UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

"LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"

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

AUTORA:

Jhuly Mercedes Herrera Castillo

DIRECTOR:

Luis Javier Ontaneda Mg. Sc.

Loja-Ecuador
2020

CERTIFICACIÓN

Mg. Luis Javier Ontaneda Vivanco
DOCENTE DE LA CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICO:

Haber dirigido durante todo el proceso de investigación y edición la Tesis titulada **"LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"**, de autoria de la señorita egresada **JHULY MERCEDES HERRERA CASTILLO**, previo a la obtención del grado de **LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**, la presente investigación cumple con los requisitos necesarios para su análisis, estudio y sustentación como lo estipulan las Normas Generales de Graduación vigente en la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, por lo que autorizo su presentación.

Loja, 3 de enero de 2020

Mg. LUIS JAVIER ONTANEDA VIVANCO
DIRECTOR DE TESIS DE GRADO

AUTORIA

Yo, Jhuly Mercedes Herrera Castillo, declaro ser la autora de la presente tesis 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: Jhuly Mercedes Herrera Castillo

Firma: .....

Cédula: 1105551913

Fecha: Loja, 28 febrero de 2020

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

Yo, Jhuly Mercedes Herrera Castillo, declaro ser la autora de la tesis titulada: **"LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"**; como requisito para optar al grado de licenciada 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 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, en la ciudad de Loja, a los veintiocho días del mes de febrero del dos mil veinte, firma el autor.

Firma: .....

Autor: Jhuly Mercedes Herrera Castillo

Número de cédula: 1105551913

Dirección: Daniel Álvarez

Correo Electrónico: jhulymherrerac@gmail.com

Teléfono: 0991220753

Datos complementarios:

Director de tesis: Lic. Luis Javier Ontaneda Vivanco Mg. Sc

Tribunal de grado:

Presidente: Lic. José Iñiguez Cartagena Mg. Sc

Vocal: Lic. Narcisa Sinche

Vocal: Lic. César Sandoya

AGRADECIMIENTO

Deseo y expreso mis sinceros agradecimientos a la Carrera de Comunicación Social por instruirme durante cuatro años en los campos teóricos – científicos, avanzando en mi proceso de formación profesional. Al magister Luis Javier Ontaneda, director de la presente Tesis, por toda su predisposición y amabilidad, por contribuir con sus sabios conocimientos; y, guiarme durante el desarrollo de este trabajo de investigación. A los profesionales entendidos en la materia deportiva que aportaron para llevar adelante este trabajo, quienes con su experiencia contribuyeron significativamente en el desarrollo de la investigación.

Agradecimiento especial a mi padre Manuel Benigno Herrera, por brindarme la fortaleza para seguir encaminándome hacia mis metas y por ser el testigo constante de mi esfuerzo y dedicación para sacar adelante este trabajo investigativo.

Jhuly Mercedes Herrera Castillo

DEDICATORIA

A Dios, por mantenerme con vida y permitirme seguir adelante en este proceso de formación académica.

A mi padre, un hombre que me ha inspirado a ser un mejor ser humano, que me ha enseñado a defender mis sueños y a superar mis obstáculos.

Jhuly Mercedes Herrera Castillo

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: FACULTAD 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	Jhuly Mercedes Herrera Castillo **"LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"**	**UNL**	**2020**	**ECUADOR**	**ZONA 7**	**Loja**	**Loja**	**El Sagrario, Sucre, El Valle, San Sebastián, Punzara y Carigán**		**CD**	**Lic. en Comunicación Social**

Elaborado: La autora

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

Ubicación geográfica del cantón Loja

Fuente: www.mapaloja.com, consultado en agosto de 2019

CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN

Ciudad de Loja

Fuente: www.guia-de-viaje-loja/, consultado en agosto de 2019

ESQUEMA DE TESIS

i. PORTADA

ii. CERTIFICACIÓN

iii. AUTORIA

iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN

v. AGRADECIMIENTO

vi. DEDICATORIA

vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

ix. ESQUEMA DE TESIS

a. TÍTULO

b. RESUMEN

- ABSTRACT

c. INTRODUCCIÓN

d. REVISIÓN DE LITERATURA

e. MATERIALES Y MÉTODOS

f. RESULTADOS

g. DISCUSIÓN

h. CONCLUSIONES

i. RECOMENDACIONES

- PROPUESTA ALTERNATIVA

j. BIBLIOGRAFÍA

k. ANEXOS

- OTROS ANEXOS
- ÍNDICE

a. TÍTULO

"LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"

