todo, el deseo profesional y académico que deberían tener las mujeres.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **1. Historia del deporte**

El ser humano desarrolló su postura y sus movimientos para adaptarse al entorno y para su supervivencia (cazar, pescar, huir, etc.). El Hombre ha practicado la actividad física desde el mismo comienzo de su existencia en la tierra. El deporte es un elemento de cultura y tradición, señala Juan Gabriel Macías, en el libre “Historia del Deporte”. (Macías, 2011, pág. 22).

Desde el inicio de la humanidad, la práctica deportiva estuvo presente, poco a poco de generación en generación el deporte fue tomando forma y hasta nombre en sus distintas disciplinas. La actividad deportiva forma parte del sistema cultural y tradición de cada Región.

Según, Judith Galdos, en el artículo Los Juegos Olímpicos, señala que estos nacieron en Olimpia. Se trataba de festivales dedicados al dios Zeus. En estos festivales se unían a la religión las pruebas deportivas, la música y certámenes literarios. Los primeros Juegos Olímpicos de que se tiene constancia, tuvieron lugar en el 776 a.C. Los participantes eran hombres. Las mujeres no podían participar. Durante 11 siglos, Olimpia se convirtió en el eje del deporte mundial y punto de referencia para los juegos de la posteridad.

En la actualidad dichos juegos acaparan la mayor captación del público, dado que se realizan cada 4 años, en esta justa, participan atletas en varios deportes, como: atletismo, tenis, baloncesto, fútbol, lucha, taekwondo... los próximos Juegos Olímpicos serán en Rio de Janeiro 2016.

Brian Glanville, en el libro: “La Historia de los mundiales de fútbol”, señala que El Mundial de fútbol es el mayor acontecimiento deportivo del planeta, una competición que nos trae vívidos recuerdos de los ídolos de ayer y hoy. (Glanville, 2006, pág. 15)

Rómulo Parra, en su obra “6 libros de la Copa Mundial de Fútbol”, el fútbol es, sin duda, el deporte más popular del planeta, por lo que la Copa Mundial FIFA, que se juega cada cuatro años, se convierte en el evento mediático más importante del momento. (Parra, 2009, pág. 18).

Pero sin duda alguna, el fútbol, más conocido como el Rey de los Deportes, es la disciplina más esperada por todos. Existen torneos que se desarrollan en los principales países europeos, además de la Champions League, certamen que capta sintonía y mueve miles de millones de euros por concepto de marketing, al igual que otros eventos como la Copa Libertadores y el Mundial de la FIFA, (Federación Internacional de Fútbol Asociado).

## **2. Historia del deporte en el Ecuador**

Según, Juan Albino Astudillo, en el libro Lauro, “Historia del Deporte ecuatoriano”, el desarrollo de las competencias deportivas nacionales no tuvieron un avance paralelo al reinicio de los Juegos Olímpicos modernos, tardaron varios años hasta que una comisión de personajes ecuatorianos con visión deportiva, representantes de las Federaciones Deportivas Provinciales que ya comenzaron a fundarse por entonces decidieron organizar las “Primeras Olimpiadas Nacionales” en la ciudad de Riobamba el



14 de marzo de 1926 en plena vorágine de la Revolución Juliana, auspiciada por los miembros que conformaron la Junta de Gobierno Nacional entre 1925 y 1926.

El deporte en el Ecuador fue un proceso que toma fuerza de a poco, las principales figuras en disciplinas como fútbol, atletismo, y otras áreas que reposan en la memoria de los ecuatorianos, como Jefferson Pérez, se han convertido en pioneros de la práctica deportiva.

### **3. Periodismo deportivo**

El periodismo deportivo, según Javier Molina, en la Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, define como el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante. (Molina, Razón y palabra, 2009, pág.5).

Las transmisiones deportivas son las más sintonizadas en radio, en televisión son las más esperadas en el caso de los mundiales o eventos trascendentales. Para seguir cautivando al público los medios especializados van incorporando nuevas estrategias para seguir captando más seguidores, no solo en la tecnología, también hay mujeres que practican el periodismo deportivo.

### **4. La mujer en el periodismo**

A lo largo de la historia, en todo el mundo y en la mayoría de culturas, las mujeres han sido sometidas a estructuras patriarcales que les han negado sus derechos humanos más fundamentales, las leyes antiguas y los

sistemas tradicionales, como el cristianismo y el islamismo, antecedentes de los sistemas modernos han provocado la dependencia de la mujer, de forma análoga a la esclavitud, a la explotación de las clases desfavorecidas y a la mano de obra.

Un estudio realizado por el Centro de Investigaciones de Estudios Sociales para América Latina (CIESPAL) (2012) señala:

*Con base en la codificación de 6 902 notas sujetos de las noticias, el cuarto monitoreo global reveló que el 48% de estas refuerzan los estereotipos de género, y tan solo el 8% los cuestionan. Un ejemplo de ello es que en las notas informativas se sigue representando a las mujeres en sus relaciones familiares, es decir, como esposas y madres, sobre todo (León, CIESPAL, 2012, pág. 77)*

En cuanto a la participación de la mujer en el mundo del periodismo deportivo se manifiesta que es un campo donde ellas de apoco van ganando espacio, pero aún sigue restringido a una pocas. En este sentido resulta difícil para las mujeres que les gusta los deportes dedicarse a escribir o comentar sobre ellos.

*No existe mejor homenaje a la mujer que reconocer en la práctica, su derecho a la palabra, su capacidad de razonar en conjunto para orientar acciones, así como nuestras madres orientaron nuestros pasos. La mujer ecuatoriana a seguir adelante y seguir con esta Revolución Ciudadana, porque es el único camino que nos va a llevar a un País más equitativo y justo (Correa, 2012).*

Las nuevas leyes instituidas por el presente gobierno han brindado mejores oportunidades a la gente y como lo señaló el presidente Correa en su discurso por el Día Internacional de la Mujer, el único camino a seguir es

buscar la igualdad de oportunidades, conforme lo señala La Constitución ecuatoriana.

Además hay que añadir que hace unos diez años apenas el 43% de mujeres periodistas en el Ecuador laboraban en empresas de comunicación, sin embargo esto va en aumento debido a la lucha de ellas por eliminar una infinidad de estereotipos.

## **5. Periodismo deportivo y los medios de comunicación**

El periodismo deportivo es la relación y el progreso entre medios y deporte. Es la herramienta que los ata, que vincula y relaciona a las audiencias a ambos y sostiene una distracción económica, social y cultural en constante desarrollo.

Su influencia sobre la apropiación de los dos fenómenos sociales es fundamental, tal como lo presenta el escritor Juan Villoro: "El gran héroe de mi infancia fue el locutor Ángel Fernández. El fútbol me cautiva porque él le había agregado la decisiva pista sonora de la épica" (Hyllarrrd, 2007, pág. 25).

El trabajo deportivo debe concebir una exegesis de los hechos, estudiar la interacción social que construye este gran prototipo, investigar sus organizaciones o instituciones: la economía de los equipos, la sociología del hincha, el comportamiento de las masas televisivas, su globalización, su influencia en la sociedad que los vive como propios, esta es una concepción tan acertada que debe ser analizada a profundidad para poderla comprender en mejor forma. Entonces todo demanda de preparación y conocimiento especializado.

## 6. Comunicación y deporte

Según Miguel Ángel Lara, la dimensión que ha alcanzado el deporte lo ha convertido en "el fenómeno cultural con mayor desarrollo Centro de la esfera humana", y a los deportistas les da la categoría de "reyes mediáticos" (Lara, 2007, pág. 77), cuyo valor se basa en lo que los medios de comunicación digan o dejen de decir sobre ellos, es decir que los convierten en héroes cuando no lo son, lo que se constituiría en un gran error sin duda.

El deporte como actividad física ha ido perdiendo protagonismo "ante la imposición de lógicas y criterios por parte de los sectores exógenos al deporte" (Moragas, 2008, pág.16). Para este autor, la gran responsabilidad de las instituciones deportivas consiste en mantener el equilibrio del sistema y la autonomía deportiva, lo que beneficiaría al deporte como actividad física, la cual está tomando una importancia vital.

El deporte es una actividad humana natural que por su trascendencia y aceptación social se ha hecho compleja (Alcoba, 2005, pág. 50), razón por la cual está estrechamente relacionada con el conocimiento que las audiencias tienen de ella y sobre todo tomando en consideración de la disciplina que se esté analizando, en función de los intereses del colectivo o de los aficionados especialmente.

*El deporte puede ser un vehículo para entender a gente que nunca hemos conocido, así como también para vivir emociones que jamás hemos sentido.*

*Con el incremento de los efectos de interacción para social dentro de los medios de comunicación masivos, los aficionados dan a conocer sus opiniones con un creciente sentido de empatía, compasión y testimonio que puede tener influencia en la manera en que procesan los mensajes recibidos, así como*

*también en la manera en que formulan los mensajes emitidos hacia otros aficionados y entidades mediáticas (Billings, 2010, pág. 120).*

El periodismo deportivo sin duda constituye en un elemento de la interacción social a través de este se puede organizar y mover a las masas, sobre todo a aquellas que tienen especial interés por el fútbol, al ser considerado este como el rey de los deportes, aunque el resto de disciplinas también tengan acogida, por lo tanto esa relación que provoca entre la gente.

## **7. El periodismo deportivo como periodismo especializado**

La información deportiva se puede considerar una modalidad periodística de masas debido al número de perceptores a los que llega y por la tecnología que se emplea en la transmisión y difusión de las noticias deportivas.

El deporte, como fenómeno cultural, es una parte muy importante del trabajo periodístico, por lo que debe tratarse como un género que da respuesta al interés que muestran las personas. La información relacionada con los eventos deportivos tiene mucha importancia para la comunidad, medio de comunicación que no presente contenido deportivo no tiene trascendencia para el colectivo.

Los acontecimientos abarcan una infinidad de acontecimientos y se relaciona con variantes relacionadas con la ciencia, la economía, la política o la sociedad: "La diversidad del deporte convierte al periodismo especializado en un género súper especializado" (Alcoba, 2010, pág. 202-203).

Para Pedro Paniagua Santamaría, la información deportiva es, junto con la información económica, una de las áreas informativas con mayor nivel de especialización a la que hay que darle una gran preparación.

"El deporte es una de las vías fundamentales que promovieron, promueve y promoverá la comunicación, al tiempo que ello sirve como enriquecimiento de la información especializada, dentro de la estructura de la información" (Oates, 2007, pág. 11).

Otra manera de ver a esta clase de periodismo es como "un área peculiar, de gran seguimiento y con gran carga de emotividad" (Sobrados, 2005, pág. 185). El periodismo deportivo nació como una necesidad de reflejar cuanto se generaba en esta materia. Para las labores informativas relacionadas con el ámbito del deporte, se comenzó contratando a deportistas que tenían algo de conocimiento, personas aficionadas y apasionadas por un fenómeno que se ha convertido en un género atractivo y que atrae al público.

## **8. El lenguaje en el periodismo deportivo**

El periodismo deportivo cuenta con un lenguaje específico que ha sido objeto de diversos análisis y estudios. El lenguaje periodístico guarda una estrecha vinculación con la lengua común y los intercambios entre éstos se dan continuamente, ya que cuenta con la misma organización sistemática (Hernández, 2003, pág. 185). La ausencia entre lengua común y especial no es constante; muchos vocablos especializados pasan a ser comunes si el hablante los emplea y extiende su uso, y sobre todo si los hace comprender a los aficionados.

Los medios según Hernández Alonso, aglutina a un conjunto de subcódigos dentro de un código común y en él conviven todas las variedades de la lengua escrita y oral. Dichos códigos o signos están diferenciados por el tono estilístico, la terminología técnica y la especialidad. Este autor considera que "todo lenguaje se modifica en función del contexto, que lo consolida, lo

dirige, lo adapta, para ser asimilado por un sujeto plural anónimo" Además' califica al lenguaje periodístico como "un lenguaje mediador de validez común, para el que se requiere cierto aprendizaje y el dominio de una técnica propia" (Hernández, 2003, pág. 14- 15).

En definitiva, se define el comportamiento del lenguaje periodístico como:

*Una isla en el seno de la lengua común", y que está caracterizado por algunos rasgos lingüísticos, sobre todo léxicos, que suelen compartir sus usuarios. Incluso enumera los elementos que configuran este lenguaje mixto: texto, tipografía, imagen y color. Además, se produce colectivamente con diversos contagios dentro de él: lenguaje político, administrativo y coloquial (Hernández, 2003, pág. 16-19).*

El lenguaje deportivo tiene varios elementos ya citados anteriormente y además presenta unos rasgos que le son propios como el no participar del eufemismo, no ser ambiguo y usar un lenguaje directo, atrevido, claro, preciso y sobre todo conciso, a fin de que las personas puedan comprenderlo de la mejor manera.

*El deporte sigue siendo un fenómeno social de gran alcance en la sociedad; termómetro del nivel de vida para el ciudadano y de prestigio político para el Estado. El lenguaje deportivo visualiza el espectáculo y su influencia en nuestra lengua, hablada y escrita, es enorme" (Hernández, 2003, pág. 14).*

Asimismo, según Jesús Castañón, la consideración de su forma de hablar como lengua de prestigio, por parte de las instituciones lingüísticas y de los medios de comunicación, ha evolucionado con el paso del tiempo. (Castañón, 2003, pág. 221). Por su parte Moragas (2008) considera que:

*El lenguaje deportivo se ve influido por una creciente tendencia a la espectacularización, a una épica que, generalmente, define la*

*propia identidad por la exclusión del contrario, sublimando la victoria y la derrota como expresiones del éxito, o del fracaso de la colectividad (Moragas, 2008, pág. 23).*

La mejor manera de ser comprendido dentro de la narración deportiva, es en el preciso momento que se utiliza un lenguaje apropiado, coloquial, claro, preciso y conciso, sin descartar la posibilidad de darle belleza a lo que se manifiesta

### **9. Contexto sociocultural de la comunicación**

Hablar una misma lengua no significa señalar que se la usen todos de igual forma. De hecho, las personas de edades diferentes hablan distinto. Esto también sucede con los sujetos de niveles socioculturales diferentes o de distinta procedencia geográfica. Por ejemplo, si bien hablamos la misma lengua que argentinos y peruanos, hay ciertos elementos en la pronunciación y en el léxico que la hacen variar de un lugar a otro. Dentro de un mismo país o incluso una ciudad existen variaciones (Consulta en línea, [www.educarchile.cl](http://www.educarchile.cl). 20-04-2014. 22:46).

En definitiva, la conmutación lingüística está relacionada con los condicionamientos que las demostraciones socioculturales ejercen sobre las formas y la eficacia objetiva de la comunicación. Estos condicionamientos son de diferente forma y pueden afectar a la integridad del lenguaje o solamente a una parte de este, como el léxico o la pronunciación. Los principales factores que producen esta variación son etéreos (variación diacrónica), geográficas (variación diatópica), sociales (variación diastrática) y situacionales (variación diafásica), conforme lo señala Ferdinand de Saussure, en su obra sobre Lingüística.



## **10. Periodismo deportivo en el mundo y Loja**

El deporte apareció desde los orígenes del hombre, dada la necesidad de supervivencia con la caza y pesca, al realizar esta actividad, las personas hacían ejercicio físico y se lo podría considerar como actividad deportiva.

Posteriormente apareció la lucha del poder, sobrevivía la ley del más fuerte, se realizaban guerras para acaparar territorios, en donde siempre había un ganador y un perdedor, caso similar a lo que ocurre en la actualidad en el deporte.

Posteriormente aparecieron “Los Juegos Olímpicos actuales se inspiraron en los eventos organizados por los antiguos griegos en la ciudad de Olimpia, entre los años 776 a. C. y el 393 d. C”<sup>19</sup>

En la actualidad dichos juegos acaparan la mayor captación del público, dado que se realizan cada cuatro años, en esta justa participan muchos deportes como: atletismo, tenis, baloncesto, fútbol, lucha, tae kwon do, karate do.... Los próximos Juegos Olímpicos serán en Río de Janeiro 2016.

Pero sin duda alguna, el fútbol conocido como el “Rey de los Deportes”, es la disciplina más esperada por todos. Existen torneos que se desarrollan en Europa como la Champions League, certamen que capta sintonía y más aún mueve miles de millones de dólares por concepto similar, al igual que otros eventos como al Copa Libertadores, Mundial de Clubes.

Sin embargo el campeonato realizado por la Federación Internacional de Fútbol Asociado, es el más esperado, agita miles de masas, casi todo el mundo se paraliza por observar el Mundial. Es por ello que el deporte,

inquieta a las personas y los medios de comunicación han jugado un papel preponderante para el auge y masificación, más aún los programas deportivos que son especializados para informar, entretener al público.

Mientras tanto el periodismo deportivo en la ciudad de Loja, en la tesis realizada por María Augusta Kirby en el 2009, sobre la implementación de un programa deportivo en UV Deportes, establece, “Se empezó a desenvolver en los medios impresos, los más populares para el target local; para los editores como el Dr. Claudio Samaniego propietario de “El Hincha”, (ya desaparecido periódico). (2009: María Augusta Kirby. Pág. 55).

Esto sucedió en el caso de los medios impresos, donde no hubo la presencia femenina en el desarrollo del periodismo deportivo, luego otros distinguidos periodistas fueron surgiendo como el caso de Gonzalo Ojeda Feijoo, Ángel Ojeda Feijoo, Eduardo Jaramillo, José Alberto Coronel, Roosevelt Barrazueta y José Iñiguez.

## **11. La mujer en el periodismo deportivo**

En los inicios de las transmisiones deportivas en el mundo no era común escuchar, ver en la televisión, o la presencia en la labor periodística a la mujer por rating, aprovechando la belleza, de las féminas fue incursionando en la pantalla.

Así lo confirma, Ángela Lerena, periodista española, quien afirmó: “En un primer momento, la inserción de mujeres en el periodismo deportivo tuvo que ver con un rol estético y de cosificación”. (Consulta en línea, [www.unlp.edu.ar](http://www.unlp.edu.ar). 20-04-2015. 20:21).

Pese a que existe la belleza en la pantalla, muchas de las mujeres se destacan por sus conocimientos y preparación en las carreras de Comunicación Social. Al momento de verter un comentario lo hacen con fundamento, demostrando así la preparación que obtuvieron en las aulas universitarias.

En el caso de las pocas periodistas que hay en Loja, se debe a la escasa oportunidad que les brindan los directores de los medios de comunicación. Las mujeres en la actualidad ganan más espacio y en el periodismo deportivo no debería ser la excepción.

## **12. Mujer en el periodismo deportivo lojano**

Hay muchas interrogantes acerca de la escasa participación de la mujer en el periodismo deportivo. Para ello entrevistamos al presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, Washington González Estrella, que señaló que en el 2001, fue preparada una mujer para que trabaje en Radio Centinela del Sur. De allí sintió apego por la profesión que estuvo por un año, lastimosamente se casó y no siguió en esta rama.

En la actualidad sigue siendo escasa la inserción de la mujer en el periodismo deportivo lojano, hoy son dos las que ejercen Abigail Cruz en Radio Cariamanga 104.5 FM y Paulina Bustamante en Diario la Hora.

### **13. La radio**

Desde sus inicios la radio fue el medio de comunicación de mayor aceptación en el mundo. Con la aparición de la televisión su protagonismo pasó a un segundo plano.

Pese a esto, la señal de la radio llega mucho más lejos, existen aplicaciones en celulares de radio, es escuchado en la oficina y es mucho más fácil de transportar. Por tal motivo en las transmisiones deportivas son escuchadas por la mayoría de la ciudadanía.

*Es un medio “solo” radio ha tenido un crecimiento, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido”. Es un medio adaptable con buena aceptación local, selectividad geográfica elevada y demográfica, costo bajo, además un audio se le convierte en comparación con otros medios, en una limitación exposición efímera; baja atención; audiencias fragmentadas (Moreno, 2010, pág. 13).*

En otras ciudades es común escuchar a las mujeres en el periodismo deportivo. Además demuestran sus vastos conocimientos en todas las disciplinas. Caso contrario ocurre en Loja, donde solo una mujer se dedica a realizar coberturas.

### **14. Guión radial**

Para la realización de un programa deportivo en radio, es necesario incorporar conceptos adecuados para que el producto tenga la aceptación por parte del público auditor.

Por cuestiones económicas, o por la despreocupación de los directores de los espacios deportivos por no realizar un Guión radial genera la descoordinación de los presentadores o de la persona que realiza controles.

Para realizar un programa debemos conocer los conceptos de un guión de radio, "Es un libreto que se utiliza en el marco de una emisión radiofónica. En el guión, se expresan las indicaciones que deben seguir el operador técnico y los locutores". (Consulta en línea [www.definicion.de](http://www.definicion.de). 25:04-2015, 09:34).

Al realizar un guión establecemos los parámetros, temas, entrevistas, líneas de tiempo, y el rol que debe cumplir la persona que hace controles, al cumplir a cabalidad estas opciones se realizan programas innovadores, en los que se respete los criterios y los papeles que deben cumplir los actores en una programación.

## **15. Programa deportivo**

Un programa de desarrollo deportivo, implica un proceso a muy largo plazo, que comprende la integración de un modelo de educación física, con formación multilateral y multideportiva, para pasar a la etapa de especialización, que pueden darse en etapas posteriores (González, 2013, pág. 12).

Los programas deportivos deberían difundir los principales hechos noticiosos en las diferentes disciplinas que se realizan. Pero muchos de ellos no lo hacen de forma correcta, solo dan cabida al tema profesional dejando de lado al amateur.

Más bien los oyentes que sintonizan los programas deportivos deberían informarse de todo lo que ocurre en el mundo. La no información también se debe a que los periodistas no conocen de otros deportes y a la poca importancia que le dan al campo amateur.

## **16. Charla motivacional**

Para discernir y posteriormente realizar la respectiva socialización, entendamos el concepto de charla motivacional y su incidencia que tiene en la parte anímica de las personas:

*La palabra motivación es resultado de la combinación de los vocablos latinos motus (traducido como “movido”) y motio (que significa “movimiento”). A juzgar por el sentido que se le atribuye al concepto desde el campo de la psicología y de la filosofía, una motivación se basa en aquellas cosas que impulsan a un individuo a llevar a cabo ciertas acciones y a mantener firme su conducta hasta lograr cumplir todos los objetivos planteados.(Consulta en línea, [www.definicion.de](http://www.definicion.de).25-04-2015, 09:57).*

Al existir una escasa participación de las mujeres en el periodismo deportivo hace prever que hace falta motivación para insertarse en un programa radial, televisivo o en un medio impreso. Para el presidente del Círculo de Periodistas Deportivos Washington González Estrella aparte de la cuestión anímica también depende a que existe el machismo que aún persiste y que se valora el conocimiento de la mujer en el deporte.

Las charlas motivacionales está direccionadas a cambiar la mentalidad y aceptar las potencialidades que tiene los individuos en las diferentes profesiones. En el aspecto psicológico incide a mejorar su aptitud y aceptar que tienen la misma capacidad, esto ayuda a la inserción en cualquiera de las ocupaciones.

### **17. Pensum de estudios de la carrera de Comunicación Social**

A diferencia de otras universidades del Ecuador, en las escuelas o carreras de Comunicación Social si existen materias como periodismo deportivo, caso contrario sucede en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja. Inclusive en otros centros de estudios superiores existe la especialización en el periodismo deportivo.

En la página web de la Universidad Nacional de Loja, consta la malla curricular de la carrera de Comunicación Social. (Consulta en línea, [www.unl.edu.ec](http://www.unl.edu.ec). 26-04-2015. 11:12).

En dicha malla curricular no existe la materia de periodismo deportivo. Las mujeres que sienten apego por esta rama lo hacen por el fanatismo que sienten por el deporte. Sin embargo es escasa la inserción de la mujer en este ámbito.

### **18. Equidad de género en el periodismo deportivo**

Equidad de género en el periodismo deportivo, el nivel de profesionalismo de quienes comentan deportes y la influencia social de las actividades deportivas en medios de comunicación fueron los temas que el consejero

Hernán Reyes trató en Café Tv, el programa de variedades que trasmite Ecuador Tv..

“Hay una necesidad de mejorar los contenidos en programas deportivos. A veces la pasión del deporte puede provocar comentarios agresivos hacia los deportistas”, sostuvo el consejero.

Reyes destacó la importancia de la difusión del deporte como una herramienta de integración y formación de valores positivos, especialmente para los niños, niñas y adolescentes. Otro punto importante, sostuvo el consejero, es la capacidad y conciencia de los encargados de los medios para brindar opciones distintas al fútbol, sin desconocer el interés y afición que tiene este deporte.

“Hay una pluralidad de gustos deportivos en la sociedad que deben ser atendidos por los medios con opciones de diversidad”, afirmó Reyes para quien es notable que la mujer aparezca cada vez con mayor frecuencia en espacios de información deportiva que aparentemente les estaban vetados.

“La presencia de mujeres en el periodismo deportivo rompe mitos”, destacó Hernán Reyes, al tiempo que Carla Larrea expresó su felicitación a todas sus compañeras que con talento, dedicación y vocación han logrado incursionar en el espacio de la comunicación del deporte. (Consulta en línea [www.cordicom.gob.ec](http://www.cordicom.gob.ec), 25-06-2015: 17:11).



## **e.- MATERIALES Y MÉTODOS**

### **Método Científico**

El Método Científico, según Enrique Izquierdo Arellano, en el libro titulado “Investigación Científica”, lo define como un conjunto de actividades y procedimientos lógicamente sistematizados que el investigador utiliza para descubrir la verdad y enriquecer la ciencia. El Método Científico se basa en las teorías experimentales, las operaciones lógicas y la imaginación racional. (Izquierdo, 2006, pág. 101)

Este método fue útil para determinar las razones, causas y consecuencias del porqué los medios de comunicación social de la localidad no dan la oportunidad a las mujeres para que realicen periodismo deportivo, en el momento que estén al frente de un programa con lo que se procurará la igualdad de género. De igual manera contribuyó a la verificación de objetivos y contrastación de hipótesis, luego de los resultados del trabajo de campo.

### **Método Inductivo**

Según, Eduardo Sandoval, en el libro “Metodología de la Investigación Científica” LNS, el Método Inductivo, el conocimiento parte de hechos particulares hacia afirmaciones de carácter general; esto significa pasar de los hechos obtenidos a base de observaciones, comparaciones, abstracciones, experimentaciones..., al planteamiento de leyes, principios y teorías. En suma, el mecanismo es un proceso de análisis para llegar a la síntesis. (Sandoval LNS, 2003, pág. 66-67).

Contribuyó a realizar un análisis profundo y exhaustivo, tomando en consideración hechos particulares del porqué la mujer lojana no realiza

periodismo deportivo tanto en medios locales como nacionales, es decir desde un aspecto específico para entrar a una cuestión más amplia.

Además, se analizaron varios programas deportivos que se difunden en la localidad con la finalidad de conocer si las mujeres realizan periodismo deportivo o dirigen algún programa deportivo en particular, a fin de romper los estereotipos que aún persisten en la sociedad.

### **Método Deductivo**

Alfredo Barrios, en el libro “Metodología de la Investigación 2” establece que el Método Deductivo sigue un proceso sintético y un medio analítico, es decir contrario al anterior; se presentan conceptos, definiciones, leyes y normas generales, de las cuales se extraen conclusiones y consecuencias particulares, sobre la base de afirmaciones generales presentadas. (Barrios, 2003. pág. 29).

El presente método ayudó a realizar un estudio sobre teorías generales para llegar a la determinación de situaciones particulares, sintetizando y analizando principios relacionados con las teorías vinculadas al periodismo deportivo y sobre todo estudios anteriores de la participación de la mujer en esta rama, así como en los medios de comunicación social; por lo tanto encontrar alternativas de solución que vayan en beneficio de todas las personas en calidad de periodistas deportivos, debido a que el deporte con todas sus disciplinas mueve a la colectividad.

### **Método Cuantitativo**

A decir de Carlos Arturo Monje, en la Guía Didáctica, “Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa”, el propósito del Método Cuantitativo, es buscar explicación a los fenómenos estableciendo

regularidades en los mismos, esto es, hallar leyes generales que explican el comportamiento social. Con esta finalidad la ciencia debe valerse exclusivamente de la observación directa, de la comprobación y la experiencia. El conocimiento debe fundarse en el análisis de los hechos reales, de los cuales debe realizar una descripción lo más neutra, lo más objetiva y lo más completa posible. (Monje, 2011, pág. 12)

Este método permitió estructurar resultados matemáticos o estadísticos, que se presentan, a través de cuadros y gráficos, donde se muestran los resultados arrojados del trabajo de campo, es decir una infinidad de criterios y conceptos obtenidos, luego de la aplicación y apoyo de las respectivas técnicas e instrumentos de investigación científica, además se presenten frecuencias y porcentajes, que están acompañados de los análisis e interpretaciones, conforme a cada una de las interrogantes que fueron planteadas a los habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

## **Técnicas e Instrumentos**

### **Encuesta**

En el Libro “Investigación Científica” de Enrique Izquierdo Arellano, señala a la encuesta como una técnica que nos permite obtener información aplicando un cuestionario a las personas que tienen conocimientos sobre un tema o problema en particular y se la puede utilizar en una población determinada o por muestreo. (Izquierdo, 2006. Pág. 112).

Esta técnica ayudó a recoger información objetiva de quienes están involucrados o conocen de la problemática, para ello se estructuró un cuestionario como instrumento de medición el que estuvo integrado por ocho

interrogantes de tipo cerradas; así como, de opción múltiple. La muestra representativa fue de 400 personas distribuidas en las seis parroquias urbanas de Loja: El Valle, El Sagrario, Sucre, San Sebastián, Punzara y Carigán en este sentido se tomó como universo a 215 mil habitantes, de acuerdo con los resultados del VI Censo de Población y VII de Vivienda realizado el 28 de noviembre de 2010, por ello hubo la necesidad de aplicar y despejar la fórmula para públicos infinitos, en virtud de que se está hablando a una población mayor de los 100.000 habitantes, esto de acuerdo con el profesor Restituto Sierra Bravo (Sierra, 2000, pag.352)

### **Universo de estudio o población**

En estadística, una población es un conjunto finito o infinito de todos los elementos que estamos estudiando que presentan características comunes y acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones. La población puede ser: 1. Población infinita: Cuando el número de elementos que integra la población es muy grande, es decir mayor a 100.000; 2. Población finita: Cuando el número de elementos que integra la población es pequeña, es decir menor a 100.000

### **Fórmula**

$$n = \frac{O^2 \times p \times q}{E^2}$$

Dónde:

N= Universo a investigarse

n= Tamaño de la muestra

O<sup>2</sup> = Nivel de confianza (2) = 4

E<sup>2</sup>=Margen de error (5) = 25

p= Varianza (nivel de confiabilidad de que el fenómeno ocurra) = 50

q= Varianza (nivel no probabilística de que el fenómeno ocurra) = 50

$$4 \times 50 \times 50$$

$$n = \frac{\quad}{25}$$

$$10000$$

$$n = \frac{\quad}{25}$$

**n= 400 Rta**

## **ENTREVISTA**

La técnica de Entrevista, de acuerdo a Enrique Izquierdo Arellano, en su libro "Investigación Científica", la define como un medio para obtener información a través del dialogo entre dos o más personas, Se utiliza preguntas que las formula el entrevistador al entrevistad y para que la técnica sea exitosa es necesario, que el entrevistador posea ciertas características como, facilidad para la conversación, agilidad mental, decisión, paciencia, y concentración. (Izquierdo, 2006. Pág. 117.)

En esta investigación, en la entrevista se elaboró un cuestionario con cinco interrogantes, aplicadas a los directores de los programas deportivos más

sintonizados en Loja: UV Deportes, Deportivo 22; así como a la Jefa de Redacción de Diario Crónica, al Gerente de Diario Centinela, al presentador de Deportivísimo y Entretiempo. Además se entrevistó al presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, quienes por su experiencia y vinculación con los medios, contribuyó para la verificación de los objetivos, además de contrastación de los elementos hipotéticos planteados en este trabajo de investigación.

## f. RESULTADOS

Luego de aplicadas las encuestas y realizado el trabajo de campo, se procede a su tabulación, que se exponen a continuación.

### DATOS ESPECÍFICOS

#### 1.- ¿Qué medios de comunicación: observa, escucha o lee?

##### Cuadro #1

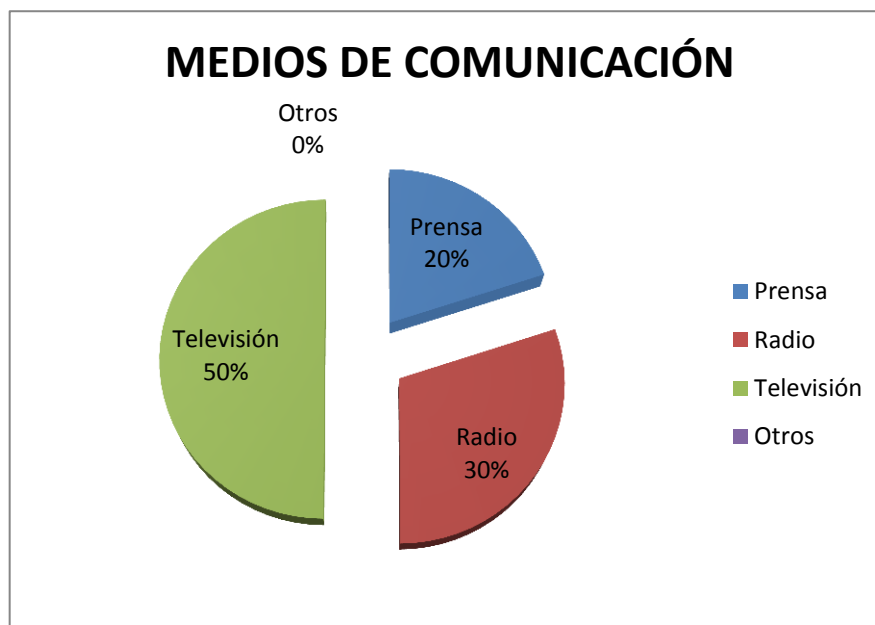
##### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa	80	20%
Radio	120	30%
Televisión	200	50%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

##### Gráfico 1



Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

## **Análisis e interpretación**

Del total de investigados, el 50 % de personas, que representan a 200 personas, se inclinan por la televisión. Un 30 %, es decir 120 individuos apuestan por la radio; mientras que un 20 %, que constituyen 80 encuestados prefieren la prensa. Haciendo un análisis de todos los resultados, se puede colegir que la mayoría de encuestados observan la televisión, en virtud que este medio siempre está acompañado de imágenes y colores; y, sobre todo por el movimiento, a diferencia de otros medios. El gusto por la radio y la prensa es menor con relación a los resultados anteriores, su gusto está determinado, porque la primera les permite realizar otras actividades, la prensa les ocupa más tiempo, por lo tanto comparando los dos medios que motivan concentración son siempre lo visual y no lo auditivo.