b. RESUMEN

El presente trabajo se enfoca en analizar la inclusión y el rol que cumple la mujer en el periodismo deportivo ya que factores como la dedicación, oportunidades, tiempo, entre otros, han influido para no ligarse en los programas deportivos de los medios de comunicación tradicionales de Loja, para esto se plantearon objetivos como evidenciar en el contexto histórico la inclusión de la mujer en la especialidad deportiva y la posible evolución hasta el 2018, así mismo, identificar los programas deportivos y la intervención de la mujer, logrando estudiar los roles que cumplen las mujeres dentro de los programas deportivos de los medios tradicionales de Loja. Además, esta investigación cuenta con la revisión de literatura, en dónde se explican los conceptos teóricos necesarios para fundamentar este trabajo para luego presentar la metodología e instrumentos, en esto último se utilizaron las entrevistas a periodistas deportivos y directores de los medios, donde se pudo conocer la historia del periodismo deportivo y cómo la mujer ha logrado inmiscuirse en este medio; lo siguiente fue las fichas de observación que permitió conocer que aún existe poca participación femenina en los programas deportivos de la ciudad de Loja y con las fichas de codificación de datos se conoció los roles más comunes que desempeñan las mujeres dentro de la programación deportiva que son los secundarios, reportera y voz comercial; y, por último fueron las encuestas realizadas al público lojano los cuales señalaron tener aceptación hacia la presencia femenina en el periodismo deportivo, mientras que los directores de los medios tradicionales que tienen programación deportiva indicaron que las mujeres no tienen continuidad dentro de los espacios deportivos, sin embargo, indicaron tener la predisposición de aceptarlas dentro de sus programas y a las periodistas deportivas quienes mencionaron no sufrir ningún tipo de discriminación dentro de la especialidad deportiva.

Palabras clave: Periodismo deportivo lojano, inclusión de género, programas deportivos, periodismo deportivo y equidad de género y rol de los periodistas deportivos.

ABSTRACT

The present work focuses on analyzing the inclusion and the role that women play in sports journalism since factors such as dedication, opportunities, time, among others, have influenced not to be linked to the sports programs of the traditional media of Loja, for this purpose, objectives were raised such as evidencing in the historical context the inclusion of women in the sports specialty and the possible evolution until 2018, as well as identifying sports programs and the intervention of women, managing to study the roles they fulfill the women within the sports programs of the traditional media of Loja. In addition, this research has a literature review, which explains the theoretical concepts necessary to support this work and then present the methodology and instruments, in the latter, interviews with sports journalists and media directors were used, where it was possible know the history of sports journalism and how women have managed to interfere in this medium; The following was the observation sheets that allowed to know that there is still little female participation in the sports programs of the city of Loja and with the data coding sheets, the most common roles that women play in sports programming are known as secondary, reporter and commercial voice; and, lastly, it was the surveys carried out to the distant public which indicated that they had acceptance towards the female presence in sports journalism, while the directors of the traditional media that have sports programming indicated that women do not have continuity within the sports spaces, nevertheless, they indicated that they have the predisposition to accept them within their programs and to the sports journalists who mentioned not suffering any type of discrimination within the sports specialty.

Keywords: Crazy sports journalism, gender inclusion, sports programs, sports journalism and gender equity and the role of sports journalists.

c. INTRODUCCIÓN

El periodismo y el deporte, a lo largo de la historia, han creado vínculos ya que el deporte se ha convertido en un poder influyente, logrando que el periodismo deportivo sea la información que recorra masas a nivel mundial.

Ciertamente, en el ámbito internacional ha existido una desigualdad entorno a la participación de la mujer en la sociedad, donde se ha hecho creer al mundo, que las mujeres están formadas solamente para desempeñar actividades conforme al "sexo débil" y que, por el contrario, los hombres están capacitados para realizar acciones que requieran sus capacidades físicas e intelectuales.