**2.- Mencione cuáles son los programas deportivos que se transmiten en los medios de comunicación de la ciudad de Loja que le agradan?**

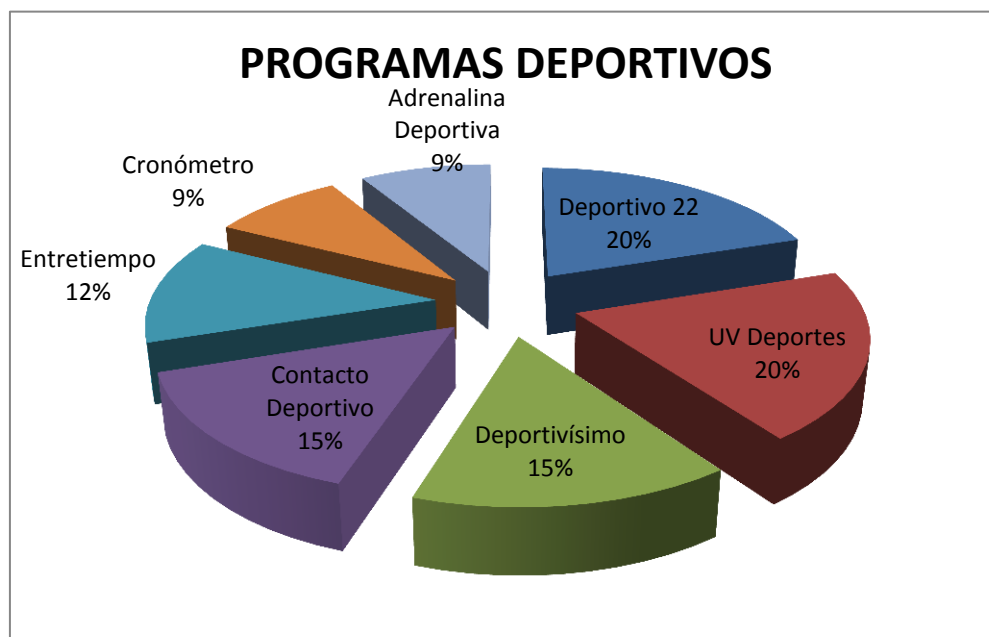
**Cuadro #2**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deportivo 22 (TV)	80	20%
UV Deportes (TV)	80	20%
Deportivísimo (Radio)	60	15%
Contacto Deportivo (Radio)	60	15%
Entretiempo (Radio)	50	12.5%
Cronómetro (Radio)	35	8.75%
Adrenalina Deportiva (Radio)	35	8.75%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

**Gráfico #2**



Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

## **Análisis e interpretación**

De la totalidad de encuestados, un 20 %, es decir 80 personas investigadas les gusta Deportivo 22; otro 20 % que representa a un mismo número de consultados prefieren UV Deportes. Un 15%, que corresponde a 60 personas, les agrada Deportivísimo, el mismo porcentaje de Contacto Deportivo. El 12.5 % se apunta a Entretiempo, se habla entonces de 50 consultados más. Porcentajes similares, de 8.75 por opción, acumulando un total de 17.5 %, por lo tanto 70 personas. De la interpretación realizada, los programas deportivos que se transmiten en los medios locales de mayor preferencia son los de televisión, el uno que se transmite por UV Televisión y el otro por Ecotel, la preferencia no está determinada por investigación, porque es similar, entonces la calidad informativa no se determina por la investigación, sino por la manera en que cada presentador la realiza, entonces fácilmente se puede identificar una especie de emulación entre ellos. El resto de programas que se ofertan en radio tienen menor acogida como Adrenalina Deportiva y Cronómetro.

**3.- ¿Cree usted que en el ejercicio del periodismo deportivo lojano participan más hombres o mujeres?**

**Cuadro #3**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hombres	400	100%
Mujeres	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

**Gráfico # 3**



Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

**Análisis e interpretación**

Al tener presente la totalidad de consultados, el 100% de personas, es decir 400 personas, indicaron que la mayor participación la tienen los hombres, en tanto que para las mujeres les asoma como dificultad. Haciendo el análisis correspondiente se puede determinar que el género masculino tiene mayores oportunidades, porque predomina los estereotipos, por ellos todos los programas son patrocinados o conducidos por varones, existiendo una

discriminación para las mujeres que gustan de esta rama; por lo tanto las oportunidades son mínimas o simplemente no existen para el género femenino, por falta de capacitación según los criterios dados a esta interrogante.

**4. ¿Considera usted que las mujeres periodistas deberían ser parte de los programas deportivos que se transmiten en los medios de comunicación locales?**

**Cuadro #4**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	300	75%
No	100	25%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

**Gráfico #4**



Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

## **Análisis e interpretación**

El 75% del total de investigados indican que las mujeres también deberían conducir programas deportivos, se habla de 300 personas, en tanto que el 25% sostienen lo contrario. La mayor parte de los criterios indican que las mujeres periodistas deberían dirigir o conducir espacios deportivos; sin embargo ello resulta infructuoso porque los espacios siempre han estado manejados por hombres, por lo tanto tomando este punto de vista la realidad es distinta, menos oportunidades, no existe equidad de género.

Por su parte, las personas que no consideran que la mujer debe estar en los medios de comunicación, mostraron su oposición debido a que las mujeres no están capacitadas para tomar el rol de entrevistar e informar.

**5. ¿Qué causas cree usted, que limitan la participación de la mujer en el ejercicio del periodismo deportivo ecuatoriano?**

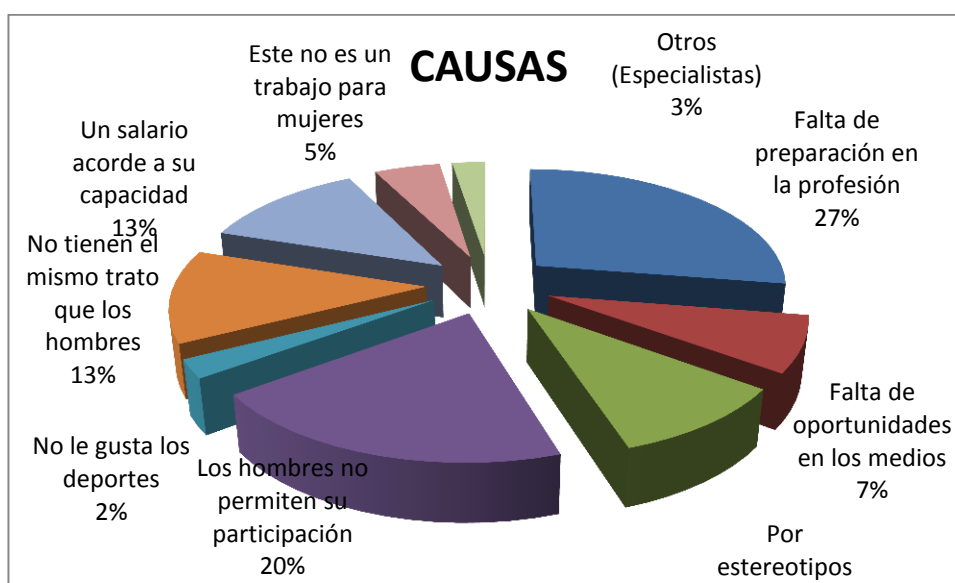
**Cuadro #5**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Falta de preparación en la profesión	110	27.5 %
Falta de oportunidades en los medios	30	7.5 %
Por estereotipos	40	10 %
Los hombres no permiten su participación	80	20 %
No le gusta los deportes	10	2.5 %
No tienen el mismo trato que los hombres	50	12.5 %
Un salario acorde a su capacidad	50	12.5 %
Este no es un trabajo para mujeres	20	5 %
Otros (Especialistas)	10	2.5 %
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

**Gráfico #5**



Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.  
Investigadora: Jenny Marisol Malla

### **Análisis e interpretación**

Del 100% de encuestados. El 27.5%, es decir 110 personas, señalan que es por falta de preparación. Un 20%, que corresponde a 80 personas porque no permiten su participación. Porcentajes similares (12.5% que en conjunto conforman un 25%; y, que integran 100 investigados indican por no tener capacidad y un salario real. Un 7.5% que integran 30 sujetos, no tiene oportunidades en los medios de comunicación. Un 10% más, que corresponde a 40 individuos por los estereotipos, un 5% (20 consultados) sostienen que no es labor para mujeres y finalmente dos opciones cuyos resultados muestran un 2.5% cada una, al parecer no gustan de los deportes, tampoco son especialistas, esta última parte como opción de otros, por lo tanto se habla de 20 personas en conjunto.

La mayor parte de respuestas afirman que las mujeres no son expertas, porque las escuelas de comunicación existentes en el localidad no preparan

a sus estudiantes en la especialización del periodismo deportivo. Otras opciones indican que los hombres no les permiten su participación, para ello deberían dedicarse a otras actividades vinculadas con el periodismo, los medios no les dan oportunidades, no gustan de los deportes, porque los estereotipos existentes, no tienen el mismo trato que el género masculino que labora en esta rama, por falta de capacidad o porque no es un trabajo para las damas. Haciendo un análisis completo de estos criterios se podría decir que existen una infinidad de limitantes, el propósito evitar que la mujer ocupe o se destaque en el aspecto deportivo.



**6.- Cree usted que un programa deportivo tiene mayor audiencia cuando está conducida por hombres o mujeres?**

**Cuadro #6**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hombres	100	25 %
Mujeres	150	37.5 %
Hombres y mujeres	150	37.5 %
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

**Gráfico #6**



Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

### **Análisis e interpretación**

De la totalidad de encuestados, un 37.5%, que corresponde a 150 personas consultadas indican que las mujeres deberían conducir programas deportivos, otro porcentaje con respuestas iguales que deberían hacerlo

ambos sexos, en tanto que el 25% restante, es decir 100 consultados apuestan por los hombres.

Tomando en consideración estas aseveraciones las mujeres también deberían conducir los programas deportivos, porque son capaces y están preparadas, con ello no se discrimina al sexo masculino, pues siempre han estado al frente de estos espacios, por lo tanto debería dárseles la oportunidad a las mujeres. Aunque, de la misma manera resulta llamativo la mezcla de voces, es decir locución de ambos sexos; sin embargo aquello no ocurre, al menos en el medio local, pues afloran los estereotipos.

7. ¿Considera usted importante, que en el periodismo deportivo exista equidad de género?

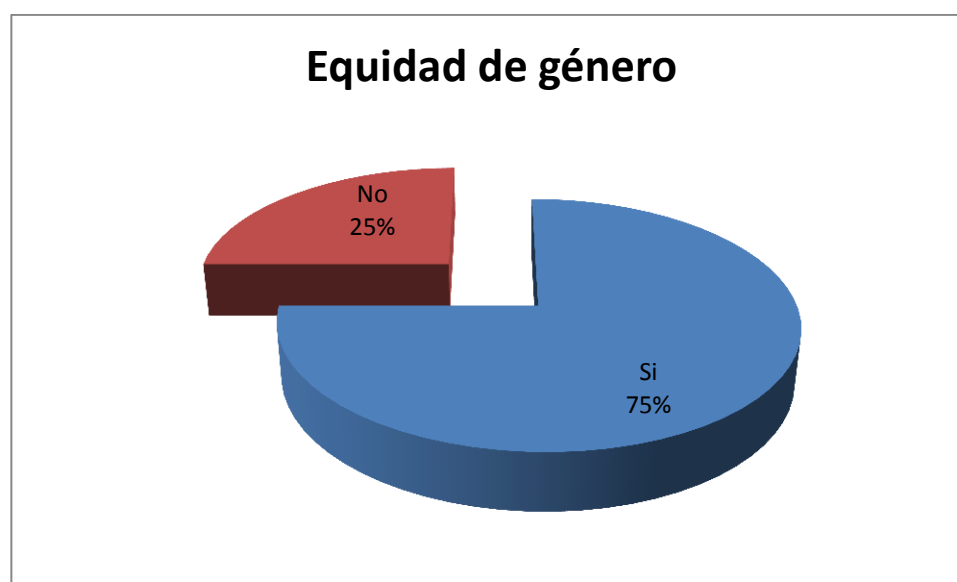
**Cuadro #7**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	300	75 %
No	100	25 %
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

**Gráfico #7**



Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

### **Análisis e interpretación**

El 75% de encuestados, que representa a 300 personas señalan que debería existir equidad de género. En tanto que un 25%, es decir 100 consultados afirman que no. Haciendo un análisis de las respuestas dadas a esta interrogante se puede colegir que deberían conducir o dirigir los informativos deportivos tanto hombres como mujeres, para evitar la

discriminación, ya sea por nivel social, económico, religioso, cultural o político, por cuanto conforme lo señala la Constitución: En el Art. 36, (Garantías Laborales de la Mujer).- El Estado propiciará la incorporación de las mujeres al trabajo remunerado, en igualdad de derechos y oportunidades, garantizándole idéntica remuneración por trabajo de igual valor. Todos tienen los mismos derechos e igualdades de oportunidades.

**8.-. ¿Considera usted necesario se diseñe una propuesta alternativa que permita la inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo lojano?**

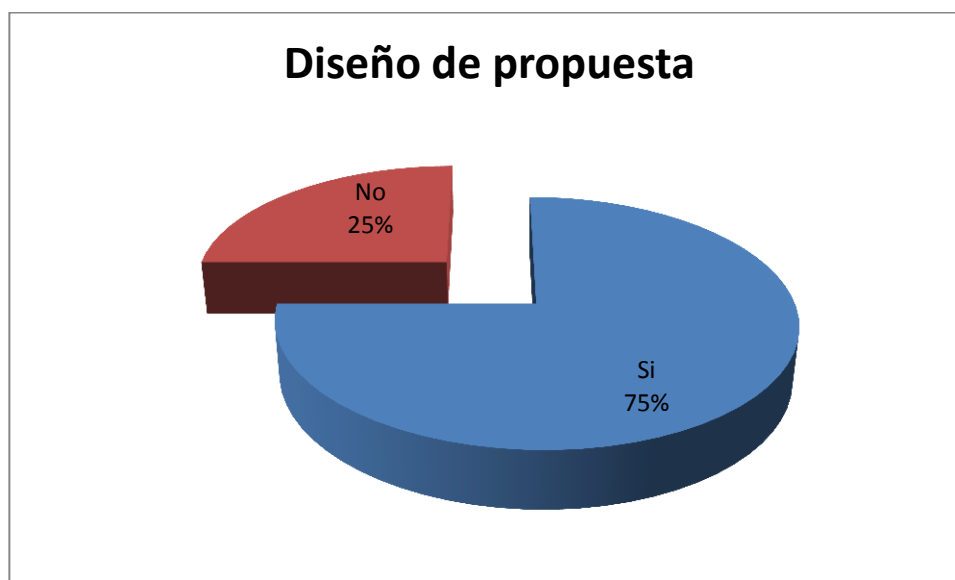
**Cuadro #8**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	300	75 %
No	100	25 %
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

**Gráfico #8**



Fuente: Habitantes de las seis parroquias urbanas del cantón Loja.

Investigadora: Jenny Marisol Malla

### **Análisis e interpretación**

De la totalidad de respuestas dadas a la presente interrogante, el 75% de encuestados, es decir 300 personas señalan que sí, en tanto que un 25%, sostiene que no, lo que representa a 100 investigados. Teniendo presentes tales criterios existe la necesidad de presentar ante los medios de

comunicación social lineamientos alternativos, con la finalidad de que se puedan poner en práctica y se constituyan en un aporte significativo para la comunidad y cambiar esos pensamientos equivocadizos y evitar los estereotipos que aún persisten en los medios locales, frente al trabajo que desempeñan las mujeres, especialmente en el ámbito periodístico y deportivo sobre todo.

## **Análisis cualitativo de entrevistas**

**Entrevista al presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Como egresada de la Carrera de Comunicación Social del Área del Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, solicito a usted, Washington González Estrella, director de la Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, de la manera más encarecida se digno contestar las siguientes interrogantes, mismas que servirán para desarrollar el presente trabajo investigativo: **“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUAL DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”**.

### **1. ¿Cómo ve la participación de la mujer en el periodismo deportivo?**

Yo pienso que dentro de todas las actividades que se realiza en el ámbito social, cultural y ahora en el deportivo, la mujer tiene un rol muy importante, más aún cuando se han abierto todas esas posibilidades para que se incursione en lo que es la información, comentario, el estar presentando información en el ámbito deportivo se lo ve muy bien, anteriormente a la voz femenina se la involucraba en las noticias, farándula, hoy por hoy juegan un rol demasiado valioso la voz femenina, no solo para presentar la noticia, estar en el diario vivir del acontecimiento informativo, visitando los lugares de entrenamiento, entrevistando autoridades, empapar y sentir, el vivir

diariamente con la información del deporte ya sea en el fútbol, baloncesto, involucrándose directamente en el acontecer deportivo.

## **2. ¿Qué limita a la mujer para que sea parte de un programa deportivo?**

Pienso que la presencia de los varones en su mayoría en los medios de comunicación le daban quizá ese tipo de revanchismo y la mujer hoy por hoy está involucrándose, más aún cuando se tiene un equipo en la Serie A, se nota el interés que la mujer quiere ser protagonista involucrándose en la información y es muy bien visto, se está solicitando la presencia de las voces de las damitas en los programas televisivos, prensa escrita y en la radio. Desde ese punto de vista juega un rol muy importante, son bienvenidas desde todo punto de vista, incursionando ya en el periodismo deportivo.

## **3. ¿Cómo se puede motivar a las damas a ser parte de un programa deportivo?**

La mejor motivación está en los colegas de los distintos medios para que ellos ubiquen voces femeninas y desde ese punto de vista creo que es la mejor motivación. Invitarlas, llamarlas, hacer casting, concursos, porque puede existir damitas que les gusta la narración, y eso no lo he visto yo al menos en nuestro país, sería algo histórico.

## **4. ¿Las mujeres cuentan con capacidad, destreza y habilidad para asumir un programa deportivo?**

Efectivamente, las mujeres tienen todo el potencial académico e intelectual para dirigir un programa deportivo, su voz se vuelve exclusiva en un medio donde por tradición solo se ha escuchado a varones.



**Entrevista a José Iñiguez, director de UV Deportes**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Como egresada de la Carrera de Comunicación Social del Área del Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, solicito a usted, José Iñiguez, director del programa UV Deportes, de la manera más encarecida se digne contestar las siguientes interrogantes, mismas que servirán para desarrollar el presente trabajo investigativo: **“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUAL DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”**.

**1. ¿Cómo ve la participación de la mujer en el periodismo deportivo?**

Es una participación muy interesante la que últimamente se ha podido observar, puesto que hace algunos años, no era factible que las mujeres puedan incursionar en el ámbito deportivo. Sin embargo creo que unos cuantos años las damas han incursionado y con mucho éxito en el periodismo deportivo, hoy por hoy, más allá de intentar remozar con figuras femeninas en los programas deportivos, se cuenta con el aporte y talento de periodistas mujeres que han logrado incursionar con mucho talento, merced a su talento, preparación, y sin duda alguna es una gran contribución para el periodismo deportivo.

## **2. ¿Qué limita a la mujer para que sea parte de un programa deportivo, algunas causas?**

Hay algunos aspectos, el primero porque las damas no han incursionado en el periodismo deportivo, como que ha sido vedado un poco el ambiente deportivo para las mujeres, quizás hay remanentes de ese peso cultural. Segundo, por lo económico, pienso que en los medios de comunicación más se prefiere a los hombres porque aún hay una concepción machista en el ámbito del deporte descartando la posibilidad que las damas puedan hacerlo y además porque tradicionalmente esta sociedad machista siempre el hombre es el que ha tenido supremacía, supuestamente mayor capacidad, inteligencia y por lo tanto mejor remuneración que no así a las damas, entonces la remuneración actual no es igual, no es justa, equilibrada y eso posiblemente aleje a las señoritas para que incursionen. El tercer aspecto sería que no ven al periodismo deportivo como un ámbito para poder desarrollarse más intelectualmente, a lo mejor prefieren otros ámbitos, otros campos de la información en general, es decir en los noticiarios y en otro tipo de programas que no sean el deportivo.

## **3. ¿Cómo se puede motivar a las damas a ser parte de los programas deportivos?**

Esto es una elección libre que deberían tomar todas las personas, tanto los hombres como las mujeres en el ejercicio periodístico. Nuestra profesión tiene un amplio abanico de posibilidades, en la actualidad hay un boom, como lo es el fútbol, pero también hay otros ámbitos como el científico, la democratización del saber, cultural de todas las manifestaciones hoy que nuestra constitución recoge la enorme riqueza cultural y étnica que tiene el

país, hay aspectos relacionados y muy interesantes como la política, economía, una serie de elementos que son un abanico enorme de posibilidades en el periodista que a lo mejor también dentro de esas posibilidades, de esas dimensiones, el periodista puede tener esa orientación, esta tendencia donde mejor se sienta y hacia donde mejor tenga la posibilidad de mejor desarrollo intelectual y profesional tenga.

#### **4. ¿Las mujeres cuentan con capacidad, destreza y habilidad para asumir un deportivo?**

Creo que la mujer tiene todo el talento, todas las posibilidades para desarrollarse plenamente en cualquiera de los ámbitos, hoy por hoy insisto es un boom esto de la sociedad futbolizada porque esto mueve miles de millones de dólares y quizá es uno de los elementos que habría que analizarlo con mucha sutileza, con mucho cuidado porque podría en un determinado tiempo convertirse es una cortina de humo para tapar los actuales problemas que la sociedad actual está viviendo, situaciones como los conflictos bélicos, las graves crisis mundial y una serie de elementos, entonces el fútbol podría ser una válvula de escape para obviar estos problemas prioritarios que tiene la humanidad.

## **Entrevista a Joffre Iñiguez, director de Entretiempo**

### **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

#### **ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

#### **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Como egresada de la Carrera de Comunicación Social del Área del Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, solicito a usted, Joffre Iñiguez, director del programa Entretiempo, de la manera más encarecida se digne contestar las siguientes interrogantes, mismas que servirán para desarrollar el presente trabajo investigativo: **“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUAL DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”.**

#### **1.- ¿Cómo ve la participación de la mujer en el periodismo deportivo?**

El problema radica en que prima el egoísmo de algunos administradores de los medios de comunicación o de quienes manejan los programas deportivos, que no dan cabida para la participación de la mujer.

#### **2.- ¿Qué limita a la mujer para que sea parte de un programa deportivo?**

Ante todo creo que la mujer no ha explotado su capacidad y habilidad que tendría para ejercer un cargo en un programa deportivo, o ser la promotora de un espacio deportivo en la localidad, sumado a ello el precario salario que la mayoría de radios ofrecen son limitantes para que las damas, opten o sientan apego por esta área.

### **3.- ¿Cómo se puede motivar a las damas a ser parte de un programa deportivo?**

El periodismo deportivo, puede ser manejado por todos o por quienes les gusta, pues la capacidad y responsabilidad es una característica de los profesionales de la comunicación social, por lo tanto no se debería hablar ni tener a menos a las mujeres, aunque desgraciadamente la sociedad esté cargada de estereotipos, sobre todo en el mercado local. La sapiencia es de todos, por ello no deberían existir individualidades, porque nadie es mejor que el otro son capacidades que deberían ser manejadas para el servicio colectivo y no personalmente.

### **4. ¿Las mujeres cuentan con capacidad, destreza y habilidad para asumir un programa deportivo?**

Todos tienen la misma capacidad para realizar cualquier actividad, obviamente de acuerdo a la rama en la que se haya preparado. El problema radica en que no se les da la oportunidad para mostrar sus destrezas y habilidades, es decir su capacidad para analizar e interpretar algún encuentro deportivo por así decirlo. La experiencia es una parte de ese engranaje de ideas que se pueden verter en un determinado programa, no es la competencia de género, sino la fortaleza y dedicación para hacerlo.

## **Entrevista a Gonzalo Piña, director de Deportivísimo**

### **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

#### **ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

#### **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Como egresada de la Carrera de Comunicación Social del Área del Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, solicito a usted, Gonzalo Piña, director del programa Deportivísimo, de la manera más encarecida se digne contestar las siguientes interrogantes, mismas que servirán para desarrollar el presente trabajo investigativo: **“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUAL DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”**.

#### **1. ¿Cómo ve la participación de la mujer en el periodismo deportivo?**

Es la una oportunidad que siempre buscó la mujer para poder inmiscuirse en el campo deportivo, creo que es la mejor oportunidad que tienen de demostrar sus condiciones acá en la ciudad de Loja. Hay muchísimas señoras que aspiran en el periodismo deportivo especializado; lo han hecho anteriormente con mucha trascendencia, algunas ciudadanas, que han estado en programas deportivos en la televisión, radio, medios escritos. Hoy cuando la Universidad Nacional de Loja en primera instancia y luego la Universidad Técnica Particular de Loja abrió el área de comunicación social, muchas de ellas se dedicaron al periodismo deportivo acá en Loja y eso nos satisface a quienes ya tenemos alguna experiencia dentro de este ámbito, el

conocer a muchas compañeras que se han destacado y para nosotros es un gusto poder saber que las condiciones lo han demostrado como tal en los diferentes programas deportivos en los diferentes medios de comunicación, que demuestran esas condiciones como tal.

## **2. ¿Qué limita a la mujer para que sea parte de un programa deportivo?**

Creo que los límites los ponemos nosotros, es necesario que todas las personas en este caso las mujeres, tomen la batuta de crear una propuesta radial diferente a las existentes en la localidad en donde se muestre las condiciones y talento para realizar periodismo deportivo.

## **3. ¿Cómo se puede motivar a las damas a ser parte de un programa deportivo?**

Abriéndole las puertas de los programas deportivos, modestamente en nuestros programas siempre nos han invitado, siempre hemos estado colaborando, compañeras que a su debido tiempo, hemos abierto las puertas para que hagan las prácticas en el programa, y así deberían hacer en el resto de programas les abren las puertas porque ven la capacidad de ellas. Algunas por las múltiples ocupaciones no pueden dedicarle todo el tiempo, pero creo que la mejor motivación es dándole la confianza, abriéndole las puertas imaginarias, reitero que puedan hacer ellas sus prácticas en primera instancia, y después inmiscuirse definitivamente en los programas.

## **4. ¿Las mujeres cuentan con capacidad, destreza y habilidad para asumir un programa deportivo?**

No solo en las mismas condiciones, yo creo que en algunas oportunidades están más arriba de lo que un hombre puede desarrollar o desempeñarse

dentro del ámbito deportivo, porque considero que las mujeres, a veces se especializan en determinadas áreas deportivas, no como el hombre generalmente busca las competencias en donde tiene trascendencia el hombre, el fútbol, baloncesto, boxeo y así por el estilo, pero la mujer le da ese toque especial, yo considero que están más allá que las capacidades que los hombres.



**Entrevista a Ruth Abarca, jefa de Redacción de Diario Crónica**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Como egresada de la Carrera de Comunicación Social del Área del Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, solicito a usted, Ruth Abarca, jefa de Redacción de Diario Crónica, de la manera más encarecida se digne contestar las siguientes interrogantes, mismas que servirán para desarrollar el presente trabajo investigativo: **“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUAL DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”.**

**1. ¿Cómo ve la participación de la mujer en el periodismo deportivo?**

Hay un notable cambio. Si comparamos cómo eran antes las coberturas periodísticas (en todas las disciplinas), veremos las diferencias que habían, eso "era exclusivo de hombres", poco a poco las mujeres incursionaron en este ámbito de la comunicación y aunque aún sigue siendo un número reducido en el país, la tendencia es que la cifra sea mayor.

**2. ¿Qué limita a la mujer a que sea parte de un programa deportivo?**

Las oportunidades las creamos nosotros mismos. Resulta difícil a lo mejor por los estereotipos, pero la perseverancia debe prevalecer.

### **3. ¿Cómo se puede motivar a las damas a ser parte de un programa deportivo?**

Apertura por parte de los medios y la convicción en quienes ejercen o ejercemos la profesión de que tenemos la capacidad de laborar en cualquier ámbito.

### **4. ¿La mujer cuenta con capacidad, destreza y habilidad para asumir un programa deportivo?**

Las mujeres tienen la facultad de ejercer cualquier actividad, solo es cuestión de dedicación y empeño. Hacerle ver que el periodismo deportivo resulta también importante en el campo profesional. Abrirle las puertas en los medios, darles oportunidades y crear esos espacios.

## **Entrevista a Luis Cabrera, productor de Deportivo 22**

### **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

#### **ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

#### **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Como egresada de la Carrera de Comunicación Social del Área del Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, solicito a usted, Luis Cabrera, productor de Deportivo 22, de la manera más encarecida se digne contestar las siguientes interrogantes, mismas que servirán para desarrollar el presente trabajo investigativo: **“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUAL DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”**.

#### **1. ¿Cómo ve la participación de la mujer en el periodismo deportivo?**

Bueno hasta el momento de las pocas mujeres que existen en este ámbito, se ha cambiado ya que demuestran que conocen de la materia deportiva y se deja notar que hay igualdad de pensamiento y discrepancia para analizar cada deporte.

#### **2. ¿Qué limita a la mujer para que sea parte de un programa deportivo?**

Las condiciones son iguales tanto a hombres como mujeres, solo aquellas profesionales que sientan pasión por esta área deben incursionar. En los últimos tiempos las mujeres han logrado muchas hazañas y poco a poco van alcanzando puestos importantes en la sociedad.

### **3. ¿Cómo se puede motivar a las damas a ser parte de un programa deportivo?**

Creo que la motivación parte desde las escuelas de comunicación quienes deben ofrecer un espacio para dar a conocer sobre periodismo deportivo, de esa manera, esta área irá ganado adeptos para que un futuro ejerzan la profesión de manera académica con conocimientos en este campo.

### **4. ¿Las mujeres cuentan con capacidad, destreza y habilidad para asumir un programa deportivo?**

Hoy en día la mujer tiene todos los dones y conocimientos necesarios para ser la creadora de un programa deportivo, eso hace falta en nuestra localidad. Las oportunidades en los medios de comunicación son abiertas para hombres y mujeres.

## **g.- DISCUSIÓN**

### **Verificación de objetivos**

#### **Objetivo General**

- **Contribuir a que los medios de comunicación social locales inmiscuyan a la mujer periodista en el ejercicio del periodismo deportivo teniendo en cuenta sus deseos de superación.** Se comprueba con las respuestas dadas a la pregunta cuatro de la encuesta, donde el 75% de interrogados afirman que las mujeres periodistas también tienen la capacidad para dirigir un programa deportivo, independientemente por el medio que se transmita, pues el afán es darles más oportunidades para que puedan realizarse profesionalmente dentro de esta rama.

#### **Objetivos Específicos**

- **Procurar que con la inserción de la mujer en el periodismo deportivo en los medios de comunicación social se logre la igualdad de género.** El presente objetivo se verifica con los resultados dados a la pregunta siete, donde el 75% afirma que se debe evitar la discriminación, ya sea por: nivel social, económico, religioso, cultural o político, conforme lo señala la Constitución todos tienen los mismos derechos e igualdad de oportunidades. El objetivo fundamental es que exista equidad, para evitar estereotipos o desecharlos de esta sociedad globalizada que en ocasiones actúa al margen de las leyes, aunque estas estén estatuidas en los códigos nacionales e internacionales.
- **Motivar a los productores de los programas deportivos que laboran en los distintos medios de comunicación social para que consideren a la mujer como un elemento fundamental para el**

**tratamiento del deporte.** Se comprueba con los resultados de la pregunta seis de la encuesta, donde el 37.5 afirma que las mujeres generan mayor audiencia cuando están en un programa deportivo, y uno de la entrevista donde la mayoría de investigados sostienen que un programa deportivo elevaría su audiencia en el momento que esté dirigido por las mujeres, obviamente que tengan conocimientos de la actividad que van a tratar, con ello no se quiere decir que no sean capaces, sino más bien darles la oportunidad para que la desarrollen en favor de las audiencias y no de los intereses particulares de los administradores de los medios de comunicación social.

- **Incentivar a las comunicadoras sociales para que busquen espacios en los medios de comunicación social a fin de que dirijan programas relacionados con el periodismo deportivo.** Este objetivo se verifica con la pregunta cuatro de la encuesta, donde el 75% dice que las mujeres deben estar en los programas deportivos, cuyos resultados indican que a las mujeres se les debería incentivar para que dirijan programas deportivos, pues también tienen la capacidad para hacerlo. Los administradores de los medios de comunicación deberían motivar tal participación, por cuanto en la localidad existen mujeres que les gusta el periodismo deportivo, por lo tanto sería necesario que se les brinde oportunidad.

- **Lograr que las escuelas de comunicación social de las universidades locales formen periodistas especializadas en materia de periodismo deportivo.** Los criterios dados en la entrevista realizada a Washington González, presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de

Loja, señala que las escuelas de comunicación de las universidades locales deberían incluir en su pensum de estudios al periodismo deportivo, ya sea como especialidad o simplemente como una asignatura, con lo que se estaría cubriendo esta deficiencia en la comunidad; y sobre todo en los medios de comunicación social, por lo tanto se verifica con las respuestas dadas a las pregunta cinco de la entrevista.

- **Diseñar una propuesta alternativa con la finalidad de lograr la inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo procurando lograr la igualdad de oportunidades.** Este objetivo se verifica con los resultados de la pregunta 8 de la encuesta donde el 75% de investigados indican que es indispensable se propongan alternativas, con la finalidad de motivar la participación de la mujer en los medios de comunicación, con el propósito de que dirijan programas deportivos, pues el deporte, como fenómeno cultural, es una parte muy importante del trabajo periodístico, por lo que debe tratarse como un género que da respuesta al interés que muestran las personas.

### **Contrastación de hipótesis**

**La no inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo se debe a que quienes dirigen los programas deportivos en los medios de comunicación social locales desconocen de la capacidad intelectual del género femenino en el tratamiento de temas.** Se contrasta con los resultados de la pregunta 3 de la encuesta, donde el 100% establece que los hombres son los que manejan los espacios deportivos en los distintos medios de comunicación de la localidad pese a conocer que el lenguaje periodístico guarda una estrecha vinculación con la lengua común y los

intercambios entre éstos se dan continuamente, ya que cuenta con la misma organización sistemática, por lo tanto el género femenino debe ser parte de este fenómeno o actividad periodística.



## **h. CONCLUSIONES**

- En los medios de comunicación de la localidad existe solamente la participación del género masculino, por lo tanto hay discriminación de la mujer, es decir que no existe equidad.
- Se concluye que las mujeres periodistas deberían dirigir o conducir espacios deportivos, porque daría un toque distinto a la programación existente en la ciudad.
- La falta de preparación de las mujeres dentro del periodismo deportivo, sería una limitante para que puedan dirigir programas deportivos en los medios de comunicación de la localidad, aunque otros piensan que es por falta de oportunidades.
- Un programa deportivo tendría mayor audiencia cuando esté conducido por mujeres, debido a que la voz femenina cautiva y atrae al oyente.
- Existe discriminación en los medios de comunicación social, al no haber la participación de la mujer en la conducción de los programas deportivos, pese a que la Constitución de la República lo garantiza, pues todos tienen los mismos derechos e igual de oportunidades.
- Se concluye que las escuelas de Comunicación Social de las universidades de Loja no tienen en su pensum de estudio la materia del periodismo deportivo.

## **i. RECOMENDACIONES**

- Los medios de comunicación de la ciudad de Loja, debería mejorar e innovar la calidad de los productos informativos que se transmiten en los programas deportivos, con la finalidad de procurar ganar mayor audiencia.
- Se recomienda a los administradores de los medios de comunicación de la ciudad de Loja, inmiscuir dentro de los programas deportivos a la mujer, con el propósito de evitar la discriminación y procurar la equidad de género.
- Las profesionales de la comunicación social deberían procurar especializarse dentro del periodismo deportivo, con lo que se garantizaría la calidad de los programas deportivos en el momento que los dirijan, y, estarían ganando espacio entre el género masculino.
- Las escuelas de comunicación existentes en las universidades de la localidad deberían incluir en su pensum de estudios la asignatura del periodismo deportivo, con la finalidad de que tanto hombres como mujeres se especialicen en este ámbito.
- Los medios de comunicación social ganarían más rating en el momento que las mujeres estén al frente de un programa deportivo, ya que en la actualidad no lo existe.
- Los administradores de los medios de comunicación social de la localidad, deberían dar cumplimiento a los postulados constitucionales con la finalidad de garantizar la equidad de género en las distintas programaciones, sobre todo en el aspecto deportivo.

- Se recomienda a los medios de comunicación social brindar espacios deportivos donde la mujer prevalezca como profesional de la comunicación social y así procurar construir una Sociedad más justa y equitativa.