El género femenino, poco a poco ha trabajado para lograr inmiscuirse en la sociedad, obteniendo participar en varios aspectos y uno de ellos es el periodismo deportivo, a pesar de que los porcentajes de ocupación en roles protagónicos en los programas deportivos son bajos en comparación con los hombres.

En la mayoría de los casos, la mujer no es tomada en cuenta en los diferentes espacios deportivos como: programas en set, transmisiones, entrevistas, entre otras. A nivel internacional y nacional la mujer se ha visto expuesta en estos programas como modelo, es decir, como un sujeto complementario para los presentadores o comentaristas.

Es contradictorio saber, que al hombre se le facilita el ingreso a un medio de comunicación que tenga programación deportiva mientras que una mujer debe tener otras cualidades para ser partícipes de estos espacios, como por ejemplo su apariencia física.

Haciendo alusión, a la ciudad de Loja, el porcentaje de mujeres que se dedican al periodismo deportivo ha aumentado, siendo la radio el medio con mayor participación, sin embargo, estas no llegan a ser las protagonistas principales de los programas.

El presente trabajo de investigación está orientado a conocer las causas del por qué la mujer no está inmersa en el periodismo deportivo durante el año 2018. Además, el fin es motivar a las mujeres a que sean partícipes de la innovación dentro de la comunicación deportiva con un enfoque inclusivo, logrando cambiar la visión de la sociedad entorno a esta temática.

Para llevar a cabo la investigación, se recurrieron a los métodos científico, deductivo, descriptivo y analítico; así mismo, se utilizaron herramientas como las entrevistas, fichas de observación, fichas de codificación de datos y encuestas, las cuales ayudaron a obtener resultados que esclarecen por qué existe poca participación femenina en el periodismo deportivo y sobre su rol dentro de los programas deportivos, donde usualmente su labor principal es reportera, trabajo conocido como secundario.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. Periodismo Deportivo

1.1. Definición de periodismo

El periodismo permite informar los acontecimientos más relevantes que se dan alrededor del mundo mediante los diferentes medios de comunicación ya sean tradicionales o digitales, sin olvidar el proceso de recopilación, verificación y refinación de la información.

Timoteo (2004) menciona: "Por periodismo se ha entendido aquella actividad consistente en recabar informaciones, seleccionarlas, procesarlas, recogerlas en un soporte y ofrecerlas todo ello de modo periódico y ahí el nombre a un postor o comprador o público" (p.26).

Es una profesión que se encarga de seleccionar información actual y de interés, para lo que el periodista debe investigar y acudir a fuentes verosímiles para construir un periodismo de calidad.

Fraser (citado en Sozoranga, 2012) afirma: "Es llevar información de aquí y de allá, con precisión, perspicacia y rapidez y de forma tal que se respete la verdad y lo justo de las cosas y así lenta, aunque no inmediatamente se vuelve más evidente" (p.30).

Es una actividad que tiene como objetivo primordial informar a la ciudadanía en general mediante la recolección de datos ya sea de forma escrita, oral, visual, entre otras. Cortés (2010) menciona:

> Tiene como principal propósito informar, pasando a un segundo término la orientación, la diversión y la difusión de servicios. Sólo que esa información deberá ser verídica, objetiva y oportuna, sobre todo, deberá ser de acontecimientos, cosas o personas que influyan en la vida de una comunidad, en la cual se ejerza dicha profesión. (p.23)

Esta labor profesional es desempeñada por un comunicador, quien se encarga de indagar y analizar la información clasificada para luego difundirla en todos los medios de comunicación certificados.

Sus ramas de especialización son: el periodismo científico, literario, turístico, ambiental, social, cultural, político, económico, de guerra, de moda, participativo, preventivo y deportivo, este último hace énfasis en los acontecimientos deportivos a nivel mundial para luego ser trasmitido en los diferentes soportes de comunicación.

1.1.1. Historia del Periodismo

Para esclarecer los inicios del periodismo, se realizaron varias investigaciones las cuales arrojaron que había nacido en Roma, lugar en el que ya existían actas donde se difundían noticias sobre la sociedad de ese tiempo.

Guillamet (2004) expone que: "Los orígenes del periodismo se remontan a una fecha muy precisa: 1609, año de aparición en Alemania de las dos primeras publicaciones periódicas semanales conocidas: Aviso en Wolfenbüttel, cerca de Berlín, y Relation, en Estrasburgo" (p.43).