## **PROPUESTA ALTERNATIVA**

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DEPORTIVO DIRIGIDO y REALIZADO POR MUJERES PARA MOTIVAR A LAS DAMAS A LA INSERCIÓN DEL PERIODISMO DEPORTIVO”.**

### **ANTECEDENTES**

En el contexto local son pocas las oportunidades que tienen las féminas en el área deportiva; las que están inmersas cumplen a cabalidad el reportero y la fotografía, ganándose así la admiración de sus colegas, dirigentes, aficionados, quienes si valoran las actitudes y aptitudes en las labores encomendadas.

Al parecer faltaría motivación de las mujeres que estudian Comunicación Social, para no amilanarse e ir mostrando sus conocimientos en el campo deportivo. El fútbol es conocido como el “Rey de los Deportes”, así como crece diariamente sus fanáticos, debe irse innovando con programas deportivos en los cuales se vea vinculada la mujer.

Inclusive los directores de los espacios deportivos señalaron que hace falta la inserción femenina.

Ante esta situación, la presente propuesta tiene como prioridad la motivación a las mujeres para ser parte de los espacios deportivos, de tal forma, que a través del programa radial “Las Profesionales del Deporte”, se busca despertar el interés.

Esta iniciativa contará con la voz de dos destacadas profesionales en el área deportiva: Abigail Cruz y Paulina Bustamante, quienes actualmente laboran

en Radio Cariamanga 104.5 FM y Diario La Hora, respectivamente en el campo deportivo junto a la investigadora del tema, Jenny Malla, constituyéndose en una propuesta netamente con mujeres.

En el programa deportivo que tiene como lema “Una nueva manera de informar del deporte”, se tratará temas del área deportiva en el contexto local, nacional e internacional, además deportes como fútbol, tenis, baloncesto y todo cuanto al acontecer deportivo, transmitido por Radio Cariamanga 104.5 FM de lunes a viernes de 14h30 a 15h00.

A esta casa radial se la consideró por la audiencia, cobertura y el bajo costo de arriendo de espacio, además de la colaboración de los Directivos.

## **OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

### **GENERAL**

Incentivar a las damas que sienten afición al periodismo deportivo en Loja a que se vinculen a los medios de comunicación y lograr la equidad de género.

### **ESPECÍFICOS**

- ✓ Crear un programa deportivo en el que participen solo mujeres.
- ✓ Dar una charla motivacional a las damas de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja a que se involucren en los programas deportivos.

### **JUSTIFICACIÓN**

La presente propuesta nace de la importancia y necesidad que las mujeres que sienten afición por el periodismo deportivo participen en los eventos trascendentales, ya que es importante la equidad de género.

Para lograr que la presente propuesta tenga el éxito deseado, contaremos con la colaboración de gente especializada, su opinión brindada, será

fundamental para el desarrollo, ejecución, motivación a las personas a las que se capacitarán.

De tal manera con la concienciación se pretende que las mujeres se motiven y así se vinculen a los medios de comunicación, para lograr la equidad de género.

La presente propuesta es viable porque casi en su totalidad, las personas encuestadas están de acuerdo que las mujeres se involucren en el periodismo deportivo en la ciudad de Loja, ya que sería algo novedoso a la hora de informar.

### **FACTIBILIDAD**

Tanto la charla motivacional, como la implementación de un programa deportivo, que tenga la participación de damas es viable, debido al gran interés que tiene la ciudadanía de informarse de una forma diferente. Además porque se cuenta con el compromiso de personas especializadas en materia deportiva, como Washington González Estrella, presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja.

Además las dos mujeres que están inmersas en el periodismo deportivo, Abigail Cruz (radio) y Paulina Bustamante (fotografía) darán una charla motivacional sobre la participación que han tenido dentro de esta rama. En el diálogo con las alumnas de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, darán a conocer sus anécdotas, experiencias dentro de las coberturas, tips de entrevistas y fotografías, y lo más importante como ha sido la aceptación que han tenido por los colegas y en la ciudadanía.

Con respecto al programa radial que será dirigido, producido y conducido por damas se reproducirá de lunes a viernes en horario vespertino de 14:30 a 15:00 en RC Plus.

### **PROFORMA RADIAL DE RC PLUS 104.5 FM**

CLIENTE: Jenny Marisol Malla Guamán

DIRECCIÓN: Av. Pablo Palacio (Barrio Bolacachi)

RUC:

TELEF: 097998855

LUGAR: Loja

FECHA: 22 de abril de 2015

<b>DETALLE</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Arriendo de programa deportivo.	14:30 a 15:00	300.00	
		<b>SUBTOTAL</b>	300.00
		<b>IVA 12%</b>	36.00
		<b>TOTAL</b>	360.00

Esperando su Aceptación quedo de Usted muy agradecido

Atentamente,



Ing. Cesar Bermeo Abraham  
GERENTE DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

## **DISEÑO DE LA PROPUESTA**

**CANTÓN:** Loja

**CIUDAD:** Loja

**PROYECTO:** Creación de un programa donde participen mujeres inmersas en la actividad deportiva.

Al no existir un programa de información deportivo femenino en la ciudad de Loja, crea una expectativa por la ciudadanía y los directores de los espacios deportivos en los medios de comunicación.

## **OBJETIVOS DEL PROGRAMA**

### **GENERAL**

Incentivar a la mujer a la inserción en el periodismo deportivo a través de un programa radial innovador, con una propuesta diferente, donde la voz femenina resalte.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Realizar un programa deportivo que será conducido por damas.
- ✓ Difundirlo al programa a través de los medios de comunicación.
- ✓ Concienciar a los directores de los espacios deportivos a que valoren los conocimientos de las mujeres.
- ✓ Aumentar la inserción de las féminas en el periodismo deportivo en la ciudad de Loja.

## **FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES**

La investigadora de la presente tesis, Jenny Marisol Malla Guamán, entre otras acciones cumplirá las siguientes en esta propuesta.

- ✓ Realizar la producción, libretos del programa radial femenino.



- ✓ Escoger el personal calificado para la elaboración de una charla motivacional.
- ✓ Participar en la charla motivacional a las mujeres de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional.
- ✓ Ser responsable de la ejecución de la propuesta.

### **OPERATIVIDAD DEL PROGRAMA**

Al programa radial se lo denominará **“LAS PROFESIONALES DEL DEPORTE”**, con el lema, “Una nueva manera de informar el deporte.

El nombre del programa obedece a que será producido y dirigido por mujeres con experiencia en la comunicación deportiva, como son: Abigail Cruz y Paulina Bustamante.

Estas dos periodistas han incursionado más de 5 años en la rama deportiva, por lo que tienen conocimiento de reporterismo, fotografía, manejo de redes sociales, locución, producción en eventos deportivos. Ellas, junto a Jenny Malla, autora de la tesis, unen sus voces para dar vida a una novedosa producción local.

El lema fue escogido puesto que se quiere demostrar la potencialidad de las mujeres en el periodismo deportivo. El objetivo del programa, busca ser una propuesta innovadora, que llegue al público receptor y los directores de los programas, y así la mujer vaya ganando su espacio dentro de esta rama.

El programa, será transmitido por Radio Cariamanga 104.5 de lunes a viernes de 14h30 a 15h00, se toma en cuenta este horario, porque el objetivo es el público joven, muchos están ya en sus casas o camino a la universidad, y fácilmente pueden conocer y escuchar esta propuesta radial.

En la primera emisión del programa deportivo se invitará al presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, Washington González, quien hará una reseña de la inserción de la mujer en el periodismo lojano y contará la experiencia que han ganado las damas en la comunicación. Temas como el fútbol Nacional e Internacional, tenis entre otras ramas del deporte serán abordados.

De tal manera, que se refleje que las mujeres tienen la capacidad para discutir un amplio campo deportivo. Son treinta minutos de información deportiva, donde se contará con los auspicios del Banco de Loja, Hino de Mavesa, Máster Pc, Pro Hogar y Marathon Sports.

La publicidad será gestionada por la autora de la tesis con el apoyo del Gerente de la Radio Cariamanga, Ing. César Bermeo, quien posee los contactos necesarios para solventar este particular.

La publicidad en su totalidad asciende a unos 2000 dólares, que permiten dar vida a la propuesta.

Además, para complementar la motivación a las mujeres, se impartirá una charla motivacional denominada **“Las mujeres también podemos”**. Lo que buscamos es que las damas vayan involucrándose en mayor número en la ciudad de Loja.

En la charla participarán, las dos mujeres que en la actualidad ejercen el periodismo deportivo en Loja, Abigail Cruz y Paulina Bustamante, quienes contarán sus inicios, vivencias, y porqué están dentro de este ámbito.

### **PROPUESTA DEL PROGRAMA RADIAL**

De acuerdo con los resultados obtenidos de nuestra investigación, **“La inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo lojano un reto**

**comunicacional para lograr la equidad de género y su influencia en el contexto sociocultural". Periodo Mayo-Octubre de 2014. Propuesta Alternativa",** existen escasas damas inmersas en esta rama comunicacional en la ciudad de Loja.

Para realizar la campaña se cuenta con el apoyo de C Radio 104.5 FM. En este medio radial será difundido el programa de 14:30 a 15:00 de lunes a viernes.

En dicha estación radial se difundirá el programa denominado: **"Las profesionales del deporte"**, bajo el lema Una nueva manera de difundir el deporte. El informativo difundirá los hechos más relevantes del acontecer deportivo local, nacional e internacional.

Dentro de la programación habrá invitados, en la primera emisión, participará Washington González Estrella, presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, donde habló de la importancia de la inserción de la mujer en este ámbito.

#### **Metas esperadas**

- ✓ Dar a conocer las habilidades y el desenvolvimiento que tienen las mujeres al informar con respecto al deporte.
- ✓ Promover la participación de las mujeres en el periodismo deportivo en la ciudad de Loja.

#### **Nuestro plan piloto**

Para la ejecución del programa contamos para la difusión del programa deportivo, que será distribuido de la siguiente manera:

<b>RECURSOS PARA PROGRAMACIÓN MENSUAL</b>			
20	CD		10,00
	Difusión en radiodifusora	336,00 (mensual)	336,00
<b>Sub-total</b>			336,00
<b>Total</b>			346,00
<b>Imprevistos 5%</b>			100,00
<b>TOTAL</b>			446,00

**ESQUEMA DEL PROGRAMA RADIAL “LAS PROFESIONALES DEL DEPORTE”**

<b>INDICADORES</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b>
Duración	30 minutos	El tiempo fue determinado en base que será un programa piloto.
Frecuencia	5 veces por semana.	Se estableció la frecuencia con el objetivo de dar a conocer la información deportiva que diariamente se suscita en el contexto local,

		nacional e internacional.
Horario	14:30 a 15:00	Se consideró este horario como el más idóneo, puesto que nuestro interés es llegar a la ciudadanía, a esta hora, población está viajando a sus respectivos trabajos, o algunos se encuentran laborando y lo podrán hacer con la información deportiva.
Medio de Comunicación	Radio RC PLUS 104.5 FM	Se escogió a Radio RC Plus 104.5 FM por su bajo precio en el pautaaje, pero principalmente por la sintonía que tiene, ya que pretendemos llegar a toda la población.

Público Objetivo	Todos los habitantes	Nuestro público objetivo es toda la población lojana, especialmente las mujeres.
------------------	----------------------	--

## RECURSOS Y PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

ACTIVIDADES	VALOR
Arriendo de espacio en Radio Cariamanga	\$336.00
Honorarios de personal: Abigail Cruz Paulina Bustamante	\$150.00 \$150.00
Publicista: Jenny Malla	\$300.00 más comisión
Control: Joffre Iñiguez	\$100.00
Equipos: 2 grabadoras, pilas recargables	\$190.00
Internet para redes sociales	\$40.00
Transporte	\$40.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1306.00</b>

## PRECIOS PUBLICIDADES

PUBLICIDADES	PRECIOS
Hino de Mavesa (dos pasadas de 1, minuto segundos)	<b>\$600</b>
Máster PC (dos pasadas de 1 minuto)	<b>\$200</b>
Banco de Loja (una pasada, 2 minutos)	<b>\$300</b>
Pro Hogar (dos pasadas, 1 minuto con segundos)	<b>\$200</b>
Marathon Sports (dos pasadas, 50 segundos)	<b>\$700</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$2000</b>

## RÉDITOS

DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
Ingresos publicidad	<b>\$ 2000</b>	<b>\$2000</b>
Gastos programación	<b>\$ 1306</b>	<b>1306</b>
<b>Réditos</b>		<b>\$694</b>

## **LIBRETO RADIAL**

**Libreto radial para el programa Las Profesionales del deporte.**

**Duración:** 30 minutos

**Frecuencia:** Lunes a viernes

**Hora de emisión:** 14:30 a 15:00

**Producción:** Jenny Malla

**Fecha:** 11 de mayo de 2015

### **Locutores:**

Jenny Malla (locutor 1)

Paulina Bustamante (locutor 2)

Abigail Cruz (locutor 3)

**Controles:** Jenny Malla

**Público objetivo:** Ciudadanía lojana

**CONTROLES:** Lanza clasificación del programa. Lanza promo del programa Las profesionales de la información (15 segundos). Fondo musical de la canción de David Guetta (30 segundos).

**Locutor 1:** Buenas tardes amigos oyentes, bienvenidos a su programa **Las Profesionales del Deporte**, una nueva manera de informar el acontecer deportivo.

En esta programación inédita, contaremos con la presencia de Paulina Bustamante y Abigail Cruz, quienes me acompañarán en esta medio hora de programación. Más adelante también contaremos con la presencia de



Washington González Estrella, presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, con quien abordaremos la importancia de la mujer en el periodismo deportivo, ¿Por qué es escasa la participación de las féminas en este ámbito? Y otros temas que serán abordados en los 30 minutos de la programación, luego de la siguiente pausa.

**CONTROL:** Lanza promo del inicio del espacio publicitario. Publicidades (Hino de Mavesa, Máster PC, Banco de Loja, Prohogar y Marathon Spots), total 4:17 minutos.

Lanza promo fin del espacio publicitario y promo del programa La Profesionales del Deporte.

**LOCUTOR 1:** Regresamos amigos oyentes, en la programación me acompaña, Paulina Bustamante, que tal Paulina como estas.

**LOCUTOR 2:** Buenas tardes Jenny y a todos nuestros amigos que están escuchando, su nuevo programa **Las profesionales del Deporte**. Ante todo Jenny te voy a felicitar por esta nueva iniciativa, que pretende vincular a las damas en esta profesión, el periodismo deportivo.

**LOCUTOR 1:** Muchas gracias, Paulina, lo que queremos demostrar es la potencialidad que tiene la mujer en el periodismo deportivo. También nos acompaña en esta ocasión Abigail Cruz, quien ha trabajado durante varios años en esta rama, lo ha hecho ya en algunas radios, pasantías en Federación Deportiva de Loja, también estuvo por algún tiempo en Diario Centinela en el área justamente de deportes. Es un gusto Abigail que nos acompañes en la programación, buenas tardes.

**LOCUTOR 3:** Que tal Jenny, Paulina, un gusto estar compartiendo con ustedes esta programación, aquí en CR Radio 104.5 FM, muy buenas tardes a los amigos que en casa también nos escuchan, es una satisfacción poder colaborar en esta idea innovadora de informar, al haber creado este programa, lo que se pretende es demostrar las potencialidades justamente que tiene la mujer en el periodismo deportivo.

**LOUCTOR 1:** Gracias Abigail, para tratar este tema, tenemos a nuestro invitado del día, Washington González Estrella, presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja (CPDL), con quien hablaremos de esta temática muy importante, ya que otras ciudades del país, y en el mundo es considerable la inserción de la mujer en el periodismo deportivo.

**INVITADO: ....**

**LOCUTOR 1:** Justamente Washington en este tema ¿Cree usted que es importante que la mujer esté involucrada en el periodismo deportivo?

**INVITADO:** Respuesta

**LOCUTOR 2:** Washington ¿Por qué cree que es escasa la inserción de la mujer en el ámbito deportivo, de ser periodista, en comparación a otras ciudades donde si existe.

**INVITADO:** Respuesta

**LOCUTOR 3:** Washo justamente en esa situación, como usted lo ha dicho no existe el interés, quizás de las mujeres por incluirse en el mundo deportivo. ¿Qué se podría hacer, como podríamos llegar a aquellas mujeres que gustan por esta rama, de pronto de pronto por temor no lo hacen, que les podemos decir a ellas, como llegar a estos medios?

**INVITADO:** Respuesta

**LOCUTOR 3:** ¿Cree usted Washo que de alguna manera, tiene cierta ventaja ser mujer y estar en el mundo deportivo?

**INVITADO:** Respuesta

**LOCUTOR 2:** Washington, ¿Cómo ve de aquí a unos 10 años el periodismo femenino, podría abarcar más en la provincia de Loja?

**INVITADO:** Respuesta

**LOCUTOR 3:** Sería Washo interesante que las autoridades se preocupen de cierto modo por incluir a la mujer dentro del mundo deportivo en educación, porque en el país existen mujeres que están en los medios incursionando en el periodismo deportivo, simplemente lo hacen en un programa, comentaristas, haciendo borde de campo, pero en el país no se ha escuchado una mujer narrar un partido de fútbol, en ese sentido falta un poco de educación.

**INVITADO:** Respuesta

**LOCUTOR 1:** Washington también una invitación a las mujeres a quienes nos escuchan para que pierdan el temor y se involucren en el tema del periodismo deportivo, para que vayan buscando un poco su experiencia en el campo deportivo, el algún programa deportivo, ya sea en la radio, televisión, en los medios impresos.

**INVITADO:** Respuesta

**LOCUTOR 3:** Y la voz femenina siempre marca la diferencia

**INVITADO:** Respuesta

**LOCUTOR 1:** Valiosas el aporte que nos brindó el presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, Washington González, acerca de la escasa inserción de la mujer en el periodismo deportivo. Luego de la siguiente pausa continuamos con mayor información en su programa, las Profesionales del Deporte. Una nueva manera de difundir el deporte.

**CONTROL:** Fondo musical de la música de David Guetta (20 segundos). Lanza promo del inicio del espacio publicitario. Publicidades (Hino de Mavesa, Máster PC, Prohogar y Marathon Spots), total 3:04 minutos.

Lanza promo fin del espacio publicitario y promo del programa La Profesionales del Deporte. Fondo musical de la música de David Guetta (20 segundos).

**LOCUTOR 1:** Regresamos de la pausa, con más de su programa Las Profesionales del Deporte, en RC Plus 104.5 FM.

Continuamos con la información, Liga de Loja se prepara para jugar este fin de semana con Dep. Cuenca, los jugadores analizan los errores que se cometió en el último partido ante Aucas.

**CONTROLES:** Entrevista con Robinson Sánchez, arquero de Liga de Loja.

**ROBINSON SÁNCHEZ:** Sabíamos que es un rival muy complicado, tiene gente muy rápida en la parte de arriba, en la parte ofensiva de ellos, contrarrestamos muy bien eso, hubo puntos muy altos en el equipo, donde marcamos diferencia, y gracias a Dios pudimos remontar el marcador. Con respecto al gol, cada jugador teníamos la marca, llegó un jugador más al ataque, eso pasó en esa jugada tan puntual. Ahora con la victoria viene la alegría, pero sabemos que hay que corregir, hay que seguir trabajando.

Contentos porque le ganamos a un buen rival, fueron muchos hinchas de Loja, salieron alegres con todos nosotros, vamos por buen camino, hay que seguir trabajando. Sin duda que nosotros queremos hacernos fuertes en casa, vamos a enfrentar un buen rival como es el Deportivo Cuenca, nosotros estamos con la convicción de hacer bien nuestro trabajo y con la bendición de Dios se queden los tres puntos en casa. La mentalidad es esa, estar en los puestos de arriba, buscar este año, cosas importantes juntos. Vamos a trabajar bien durante la semana, con la bendición de Dios se queden los tres puntos en casa.

**LOCUTOR 2:** Para los amigos oyentes darles a conocer que el entrenador Julio César Toresani comenta el buen momento que atraviesa el jugador Ánderson Naula en el Campeonato Nacional. Fue la figura del partido al haber marcado dos goles.

**JULIO CÉSAR TORESANI:** La verdad que importante se jugó bien, nos quedamos corto con el resultado, pudo haber sido más abultado. En líneas generales respondió bien el equipo de a poco vamos creciendo. Con respecto a Ánderson Naula, El Pibe se lo merece, es un buen chico, buen profesional, igualmente no hay que marearlo, tiene muchas cosas por aprender, le falta muchísimo todavía, muy contento porque respondió, eso quedó allá vamos a hacer los intentos, para ver si lo podemos tener el viernes. Jugamos mejor que el rival, ordenados, no era merecido el gol, tuvimos una desatención de pelota parada, como la tiene el resto del fútbol ecuatoriano... Estadísticamente acá pasa siempre lo mismo, hace rato que no se gana acá de local, no es el problema de este equipo, les cuesta. Siempre salimos a ganar, después el rival juega, jugamos con Barcelona y

Emelec. La “Bomba” jugó, debemos definir, quién juega entran once. Pablo Vásquez entró cinco minutos, no puede jugar de titular porque entran once.

**LOCUTOR 1:** Dejamos de lado la información local y en lo internacional, hablaremos de la Champions League, el torneo de clubes más importante del mundo. Carlo Ancelotti habla del duelo que sostendrá ante Atlético de Madrid.

**CARLO ANCELOTTI:** Que tenemos la misma ilusión, la misma gana que tenemos yo y el aficionado del real Madrid para ganar este partido, exactamente la misma, todos juntos lo vamos a conseguir. Un partido tan importante poner una buena estrategia de partido, focalizarse en esta estrategia, porque sabemos que la motivación las ganas, ilusión están a tope. El solo preparar bien la estrategia del partido, que los jugadores focalizan bien en este tipo de estrategia, al intentarlo de poner en el campo mañana...La idea de poner un equipo que es capaz de jugar como ha jugado el partido de ida, la primera parte fue muy buena, tenemos que intentar repetir este partido. Será un partido igualado, competido en todos los aspectos, con intensidad. Como he dicho que el Atlético no tiene prisa de marcar, también nosotros no tenemos prisa, tenemos prisa, la idea de jugar bien desde el primer minuto hasta el final. El dibujo no cambia como he dicho, repito creo que voy a poner el mismo equipo para ganar este partido. Atlético es muy fuerte, tiene una solidez defensiva entre los mejores equipos de mundo, nos cuesta mucho buscar la solución para marcar goles, pero lo que hemos hecho el partido de ida nos da confianza, es lo que tenemos que hacer lo mismo en el partido de mañana, sin prisa, muy bien concentrados

porque es importante ganar al final, no lo podemos hacer tenemos mucha trayectoria para hacerlo.

**LOCUTOR 2:** En otro deporte, en tenis, Novak Djokovic sigue imparable, no tiene rivales en canchas duras, arcilla y en césped. Pasa uno de los mejores momentos más importantes de su carrera, al estar casi un año seguido como número 1 del mundo. Potencia en el saque, un revés potente, más tiros ganadores, muchos aces en el partido, hacen que “Nole” en la actualidad sea imbatible.

**LOCUTOR 1:** Llegamos a la parte final de la programación, gracias por la sintonía prestada en esta primera entrega de su programa, **Las Profesionales del Deporte. Una manera diferente de informar el acontecer deportivo.**

Los esperamos mañana, buenas tardes.

**LOCUTOR 2:** Muchísimas gracias a todos ustedes que no están escuchando, muchas gracias a quienes nos siguen día a día. Que tengan una excelente tarde.

**LOCUTOR 3:** Un gusto haberlos acompañado, nos despedimos será hasta el día de mañana, buenas tardes.

**CONTROLES:** Lanza fondo música de David Guetta (25 segundos). Lanza cierre del programa, Las Profesionales del Deporte.

## **ESTRUCTURA DE LA CHARLA MOTIVACIONAL “LAS MUJERES TAMBIÉN PODEMOS”.**

**SESIÓN 1:** Motivación a que las mujeres se involucren en el periodismo deportivo.

### **OBJETIVO**

Incentivar a las mujeres de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja a la inserción en el periodismo deportivo.

**DURACIÓN:** 1 hora

**Tamaño del grupo:** 20 participantes.

**MATERIAL:** Micrófono y materiales de apoyo.

**Lugar:** aulas de las Carreras de Comunicación Social.

**Horario:** 16h00 a 17h00

**EXPOSITORAS:** Abigail Cruz (1)

Paulina Bustamante (2)

**Presentadora:** Jenny Malla

### **Conocimientos sobre el periodismo deportivo**

**Expositora 1:** Abigail Cruz Calle, nació en Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe. Es egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja. Se involucró a los medios de comunicación en el 2009, primero lo hizo en Radio Satelital 100.9, fue parte del programa radial Contacto Deportivo, que lo dirige el destacado profesional Javier Vire. En el 2011 pasó a ser parte de Diario Centinela, se encargó del área de



deportes. En el 2014, se incorpora al programa deportivo Entretiempo que se emite en Radio Cariamanga, 104.5.

“Quizás muchas mujeres nos hemos preguntado las virtudes, ventajas o desventajas o cuáles son las actitudes que deben tener las féminas en el periodismo deportivo”

**Expositora 2: Paulina Bustamante**, nació en Piñas, provincia de El Oro. Es egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja. Desde el 2011 fue parte de algunos medios de comunicación de la localidad, primero en Radio La Voz del Santuario, Diario Crónica, Diario Centinela y actualmente labora en Diario L ahora, ejerciendo labores de fotografía y periodismo deportivo.

“Las principales actitudes que deben tener, es no sentirse inferior a los conocimientos que tienen los hombres, aceptar las potencialidades que se debe tener para realizar las coberturas.

Al momento de realizar una entrevista no amilanarse, no tener temor al preguntar algo, ¿Qué pensará mi compañero?, más bien focalizarse en efectuar un buen trabajo”.

**Expositora 1:** Las damas tenemos el mismo conocimiento que lo hombres, podemos realizar las mismas tareas que ellos realizan ya sea en medios impresos, radio, televisión, o realizar fotografías en los escenarios deportivos. **DESARROLLO**

Las expositoras al auditorio darán a conocer sus vivencias dentro de su carrera en el periodismo deportivo.

Las facilitadoras piden tres voluntarias. Las participantes deberán contar los motivos por los cuales sienten afición por el periodismo deportivo. También las causas porque aún no se encuentran realizando las coberturas.

### **PREGUNTAS A LAS PARTICIPANTES**

¿Qué es lo que más le gusta del periodismo deportivo?

¿Les gustaría que en la carrera exista una materia sobre periodismo deportivo?

¿Las disciplinas que más conocimiento tiene?

¿Los conocimientos que más posee fueron por autoeducación?

¿Han intentado participar en un programa deportivo?

¿Cuándo esperan vincularse al periodismo deportivo?

Preguntas de las participantes, sobre el periodismo deportivo a las ponentes.

### **Ejercicios de motivación**

Las expositoras indican que la motivación es interna, que las mujeres que sienten apasionamiento por el periodismo deportivo, no deben cohibirse, y más bien demostrar sus conocimientos en los trabajos que sean encomendados.

### **Temas a tratarse**

La importancia de la mujer en el periodismo deportivo.

La equidad de género en el periodismo deportivo.

Cualidades de la mujer para la inserción en el periodismo deportivo.

Conocimientos que debe tener la dama para ejercer esta profesión.

La aceptación que tendrá la mujer por parte de los colegas en el periodismo deportivo.

### **Dinámicas**

Dentro de esta actividad se realizarán juegos y preguntas acerca de hechos deportivos relevantes, principalmente historia de los mundiales.

Preguntas sueltas sobre las 17 reglas del fútbol, sistemas de juego.

Sistemas de campeonatos...

### **Cierre**

Preguntas de las asistentes.

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

- MORENO, J (2010), La inserción de la mujer en el periodismo deportivo acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana actual. Latacunga-Ecuador. Pág. 26.
- MATEOS, R (2007), Proyecto de Investigación de la Dirección General de La Mujer de la Consejería y Empleo de la Comunidad de Madrid. Madrid-España. Pág. 15.
- MACÍAS, J G, (2011), El Deporte es un Elemento de Cultura y Tradición. Granada-España. Pág. 22.
- GALDOS, J, Los Juegos Olímpicos. País Vasco, España. Pág. 4–5.
- GLANVILLE, B, (2006), La Historia de los Mundiales de Fútbol. Pág. 15
- PARRA, R, (2009), 6 Libros de la Copa Mundial de Fútbol. Pág. 18.
- ASTUDILLO, J, Historia del Deporte Ecuatoriano.
- MOLINA VIZCARRA, J (2009) Primera Revista Electrónica en América Latina especializada en Comunicación, Razón y Palabra Periodismo deportivo 3.0. México DF. Pág 5.
- LEÓN, (2012) Libro de Ciespal. Pág 77.
- VILLORO, J (2007) El gran héroe de mi infancia fue el locutor Ángel Fernández. Pág. 25.
- LARA, M (2007). "Periodismo deportivo: la fantasía de un oficio hecho profesión", en Revista Comunicología, 6. Recurso en línea, consultado junio de 2015. Pág. 77
- MORAGAS, (2008). Pág. 16.

- ALCOBA, (2010). ¿Quo vadis deporte? Del fracaso olímpico al triunfo de política y capitalismo deportivo. Madrid: Esteban Sanz Editorial. Pág. 202-203.
- OATES, (2007). Introduction to Media and politics. Londres: SAGE. Pág. 11
- SOBRADOS, M. (2005): "Entre la información y la opinión. Una revisión de los principales géneros en el periodismo deportivo" en MARÍN .J MONTÍN, J. Pág.185.
- HERNÁNDEZ, A (2003). El lenguaje de las crónicas deportivas. Pág. 185.
- HERNÁNDEZ, A (2003). El lenguaje de las crónicas deportivas. Pág. 14-15.
- HERNÁNDEZ, A (2003). El lenguaje de las crónicas deportivas. Pág. 16-19.
- MORAGAS, (2008). Pág. 23.
- [www.educarchile.cl](http://www.educarchile.cl)
- KIRBY RUIZ, M (2009) Incorporación de un segmento deportivo en las cuatro emisiones del informativo del canal 4; U.V Televisión de la Ciudad de Loja.
- [www.unlp.edu.ar](http://www.unlp.edu.ar)
- MORENO, (2010), J La Inserción de la mujer en el periodismo deportivo acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana actual. Pág. 13.
- [www.definicion.de](http://www.definicion.de)
- GONZÁLEZ (2013). Programa Deportivo. Pág 12.

- [www.definicion.de](http://www.definicion.de).
- [www.unl.edu.ec](http://www.unl.edu.ec)
- [www.cordicom.gob.ec](http://www.cordicom.gob.ec)
- IZQUIERDO, A (2006) Investigación Científica. Loja-Ecuador. Pág. 101.
- SANDOVAL, E (2003), Metodología de la Investigación Científica. Cuenca-Ecuador. Pág. 66-67.
- BARRIOS, A (2003), Metodología de la Investigación 2. Guayaquil-Ecuador. Pág. 29.
- MONJE, C (2011), Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Colombia. Pág. 12.
- IZQUIERDO, A (2006) Investigación Científica. Loja-Ecuador. Pág. 112.
- SIERRA, R (2002). Pág. 352
- IZQUIERDO, A (2006) Investigación Científica. Loja-Ecuador. Pág. 117.

## K. ANEXOS



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

### CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**TEMA: “LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”**

Proyecto de tesis previa a la obtención del Grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

#### **AUTORA:**

Jenny Marisol Malla Guamán

#### **DIRECTOR:**

Lic. Sybel Ontaneda Andrade Mg. Sc.

**LOJA – ECUADOR**

**2015**

**a.- TEMA**

**"LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL". PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA"**



## **b. PROBLEMÁTICA**

### **b.1. Ubicación y Contextualización**

El periodismo deportivo; es tan importante dentro de la sociedad como cualquier otra rama; por lo tanto debe ser manejado con absoluta responsabilidad sobre todo en el uso del lenguaje, por cuanto este debe ser claro directo, preciso, sencillo, conciso. Conceptos que se encuentran en cualquier libro y son fáciles de repetir, pero cuán complicado resulta decir cómo hay que hacerlo para llegar a este tipo de comunicación y sobre todo quienes deben realizarlo acaso solo los varones, pues nacen muchas incógnitas que aparentemente son fáciles de resolver, por ello se realizará un análisis al respecto.

Loja es considerada la ciudad castellana, doblemente universitaria, la Capital Musical del Ecuador; sin embargo enfrenta una infinidad de falencias que le impiden un desarrollo equilibrado, pese a que han existido cambios desde la etapa Federal, aún falta mucho por transformar, y una de esas actividades está relacionada con el periodismo deportivo; es decir donde exista la participación de la mujer en el área, que pese a existir 24 estaciones radiales, dos canales de televisión y tres medios impresos, no existen espacios donde el género femenino esté presente, entonces ahí las dificultades por resolver.

Tomando en consideración estos aspectos la problemática del periodismo deportivo en la ciudad de Loja se enmarca en la no inserción de la figura femenina dentro de los medios, especialmente en esta área, lo que se constituye en una debilidad. Esta situación también es evidente a nivel nacional, aunque con escasas excepciones.

El consejero Hernán Reyes en el programa Café Tv que se transmite por el canal público a nivel nacional, al realizar un análisis respecto a las razones de porque la mujer no tiene presencia marcada en los programas deportivos, sostuvo: "Hay una necesidad de mejorar los contenidos en programas deportivos. A veces la pasión del deporte puede provocar comentarios agresivos hacia los deportistas", Asimismo, señaló que cuando un periodista deportivo no es capaz de quitarse la camiseta deja de lado el profesionalismo y esto puede afectar el derecho a que las audiencias reciban un criterio que vaya más allá de la pasión de los conductores, además que es demasiado escueta la presencia de la figura femenina dentro del tratamiento de informaciones sobre deportes por parte de las mujeres profesionales en el área de la comunicación social.

La importancia de la difusión del deporte debe constituirse en una herramienta de integración de la figura femenina y sobre todo la formación en valores positivos para todos, por ello debe estar presente la conciencia de los encargados de los medios para brindar opciones distintas al fútbol, sin desconocer el interés y afición que tiene este deporte, por cuanto hay otras disciplinas donde las mujeres pueden desarrollar un papel protagónica, simplemente falta que se abra los espacios suficientes.

El acceso de las mujeres al ámbito deportivo ha sido tardío y ha estado lleno de dificultades. Ellas han tenido que ir superando barreras creadas por estereotipos sociales y culturales. Han tenido que luchar contra ideas de tipo: la mujer es inferior a los hombres, posee menor capacidad física, su cuerpo se masculiniza con la práctica de ejercicio, no muestra gran interés hacia la práctica deportiva, entonces si se toma en cuenta estas apreciaciones

mucho menos podrá una mujer manejar o dirigir un programa deportivo, aunque en realidad se está equivocados.

Existen mujeres que gustan y se apasionan por los deportes y luchan por demostrar que no sólo gustan de ellos, sino que también los entienden y tienen las mismas capacidades para ejercer esta profesión.

Incluso hay ocasiones en que la mujer tiene ventaja sobre el hombre para conseguir entrevistas o informaciones que a ellos nunca pueden obtener, pues los deportistas se relajan y las mujeres son capaces de hacerles sentir más en confianza por lo tanto mejores resultados, esto se observa en la práctica diaria, asistir a los entrenamientos de las distintas disciplinas deportivas, sin embargo no se les da la oportunidad para que ellas puedan mostrar sus habilidades para tratar esta área.

El problema se investiga para contribuir con la inserción femenina dentro del periodismo deportivo, al evaluar la situación contextual, se revela el conflicto entre la necesidad y la realidad, es decir, de la mujer incorporarse a las funciones periodísticas deportivas del Ecuador y la realidad de no existir mecanismos que no contribuyesen con el fenómeno de esta particular rama del periodismo.