Los avances europeos dieron paso a sus iniciaciones las que transcurrieron con la invención de la imprenta, la cual jugó un papel importante para el desarrollo de las primeras formas de comunicación.

Sus primeros pasos fueron con los medios impresos, específicamente los periódicos que circulaban de una manera muy lenta pero que acaparaban la atención de la gente, seguido apareció la radio dando un rumbo diferente, ya no solo se leía las noticias sino también se las escuchaba y luego fue el boom de la televisión donde los espectadores se sentían más identificados al ver imágenes sobre los sucesos que se presentaban.

En pleno siglo XXI, los medios tradicionales han sido relegados por los avances tecnológicos, exactamente por las herramientas digitales, las cuales han logrado que la difusión de la información sea inmediata captando la atención de la audiencia.

1.2. Definición de periodismo deportivo

Es la rama que se encargar de informar sobre los torneos y competencias que se realizan en las diferentes disciplinas, ya sean a nivel local, nacional y mundial. Su presencia es más notoria en los diferentes medios considerándose el espacio de entretenimiento más visto a nivel internacional por su variedad.

Es una actividad especializada en el análisis del deporte en cualquier aspecto de su alcance sociocultural. La cobertura deportiva está facultada a realizar notas sobre clubes, modalidades, entidades, dirigentes u otros aspectos deportivos importantes (Gurgel citado en Romera, 2018).

Este periodismo se encarga de obtener información sobre los acontecimientos deportivos del mundo para luego ser trasmitidos por los diferentes medios de comunicación.

Molina (2009) indica: “Es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante” (p.5).

Permite generar opiniones sobre los sucesos que se presentan, sin embargo, obliga a mantener cierta distancia al momento de realizar una crítica ya que el tener un criterio esencial y profesional logra proyectar credibilidad en el público, lo cual es fundamental en este medio.

El periodismo deportivo ha logrado tener un mayor alcance social, no solo por su atractiva información sino por su variedad, tanto en estructura, modos de producir los diferentes contenidos y gracias a las nuevas tecnologías y canales de difusión.

1.3. Historia del periodismo deportivo

Existió a mediados del siglo XIX, en esa época los periódicos eran los que se encargaban de difundir deportes como: carrera de caballos, peleas de box y competencias de ciclismo; lo peculiar era que se enfocaban más en los asistentes que en la actividad deportiva.

Alcoba (citado en Ochoa, 2013) sostiene que: "El comienzo del siglo XX se distinguió por un frenético desarrollo del periodismo deportivo, caracterizado en su lenguaje por la creación de nuevas expresiones lingüísticas (neologismos)" (p.63).

Dando un salto a la historia, luego de que el periódico fuera uno de los principales medios para difundir información deportiva, la radio y la televisión cautivaron a los espectadores, los cuales sentían la necesidad de obtener más información sobre los deportes más destacados a nivel local, nacional e internacional y sus más grandes representantes.

El deporte ha venido marcando historia y es por eso que mediante tres factores se puede conocer el por qué el periodismo deportivo tiene una gran relevancia mediática. Estos tres factores son según Boyle (citado en Ángulo y Moreno, 2016):

> La globalización, porque el deporte configura identidades locales y globales, muchas de las cuales sirven para expresar tensiones y conflictos; la digitalización, puesto que dentro de la especialidad del periodismo deportivo se ha visto la aparición de una cada vez más sofisticada batalla por el control de los deportes y de cómo ellos son transmitidos y apropiados por la audiencia; y la mercantilización, ya que ésta ha impactado a la vez a los deportes y las industrias de medios, es decir, la industria deportiva ahora y en forma regular involucra más medios e instituciones financieras, así como a las agencias gubernamentales. (p.12)

En el siglo XXI y gracias al interés colectivo se han realizado varios eventos deportivos, entre los cuales destacan las Olimpiadas y los Mundiales de fútbol, eventos que han permitido que el periodismo deportivo se globalice. Además, la aparición de las nuevas tecnologías ha beneficiado para que tenga un mayor alcance y así satisfacer las necesidades del público.

1.4. Géneros en el periodismo deportivo

Son las diferentes maneras que se puede presentar un hecho según la perspectiva del comunicador y son de gran importancia al momento de elaborar la información al tal punto de influir en las decisiones del público.