## **b.2. Situación Actual del Problema**

El deporte en términos generales está en ámbito mítico o casi mágico que siempre ha estado presente en la humanidad, a veces relacionadas con las supersticiones, aunque no se las comparta como creencias, sin embargo es la realidad cultural de una comunidad, donde en muchas ocasiones hay que buscar otras alternativas para demostrar que todos están en la capacidad de

poder incursionar dentro del periodismo deportivo y no solo el hombre lo puede realizar.

Actualmente hay personas que luchan por posicionar a la mujer en puestos en el área deportiva, y tienen que enfrentarse con otros que se siguen oponiendo a esto y no aceptan esta cuestión particular, por lo que poner barreras al ejercicio profesional de la mujer en esta área, esto se afirma en base a los comentarios recibidos por los mismos periodistas y comentaristas del área de programas deportivos locales como: Fuerza Deportiva, Deportivísimo, UV Deportes, Contacto Deportivo, Entretiempo, Deportivo 22, Deportivo Loja, Adrenalina Deportiva, en varias ocasiones han manifestado que no existen mujeres especializadas en la rama, lo que se constituye en otra dificultad.

La Federación Deportiva de Loja, se fundó el 6 de enero de 1940, siendo su primer presidente Carlos Burneo Arlas, desde entonces hasta la actualidad se ha venido trabajando con el fin de engrandecer al deporte, es en 1964 que se inician las primeras transmisiones deportivas a través de la señal de radio Centinela del Sur, donde aparecieron como locutores: Roosevelt Barraqueta, Adriano López, Manuel Sánchez, Adolfo Coronel, entre otros, sin embargo registro de la participación de la mujer en esta área no existe.

Es fundamental entonces, impulsar espacios en pro de alcanzar un nivel de cultura deportiva plural, donde muchos sean los actores pero por sobre todo, muchos los beneficiados y aquello se lograría en el momento que la mujer forme parte o sea tomada en cuenta por los medios de comunicación dentro del periodismo deportivo, aunque han existido mujeres haciendo este

trabajo, porque el deporte no es una cuestión aislada del convivir diario, sino que forma parte de la cotidianeidad, entonces el deporte ha permitido reflexionar sobre lo social y los mecanismos básicos de creación de identidades.

En este sentido, se ha creído conveniente tomar como punto de partida hacer un análisis respecto a cómo ha sido la inserción de la mujer en el periodismo deportivo en la ciudad de Loja, haciendo un análisis de varios programas que se transmiten, se ha podido determinar que no existen locutoras deportivas, ni reporteras que desarrollen esta labor, las mismas que son consideradas como aprendices, consecuentemente la discriminación.

En este sentido, el afán de realizar un trabajo de investigación respecto a: "La inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo lojano un reto comunicacional para lograr la igualdad de género y su influencia en el contexto sociocultural".

### **b.3. Delimitación del Problema**

Una vez que se ha presentado los antecedentes de la problemática motivo de indagación, se hace necesario ir profundizando en el transcurso del trabajo, por lo tanto y desde este punto de vista se ha creído indispensable plantear algunas interrogantes las mismas que serán resueltas mediante el estudio de campo:

¿Cómo lograr la inserción de la mujer lojana en el periodismo deportivo?

¿Cuáles son las principales barreras que están limitando la inserción femenina en el periodismo deportivo lojano?

¿Cuáles serían las acciones que permitan motivar la igualdad de género en el periodismo deportivo local?

¿Las carreras y escuelas de comunicación social de las universidades locales motivan a sus alumnas para que se especialicen en periodismo deportivo?

Otras o posibles inquietudes que aparecerán en el transcurso del presente trabajo serán investigadas para clarificarlas, sin embargo las que han sido planteadas se constituyen en el punto de partida para llegar al problema medular que se lo plantea a continuación:

Los programas deportivos de los medios de comunicación locales no crean acciones que contribuyan a la inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo impidiendo la igualdad de género y participación social.

## **c.- JUSTIFICACIÓN**

### **d.1 Justificación Académica**

La Universidad Nacional de Loja, como ente de educación superior, tiene como propósito fundamental formar profesionales, críticos y analíticos, comprometidos para aportar a la construcción de una nueva sociedad, en el contexto en que se desenvuelve cada ser humano, entendiendo y descifrando cada una de las problemáticas para procurar buscar una solución; por lo tanto ser responsables en la aplicación de sus conocimientos, en el área social, como constituye el presente caso, por cuanto como profesionales de la rama de la Comunicación Social de mostrar en la práctica ese compromiso de vinculación con la colectividad.

En este contexto, el interés de investigar la presente temática: "La inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo lojano un reto comunicacional para lograr la igualdad de género y su influencia en el contexto sociocultural" al constituirse en elemento que expone una idea sobre la concepción del mundo del periodismo deportivo; por lo tanto desde la perspectiva académica se justifica plenamente, además con el presente estudio se da cumplimiento a los reglamentos y requisitos con que cuenta este centro educativo, exigencias necesarias para obtener el título de Licenciada en Comunicación Social.

### **d.2. Justificación Social**

El presente trabajo investigativo se justifica socialmente en virtud de que los fenómenos son explicados por las ciencias sociales, al permitir analizarlos y resolverlos en beneficio de la sociedad, por ello el interés de investigar las razones del porque la mujer no está inmiscuida dentro del periodismo

deportivo a nivel local, notándose plenamente la desigualdad de género, siendo una de las profesiones donde existen muchas mujeres con grande experiencia en esta materia, por lo tanto la necesidad de realizar el presente estudio, el que permitirá además conocer las razones del porqué los medios de comunicación con sus programas deportivos no las inmiscuyen para la narración deportiva, a sabiendas que existen mujeres que tienen gran conocimiento para ello, lo que se constituiría en un gran aporte para la comunidad lojana al ser entes que forman parte de esta sociedad, por lo tanto aportarán a la construcción de nuevas formas del tratamiento del deporte en particular.

### **d.3. Justificación institucional**

La realización de la presente investigación está orientada a contribuir con el mejoramiento de las condiciones de vida y desarrollo de los habitantes de la ciudad de Loja, en especial de las mujeres que se han preparado en la rama de la Comunicación Social, quienes están en capacidad de dirigir u organizar cualquier programa deportivo en los distintos medios de comunicación, existentes en la ciudad. En este contexto, la Universidad Nacional de Loja, como centro de educación superior, a través del desarrollo de investigaciones, a más de indagar sobre problemas del entorno social específicos, propone soluciones aportando a la transformación de la realidad en que se desenvuelven los seres humanos.

En este sentido se considera que se justifica desde el punto de vista institucional, porque mediante los conocimientos adquiridos se podrá dar solución a las problemáticas que aún no han sido investigadas y que



requieren sean solucionadas para una mejor conciliación entre medios, personas e instituciones.

## **d.- OBJETIVOS**

### **e.1 Objetivo General**

Contribuir a que los medios de comunicación social locales inmiscuyan a la mujer periodista en el ejercicio del periodismo deportivo teniendo en cuenta sus deseos de superación.

### **e.2. Objetivos específicos**

- Procurar que con la inserción de la mujer en el periodismo deportivo en los medios de comunicación social se logre la equidad de género.
- Motivar a los productores de los programas deportivos que laboran en los distintos medios de comunicación social para que consideren a la mujer como un elemento fundamental para el tratamiento del deporte.
- Incentivar a las comunicadoras sociales para que busquen espacios en los medios de comunicación social a fin de que dirijan programas relacionados con el periodismo deportivo.
- Lograr que las escuelas de comunicación social de las universidades locales formen periodistas especializadas en materia de periodismo deportivo.
- Diseñar una propuesta alternativa con la finalidad de lograr la inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo procurando lograr la igualdad de oportunidades.

### **Hipótesis**

- La no inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo se debe a que quienes dirigen los programas deportivos en los medios de comunicación social locales desconocen de la capacidad intelectual

del género femenino en el tratamiento de temas deportivos, con lo que no se logra la igualdad de oportunidades.

## **e.- MARCO TEÓRICO**

### **e.1. Programa deportivo**

Incluye todos los elementos fundamentales que implica una formación completa, el fin es contribuir al desarrollo personal del individuo, por lo tanto se deberá tomar en cuenta una planificación general de las actividades y actúa en forma transversal sobre la misma, estando de por medio la formación en valores a través del deporte: trabajo en equipo, comunicación, inclusión, disciplina, respeto, juego limpio, solidaridad, tolerancia y responsabilidad, en torno a todos estos elementos girarán las acciones.

*Un programa de desarrollo deportivo, implica un proceso a muy largo plazo, que comprende la integración de un modelo de educación física, con formación multilateral y multideportiva, para pasar a la etapa de especialización, que puede darse en etapas posteriores (González, 2013, pág. 12)*

En este contexto, se debe añadir que el deporte, independientemente de la disciplina que se practique, tiene como finalidad ayuda a desarrollar destrezas físicas, hacer ejercicios, socializar, divertirse, aprender a ser parte de un equipo, es decir contribuye al desarrollo de la capacidad física y sobre todo mental.

El deporte es una actividad que las personas realizan con fines de recreación aunque también puede constituirse en una profesión, para ello deberá dedicarse intensivamente y por lo tanto perfeccionar la técnica.

En este sentido, además sus practicantes pueden ejercitar su organismo para mantenerlo en forma, a un buen nivel físico, a más del relajamiento que es posible, liberar tensiones, sin embargo dentro de un programa deportivo lo que generalmente se hace es analizar competencias y no se promueve

una práctica que permite mejorar los niveles de vida de las personas en cuestión de salud, especialmente.

## **e.2. Medios de Comunicación Masiva**

*Los MCM han evolucionado más rápido en los últimos veinte años la comunicación a lo largo de la historia, salvo las regiones marginadas físicamente de las zonas de influencia de la civilización contemporánea. Su impacto está presente en los niveles consciente e inconsciente, individual y colectivo, tanto personal como social (Moreno, 2010, pág. 12).*

### **e.2.1. La televisión:**

*Medio audiovisual que permite a los profesionales de esta rama desplegar toda su creatividad ya que pueden combinar imagen, sonido y movimiento, convirtiéndose en una ventaja, un atractivo para los sentidos. Posee una gran cobertura y se hace atractiva a la vista de las personas por su poder de influencia (Moreno, 2010, pág. 13)*

### **e.2.2. La Radio:**

*Es un medio "solo radio ha tenido un crecimiento, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido. Es un medio adaptable con buena aceptación local, selectividad geográfica elevada y demográfica, costo bajo, además, es bastante audio se le convierte, en comparación con otros medios, en una limitación, exposición efímera; baja atención; audiencias fragmentadas (Moreno, 2010, pág. 13).*

### **e.2.3. Los Periódicos:**

Son medios visuales, espléndidos para anunciantes locales. Goza de flexibilidad actualidad, buena cobertura de mercados locales, aceptabilidad se dividen, de forma general, en tres grandes grupos: auxiliares o complementarios y medios alternativos (Moreno, 2010, pág. 13)

En este sentido hay que añadir que los medios masivos de comunicación se constituyen en una alternativa viable para informar sobre una infinidad de temáticas como: deportes, política, ciencia, farándula, economía, sociales, religión, cultura, es decir una infinidad de aspectos que resultan de interés para el colectivo y sobre todo son la herramienta fundamental para vincular a la comunidad con las entidades de desarrollo sean públicas o privadas.

### **e.3. La mujer en el periodismo**

A lo largo de la historia, en todo el mundo y en la mayoría de culturas, las mujeres han sido sometidas a estructuras patriarcales que les han negado sus derechos humanos más fundamentales, las leyes antiguas y los sistemas tradicionales, como el cristianismo y el islamismo, antecedentes de los sistemas modernos han provocado la dependencia de la mujer, de forma análoga a la esclavitud, a la explotación de las clases desfavorecidas y a la mano de obra.

Un estudio realizado por el Centro de Investigaciones de Estudios Sociales para América Latina (CIESPAL) (2012) señala:

*Con base en la codificación de 6 902 notas sujetos de las noticias, el cuarto monitoreo global reveló que el 48% de estas refuerzan los estereotipos de género, y tan solo el 8% los cuestionan. Un ejemplo de ello es que en las notas informativas se sigue representando a las mujeres en sus*

*relaciones familiares, es decir, como esposas y madres, sobre todo (León, CIESPAL, 2012, pág.77).*

En cuanto a la participación de la mujer en el mundo del periodismo deportivo se manifiesta que es un campo donde ellas de a poco van ganando espacio, pero aún sigue restringido a una pocas. En este sentido resulta difícil para las mujeres que les gusta los deportes dedicarse a escribir o comentar sobre ellos.

*No existe mejor homenaje a la mujer que reconocer en la práctica, su derecho a la palabra, su capacidad de razonar en conjunto para orientar acciones, así como nuestras madres orientaron nuestros pasos. La mujer ecuatoriana a seguir adelante y seguir con esta Revolución Ciudadana, porque es el único camino que nos va a llevar a un País más equitativo y justo (Correa, 2012).*

Las nuevas leyes instituidas por el presente gobierno han brindado mejores oportunidades a la gente y como lo señaló el presidente Correa en su discurso por el Día Internacional de la Mujer, el único camino a seguir es buscar la igualdad de oportunidades, conforme lo señala La Constitución ecuatoriana.

Además hay que añadir que hace unos diez años apenas el 43% de mujeres periodistas en el Ecuador laboraban en empresas de comunicación, sin embargo esto va en aumento debido a la lucha de ellas por eliminar una infinidad de estereotipos.

#### **e.4. Periodismo deportivo**

El periodismo deportivo es la relación y el progreso entre medios y deporte. Es la herramienta que los ata, que vincula y relaciona a las audiencias a

ambos y sostiene una distracción económica, social y cultural en constante desarrollo.

Su influencia sobre la apropiación de los dos fenómenos sociales es fundamental, tal como lo presenta el escritor Juan Villoro: "El gran héroe de mi infancia fue el locutor Ángel Fernández. El fútbol me cautiva porque él le había agregado la decisiva pista sonora de la épica" (Hyllarrrd, 2007).

El trabajo deportivo debe concebir una exégesis de los hechos, estudiar la interacción social que construye este gran prototipo, investigar sus organizaciones o instituciones: la economía de los equipos, la sociología del hincha, el comportamiento de las masas televisivas, su globalización, su influencia en la sociedad que los vive como propios, esta es una concepción tan acertada que debe ser analizada a profundidad para poderla comprender en mejor forma. Entonces todo demanda de preparación y conocimiento especializado.

#### **e.5. Comunicación y deporte**

Según Miguel Ángel Lara, la dimensión que ha alcanzado el deporte lo ha convertido en "el fenómeno cultural con mayor desarrollo Centro de la esfera humana", y a los deportistas les da la categoría de "reyes mediáticos" (Lara, 2007, pág. 1.77), cuyo valor se basa en lo que los medios de comunicación digan o dejen de decir sobre ellos, es decir que los convierten en héroes cuando no lo son, lo que se constituiría en un gran error sin duda.

El deporte como actividad física ha ido perdiendo protagonismo "ante la imposición de lógicas y criterios por parte de los sectores exógenos al deporte" (Moragas, 2008, pág. 16). Para este autor, la gran responsabilidad de las instituciones deportivas consiste en mantener el equilibrio del sistema



y la autonomía deportiva, lo que beneficiaría al deporte como actividad física, la cual está tomando una importancia vital.

El deporte es una actividad humana natural que por su trascendencia y aceptación social se ha hecho compleja (Alcoba, 2005), razón por la cual está estrechamente relacionada con el conocimiento que las audiencias tienen de ella y sobre todo tomando en consideración de la disciplina que se esté analizando, en función de los intereses del colectivo o de los aficionados especialmente.

*El deporte puede ser un vehículo para entender a gente que nunca hemos conocido, así como también para vivir emociones que jamás hemos sentido.*

*Con el incremento de los efectos de interacción para social dentro de los medios de comunicación masivos, los aficionados dan a conocer sus opiniones con un creciente sentido de empatía, compasión y testimonio que puede tener influencia en la manera en que procesan los mensajes recibidos, así como también en la manera en que formulan los mensajes emitidos hacia otros aficionados y entidades mediáticas (Billings, 2010, pág. 120).*

El periodismo deportivo sin duda constituye en un elemento de la interacción social a través de este se puede organizar y mover a las masas, sobre todo a aquellas que tienen especial interés por el fútbol, al ser considerado este como el rey de los deportes, aunque el resto de disciplinas también tengan acogida, por lo tanto esa relación que provoca entre la gente.

## **e.6 El periodismo deportivo como periodismo especializado**

La información deportiva se puede considerar una modalidad periodística de masas debido al número de perceptores a los que llega y por la tecnología que se emplea en la transmisión y difusión de las noticias deportivas.

El deporte, como fenómeno cultural, es una parte muy importante del trabajo periodístico, por lo que debe tratarse como un género que da respuesta al interés que muestran las personas. La información relacionada con los eventos deportivos tiene mucha importancia para la comunidad, medio de comunicación que no presente contenido deportivo no tiene trascendencia para el colectivo.

Los acontecimientos abarcan una infinidad de acontecimientos y se relaciona con variantes relacionadas con la ciencia, la economía, la política o la sociedad: "La diversidad del deporte convierte al periodismo especializado en un género súper especializado" (Alcoba, 2010, pág. 202-203).

Para Pedro Paniagua Santamaría (2003), la información deportiva es, junto con la información económica, una de las áreas informativas con mayor nivel de especialización a la que hay que darle una gran preparación.

"El deporte es una de las vías fundamentales que promovieron, promueve y promoverá la comunicación, al tiempo que ello sirve como enriquecimiento de la información especializada, dentro de la estructura de la información" (Oates, 2007, pág. 11).

Otra manera de ver a esta clase de periodismo es como "un área peculiar, de gran seguimiento y con gran carga de emotividad" (Sobrados, 2005, pág. 185). El periodismo deportivo nació como una necesidad de reflejar cuanto se generaba en esta materia. Para las labores informativas relacionadas con

el ámbito del deporte, se comenzó contratando a deportistas que tenían algo desconocimiento, personas aficionadas y apasionadas por un fenómeno que se ha convertido en un género atractivo y que atrae al público.

### **e.7 El lenguaje en el periodismo deportivo**

El periodismo deportivo cuenta con un lenguaje específico que ha sido objeto de diversos análisis y estudios. El lenguaje periodístico guarda una estrecha vinculación con la lengua común y los intercambios entre éstos se dan continuamente, ya que cuenta con la misma organización sistemática (Hernández, 2003). La ausencia entre lengua común y especial no es constante; muchos vocablos especializados pasan a ser comunes si el hablante los emplea y extiende su uso, y sobre todo si los hace comprender a los aficionados.

Los medios según Hernández Alonso, aglutina a un conjunto de subcódigos dentro de un código común y en él conviven todas las variedades de la lengua escrita y oral. Dichos códigos o signos están diferenciados por el tono estilístico, la terminología técnica y la especialidad. Este autor considera que "todo lenguaje se modifica en función del contexto, que lo consolida, lo dirige, lo adapta, para ser asimilado por un sujeto plural anónimo" Además califica al lenguaje periodístico como "un lenguaje mediador de validez común, para el que se requiere cierto aprendizaje y el dominio de una técnica propia" (Hernández 2003, pág. 14),

En definitiva, se define el comportamiento del lenguaje periodístico como:

*Una isla en el seno de la lengua común", y que está caracterizado por algunos rasgos lingüísticos, sobre todo léxicos, que suelen compartir sus usuarios. Incluso enumera los elementos que configuran este lenguaje mixto: texto, tipografía, imagen y color.*

*Además, se produce colectivamente con diversos contagios dentro de él: lenguaje político, administrativo y coloquial (Hernández, 2003, Pág.16-19).*

El lenguaje deportivo tiene varios elementos ya citados anteriormente y además presenta unos rasgos que le son propios como el no participar del eufemismo, no ser ambiguo y usar un lenguaje directo, atrevido, claro, preciso y sobre todo conciso, a fin de que las personas puedan comprenderlo de la mejor manera.

*El deporte sigue siendo un fenómeno social de gran alcance en la sociedad; termómetro del nivel de vida para el ciudadano y de prestigio político para el Estado. El lenguaje deportivo visualiza el espectáculo y su influencia en nuestra lengua, hablada y escrita, es enorme" (Hernández 2003, pág. 14).*

Asimismo, según Jesús Castañón (2003, p 221), la consideración de su forma de hablar como lengua de prestigio, por parte de las instituciones lingüísticas y de los medios de comunicación, ha evolucionado con el paso del tiempo. Por su parte Moragas (2008) considera que:

*El lenguaje deportivo se ve influido por una creciente tendencia a la espectacularización, a una épica que, generalmente, define la propia identidad por la exclusión del contrario, sublimando la victoria y la derrota como expresiones del éxito, o del fracaso de la colectividad (Moragas, 2008, pág. 23).*

La mejor manera de ser comprendido dentro de la narración deportiva, es en el preciso momento que se utiliza un lenguaje apropiado, coloquial, claro, preciso y conciso, sin descartar la posibilidad de darle belleza a lo que se manifiesta.

## **e.8 Contexto sociocultural de la comunicación**

Hablar una misma lengua no significa señalar que se la usen todos de igual forma. De hecho, las personas de edades diferentes hablan distinto. Esto también sucede con los sujetos de niveles socioculturales diferentes o de distinta procedencia geográfica. Por ejemplo, si bien hablamos la misma lengua que argentinos y peruanos, hay ciertos elementos en la pronunciación y en el léxico que la hacen variar de un lugar a otro. Dentro de un mismo país o incluso una ciudad existen variaciones (Consulta en línea [www.educarchile.cl](http://www.educarchile.cl), 18-10-2014, 16:47).

En definitiva, la conmutación lingüística está relacionada con los condicionamientos que las demostraciones socioculturales ejercen sobre las formas y la eficacia objetiva de la comunicación. Estos condicionamientos son de diferente forma y pueden afectar a la integridad del lenguaje o solamente a una parte de este, como el léxico o la pronunciación. Los principales factores que producen esta variación son etéreos (variación diacrónica), geográficas (variación diatópica), sociales (variación diastrática) y situacionales (variación diafásica), conforme lo señala Ferdinand de Saussure, en su obra sobre Lingüística.

## **f.- METODOLOGÍA**

### **f.1. Métodos**

#### **f. 2.Método Científico**

Este método será empleado en el transcurso de la realización del presente trabajo de investigación, porque será útil para determinar la existencia del problema como es conocer las razones, causas y consecuencias del por qué la mujer no está inmiscuida dentro del periodismo deportivo, con lo que se procura la desigualdad de género. Además contribuirá al planteamiento de la hipótesis que determinará un supuesto, que podrá ser comprobado o disprobado. De la misma manera aportar con nuevos conocimientos en materia de periodismo deportivo, tomando en consideración razonamientos lógicos que contribuirán a encontrar la solución a la presente problemática motivo de indagación, denominada: "La inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo lojano un reto comunicacional para lograr la igualdad de género y su influencia en el contexto sociocultural", y en lo posterior establecer las conclusiones y recomendaciones, así como la propuesta alternativa.

#### **f.3. Método Inductivo**

Permitirá realizar un análisis profundo y medurado, a partir de los hechos particulares para posteriormente arribar a consecuencias generales, además contribuirá a conocer aspectos específicos sobre la falta de espacios en los medios de comunicación de esta localidad, para que la mujer realice periodismo deportivo, con la finalidad de lograr la igualdad de género; y, sobre todo lograr romper la existencia de una infinidad de estereotipos que aún en

la actualidad existen o promulgan algunos presentadores de programas deportivos de los medios de comunicación locales.

#### **f.4. Método Deductivo**

El presente método ayudará a realizar un estudio sobre teorías generales para llegar a la determinación de situaciones particulares, sintetizando y analizando principios frecuentes durante el trayecto del presente trabajo, además contribuirá a llegar a obtener resultados y estructurar cambios sobre el problema motivo de investigación y para posteriormente generar las alternativas de solución que vayan no sólo en beneficio de las mujeres como periodistas deportivas, sino de todo el colectivo debido a que el deporte con todas sus disciplinas mueve a gran cantidad de personas.

#### **f.5. Método Cuantitativo**

Mediante la utilización del presente método se podrán estructurar resultados matemáticos o estadísticos, los mismos que estarán presentados, a través de cuadros y gráficos, donde se distribuirán cada uno de los resultados que se obtengan luego del trabajo de campo, es decir las deducciones que serán arrojadas de la infinidad de criterios que se obtendrán luego de la aplicación de las respectivas técnicas e instrumentos de investigación científica, además estarán presentes las frecuencias y porcentajes, que irán acompañados de los análisis e interpretaciones tanto cuantitativas como cualitativas, conforme a cada una de las interrogantes que serán conocidas por los investigados e investigadores.

## **f.6. Técnicas e Instrumentos**

### **f.6.1. Encuesta**

La presente técnica ayudará a recoger información objetiva, es decir opiniones generales de quienes estarán involucrados en la presente problemática, para ello se estructurará un cuestionario como instrumento de medición que estará integrado con interrogantes de tipo cerradas y de opción múltiple, que serán aplicadas a una muestra representativa obtenida del universo de 215 mil habitantes, de acuerdo con los resultados del VI Censo de Población y VII de Vivienda realizado el 28 de noviembre de 2010, en este sentido la indagación será aplicada a 400 habitantes de las seis parroquias urbanas de la ciudad de Loja, como: El Valle, El Sagrario, Sucre, San Sebastián, Punzara y Carigán. A continuación se despeja la fórmula para públicos infinitos, en virtud de que se hasta hablando de una población mayor a los cien mil habitantes, esto de acuerdo con el profesor investigador Restituto Sierra Bravo, (2000, p, 352).

#### **Fórmula**

$$n = \frac{O^2 \times p \times q}{E^2}$$

Dónde:

N= Universo a investigarse

n= Tamaño de la muestra

$O^2$  = Nivel de confianza (2) = 4

$E^2$  = Margen de error (5) = 25

p= Varianza (nivel de confiabilidad de que el fenómeno ocurra) = 50

q= Varianza (nivel no probabilística de que el fenómeno ocurra) = 50

$$4 \times 50 \times 50$$



$$n = \frac{\quad}{25}$$

$$n = \frac{10000}{25}$$

**n= 400 Rta.**

### **f.6.2 Entrevista**

La presente técnica será aplicada a personas conocedoras de la temática, para ello se elaborará un cuestionario con cinco interrogantes, se aplicará a: los directores de los programas deportivos más sintonizados en Loja a los profesionales: José Íñiguez, UV Deportes; Luis Cabrera, productor de Deportivo 22; Ruth Abarca, jefa de Redacción de diario Crónica; Gonzalo Piña, Deportivísimo y Joffre Íñiguez, Entretiempo. Así como al presidente del Círculo de Periodistas núcleo de Loja, Lic. Washington González, quienes por su experiencia y vinculación que tienen con los medios brindarán opiniones objetivas relacionados con el presente estudio, con lo que se podrá verificar los objetivos y contrastar la respectiva hipótesis planteada en este trabajo.

## g. CRONOGRAMA

Año: 2014

ACTIVIDADES	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis de las líneas problemáticas.	X	X	X																																	
Elaboración de la problematización.					X	X	X																													
Elaboración del Marco Referencial.									X	X	X																									
Elaboración de objetivos, justificación, metodología.										X	X	X																								
Elaboración de encuestas y entrevistas.													X	X	X																					
Revisión y arreglos del proyecto-																	X	X	X																	
Entrega del proyecto																					X															
Aprobación y pertinencia.																									X											
Verificación de objetivos y contrastación de hipótesis.																													X	X						
Elaboración de la propuesta.																																	X	X	X	

## AÑO 2015

ACTIVIDADES	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Factibilidad y presupuesto.	X	X	X																													
Revisión de la propuesta.					X	X	X																									
Presentación del informe final.									X	X	X																					
Aprobación del informe.										X	X	X																				
Correcciones													X	X	X																	
Avances																	X	X	X													
Trámites																					X	X										
Exposición de la tesis.																									X	X						
Ampliación del cronograma.																													X	X		

## **h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

### **h. 1. Talentos Humanos**

- Investigadora. Jenny Marisol Malla
- Director de tesis: A designarse
- Encuestados: Habitantes de la ciudad de Loja, según último censo.
- Entrevistados: Directores de programas deportivos conforme se señala en la metodología y Presidente del Círculo de Periodistas, núcleo de Loja.

### **h.2. Recursos Técnicos**

- Computadora portátil
- Cámara Fotográfica
- Adquisición de Material Bibliográfico
- Memoria Instantánea
- Internet
- Materiales de Escritorio
- Empastados
- Imprevistos
- Movilización
- Alimentación
- Impresión

### **h. 3. Presupuesto**

<b>RECURSOS MATERIALES</b>	<b>COSTOS EN DÓLARES</b>
Materiales de escritorio	\$ 300
Computadora portátil	\$ 1200
Cámara Fotográfica	\$ 400
Adquisición de Material Bibliográfico	\$ 1500
Memoria Instantánea	\$ 40
Internet	\$ 100
Empastados	\$ 200
Imprevistos	\$ 300
Movilización	\$ 150
Alimentación	\$ 200
Impresión	\$ 200
<b>TOTAL</b>	<b>\$4660</b>

### **h. 4. Financiación**

Los recursos que demande la realización de la presente investigación serán cubiertos por su investigadora, pero no se descarta la posibilidad de solicitar financiamiento en cualquier Institución bancaria de la localidad.

## **i. Bibliografía**

- ALCOBA, A. (2009): ¿Quo vadis deporte? Del fracaso olímpico al triunfo de política y capitalismo deportivo. Madrid: Esteban Sanz Editorial.
- BILLINGS, A. (2010): La comunicación en el deporte. Barcelona: Editorial UOC - Aresta.
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, J. (2005) Diccionario terminológico del deporte. Gijón: Trea.
- (Coord.): Comunicación y deporte. Nuevas perspectivas de análisis. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- GUERRERO SALAZAR, S (2005): "-Sobre norma y uso en el lenguaje deportivo" en GUERRERO SALAZAR, S. y MEDINAGUERRA A. M.
- (coord.): Lengua española y medios de comunicación: norma y USO Málaga: VG Ediciones-Junta de Andalucía, pp. 69-94.
- HERNÁNDEZ ALONSO, N. (2003). El lenguaje de las crónicas deportivas. Madrid: Ediciones Cátedra.
- FIYLLAND T. (2007). "Steps to an ecology of transnational points "En Globalization and society.
- LARA, M. A. (2007): "Periodismo deportivo: la fantasía de un oficio hecho profesión", en Revista Comunicología, 6. Recurso en línea, consultado octubre de 2014.
- LARA (2007) Esta situación está teorizada y explicada en el epígrafe 7.5.2: Mitificación de los actores: entre el héroe y el villano (pág. 177). Spo11. Australia: Blackwell Publishing.

- OATES, S. (2007): Introduction to Media and politics. Londres: SAGE.
- SOBRADOS, M. (2005): "Entre la información y la opinión. Una revisión de los principales géneros en el periodismo deportivo" en MARÍN .J MONTÍN, J.
- [http://revistacomunicologia.org/index.php?Itemid=73&id=158&option=com\\_content&task=view](http://revistacomunicologia.org/index.php?Itemid=73&id=158&option=com_content&task=view).
- [www.educarchile.cl](http://www.educarchile.cl), consultado octubre de 2014.

## ANEXOS



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

#### ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

#### CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

#### ENCUESTA:

Estimado Sr. (a) con la finalidad de continuar con mi trabajo de investigación, titulado: **"LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL". PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA"** solicito a usted de la manera más respetuosa responder las siguientes interrogantes.

#### DATOS ESPECÍFICCS

1.- ¿Qué medios de comunicación: observa, escucha o lee?

Prensa ( )

Radio ( )

Televisión ( )

Otros ( )

Porque.....

.....

2.- ¿Mencione cuáles son los programas deportivos que se transmiten en los medios de comunicación de la ciudad de Loja que le agrada?



.....  
.....  
3.- ¿Cree usted que en el ejercicio del periodismo deportivo lojano participan más hombres o mujeres?

Hombres ( )

Mujeres ( )

Porque.....  
.....

4.- ¿Considera usted que las mujeres periodistas deberían ser parte de los programas deportivos que se transmiten en los medios de comunicación locales?

Si ( ) No ( )

Porque.....  
.....

5.- ¿Qué causas cree usted, que limitan la participación de la mujer en el ejercicio del periodismo deportivo ecuatoriano?

(a) Falta de preparación en la profesión ( )

(b) Falta de oportunidades en los medios ( )

(c) Por estereotipos ( )

(d) Los hombres no permiten su participación ( )

(e) No le gusta los deportes ( )

(f) No tienen el mismo trato que los hombres ( )

(g) Un salario acorde a su capacidad ( )

(h) Este no es un trabajo para mujeres ( )

(i) Otros, especificar .....

razones:.....

6.- ¿Cree usted que un programa deportivo tiene mayor audiencia cuando está conducido por?:

(a) Hombres (     )

(b) Mujeres (     )

(c) Hombres y mujeres (     )

Porque.....  
.....

7.- ¿Considera usted importante, que en el periodismo deportivo exista equidad de género)?

Sí (     )     No (     )

Porque.....  
.....

8.- ¿Considera usted necesario se diseñe una propuesta alternativa que permita la inserción de la mujer dentro del periodismo deportivo lojano?

Si (     )     No (     )

Porque.....  
.....

Gracias por su colaboración



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Como egresada de la Carrera de Comunicación Social del Área del Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, solicito a usted, de la manera más encarecida se digne contestar las siguientes interrogantes, mismas que servirán para desarrollar el presente trabajo investigativo: **“LA INSERCIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO LOJANO UN RETO COMUNICACIONAL PARA LOGRAR LA IGUAL DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL”. PERIODO MAYO-OCTUBRE DE 2014. PROPUESTA ALTERNATIVA”**.

**1. ¿Cómo ve la participación de la mujer en el periodismo deportivo?**

.....  
.....  
.....  
.....

**2. ¿Qué limita a la mujer para que sea parte de un programa deportivo?**

.....  
.....  
.....  
.....

**3. ¿Cómo se puede motivar a las damas a ser parte de un programa deportivo?**

.....  
.....  
.....  
.....

**4. ¿Las mujeres cuentan con capacidad, destreza y habilidad para asumir un programa deportivo?**

.....  
.....  
.....  
.....

Gracias por su colaboración

## ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	vii
MAPA GEOGRÁFICO DE LA CIUDAD DE LOJA.....	viii
ESQUEMA DE CONTENIDOS.....	ix
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
c. INTRODUCCIÓN.....	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
Historia del deporte.....	6
Historia del deporte en el Ecuador.....	7
Periodismo deportivo.....	8
La mujer en el periodismo.....	8
Periodismo deportivo y los medios de comunicación.....	10
Comunicación y deporte.....	11
El periodismo deportivo como periodismo especializado.....	12
El lenguaje en el periodismo deportivo.....	13
Contexto sociocultural de la comunicación.....	15
Periodismo deportivo en el mundo y Loja.....	16

La mujer en el periodismo deportivo.....	17
Mujer en el periodismo deportivo lojano.....	18
La radio.....	19
Guión radial.....	19
Programa deportivo.....	20
Charla motivacional.....	21
Pensum de estudios de la carrera de Comunicación Social.....	22
Equidad de género en el periodismo deportivo.....	22
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	24
f. RESULTADOS.....	30
g. DISCUSIÓN.....	60
h. CONCLUSIONES.....	64
i. RECOMENDACIONES.....	65
PROPUESTA.....	67
j. BIBLIOGRAFÍA.....	91
k. ANEXOS.....	94
ÍNDICE.....	132
a. TEMA.....	95
b. PROBLEMÁTICA.....	96
c. JUSTIFICACIÓN.....	102
d. OBJETIVOS.....	105
e. MARCO TEÓRICO.....	107
f. METODOLOGÍA.....	117
g. CRONOGRAMA.....	121
h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	123

i. BIBLIOGRAFÍA.....	125
ANEXOS.....	127