Moreno (2000) menciona: "Son géneros que reflejan el acontecer de un suceso y su interpretación, es decir, la información correspondiente y su comentario o valoración por parte del periodista" (p.170).

Es una forma literaria que se utiliza para relatar sucesos actuales y de relevancia a través de los diferentes soportes de comunicación.

En el deporte, estos géneros explotan las posibilidades comunicativas con la intención de generar un interés en el público el cual puede llegar a sentir y manifestar emociones al respecto (Blanco citado en Rocha, 2015).

Los géneros periodísticos se clasifican en:

- Géneros informativos: Noticia
- Géneros interpretativos: Reportaje, crónica, fotorreportaje, entrevista y perfil.
- Géneros de opinión: Editorial, artículo de opinión, crítica y columna.

Dentro del periodismo deportivo, los géneros más utilizados son los informativos y la hibridación entre los géneros interpretativos y de opinión.

1.4.1. Género informativo

Se encarga de presenta información o datos que ayuden a trasmitir un acontecimiento de interés hacía el público utilizando un lenguaje objetivo y directo, sin añadir opiniones.

Salaverría y Cores (2005) indican: "Son aquellos que transmiten datos, hechos y dichos de manera clara, concisa y desapasionada. Por descontado, la labor del periodista al observar, seleccionar y componer narrativamente esos hechos y dichos conlleva una actividad interpretativa" (p.150).

La función principal de este género es tener la facultad de proyectar o contar sucesos relevantes obviando los juicios de valor u opiniones personales.

Yanes (2006) explica que: "Tiene como único fin la información, y en su estilo destacan como características esenciales la claridad, sencillez y la exactitud" (p.3).

Lo característico de este género es que desarrolla acontecimientos noticiosos y actuales; y, tiene como base principal a la noticia.

- **Noticia**

Es el relato sobre los hechos más recientes, hechos que deben despertar el interés de la sociedad y lo que la distingue de los demás géneros es que no contiene ningún tipo de valoración personal, el periodista se debe basar netamente en los datos que recolectó en comparación a los géneros de opinión que como su palabra lo indica, si es correcto expresar el criterio del redactor. Gutiérrez (2005) cita:

> Es quizás el más tradicional de los géneros periodísticos. Desde siglos atrás, la necesidad de estar informado sobre lo que ocurre en el mundo, ha llevado a los seres humanos a buscar maneras de difundir los hechos más trascendentales de su tiempo. (p.43)

Lo importante en este género es lo novedoso y según Valdés (1989): "Es la comunicación imparcial y confiable de un acontecimiento, que contiene información oportuna y desconocida hasta el momento, y que genera el interés del destinatario" (p.28).

La estructura para medios impresos es el antetítulo o epígrafe, título, bajada, lead o entrada y cuerpo. No obstante, para radio y televisión va entrada, cuerpo y cierre.

En el periodismo deportivo, la noticia está presente en las diferentes secciones de un periódico, en los espacios noticiosos de la radio y televisión; al igual que en las diferentes plataformas digitales existentes.

1.4.2. Género interpretativo

Se caracteriza por agregar una apreciación a los hechos informativos; este género no sigue la estructura tradicional que se presenta en la pirámide invertida sino recurre a trucos expresivos y gráficos. Su mayor virtud es la innovación ya que no se limita a describir los hechos sino a reconstruirlos. Santibáñez (1974) revela:

> Interpretar, desde el punto de vista periodístico, consiste en buscar el sentido a los hechos noticiosos que llegan en forma aislada. Situarlos en un contexto, darles un sentido y entregárselo al lector no especializado. Por exigencia profesional, además, esta interpretación debe tratar de prescindir de opiniones personales, debe basarse en hechos concretos y opiniones responsables y que sean pertinentes y debe ser presentada en forma amena y atractiva. (p.24)

Trabaja conjuntamente con el periodismo deportivo dándole la libertar de evaluar, elogiar, criticar y sobre todo de apelar a las emociones, sensaciones y juicios del público.

Borregales, Chávez, Rojas y Villalobos (2013) indican: "Hilar los hechos de forma que el lector descubra el sentido de la información y no solo se informe de lo que ocurre. Eso es lo que lo hace diferente y le otorga su valor" (p.5).

Dentro del género interpretativo destacan el reportaje, la crónica, el fotorreportaje, el perfil y la entrevista.

- **Reportaje**

Es un género periodístico que trata de una narración sobre un tema de interés general con el fin de informar. Rio (1978) revela:

> Es considerado como el género periodístico más completo. Es nota informativa ya que casi siempre tiene como antecedente una noticia. En ella encontramos su génesis, su actualidad, su interés y puede iniciarse de acuerdo con esa técnica. Es una crónica porque con frecuencia asume esta forma para narrar los hechos. Es entrevista porque de ella se sirve el periodista para recoger palabras de los testigos. A veces puede ser editorial, cuando ante la emotividad de los sucesos se sucumbe a la tentación de defenderlos o atacarlos. (p.18)

Se logra plasmar las investigaciones realizadas por el investigador, las cuales se pueden enfocar sobre lugares, personas, sucesos, entre otros.

Patterson (2003) afirma: "Es una información con carácter profundo; divulga un acontecimiento de actualidad pero amplia e investiga mucho más que la noticia" (p.2).

Se caracteriza por obtener información completa sobre la temática, siendo exhaustivo y objetivo.

- **Crónica**

Es una historia escrita por los testigos presenciales. Se menciona que es híbrida ya que trabajan conjuntamente los géneros informativos e interpretativos.

Marín (2006) explica: "Son relatos en el que se observa una sucesión temporal de acontecimientos, con un hilo conductor. Relatos cronológicos referidos a lo sucedido en un periodo delimitado" (p.242).

Se clasifican en amarillas y blancas; las amarillas son relatadas por una persona común y tienen un material intrínseco mientras que las blancas son narradas por una autoridad y tienen un material imparcial. En el aspecto deportivo Zavala (2010) indica:

> Permite cierta libertad a la hora de escribir o hablar de eventos noticiosos, al no ceñirse de manera estricta a la actividad deportiva. Lo que le otorga facultad al periodista deportivo de tomarse la libertad de exponer en estilo diferente al normal, cuestiones fuera de la temática deportiva. (p.9)

En el periodismo deportivo, permite realizar el seguimiento de una práctica deportiva, convirtiéndolo en testigo presencial al periodista que estuvo en el lugar y que al contarla tendrá la oportunidad de hacerlo de manera personal. La crónica periodística deportiva no tiene una estructura fija al momento de narrarla.

- **Fotorreportaje**

Este género interpretativo se identifica por la utilización de fotografías en orden cronológico sin necesidad de un texto que las justifique.

Nuñez (2017) afirma: "El fotorreportaje es una secuencia de fotos que narran un hecho noticioso o de importancia en cualquier esfera de nuestra vida diaria" (p.1).

La función de este género es que las fotografías que ilustran un acontecimiento deben orientar al público con aspectos básicos del periodismo: qué, quién, cómo, cuándo y dónde; permitiendo que el espectador tenga en claro el mensaje que se quiere trasmitir.

Las características principales del fotorreportaje son la actualidad, objetividad, estética y precisión.

- **Perfil**

El perfil es un género periodístico, de forma eminentemente narrativa, cuya función consiste en describir las características de un personaje, en el cual se incluye datos biográficos, hábitos cotidianos, rasgos de personalidad, hobbies, entre otros. Rivas (2017) señala:

> El perfil es un género periodístico que refleja 'la realidad' de las personas en todas las dimensiones posibles y se aproxima a la biografía. Un perfil busca múltiples voces que ayuden a descifrar al personaje. Se convierte en una herramienta con la

> que se pueden explorar, a través del protagonista, temas históricos, sociales o políticos, cruciales para entender el mundo contemporáneo. (p.2)

Se caracteriza principalmente es contar detalladamente la vida de un personaje, no necesariamente debe ser alguien reconocido sino también una persona común y requiere de un trabajo previo de reportería, entrevistando no sólo a la persona sobre la cual se escribirá el perfil, sino de personas cercanas, quienes puedan aportar más datos sobre el personaje.

- **Entrevista**

Es una plática entre dos o más personas sobre un tema determinado con el fin de obtener información personal o laboral. El entrevistador se encarga de realizar las preguntas y el entrevistado de responderlas.

Morgan y Cogger (citado en Grado y Sánchez 2017) enuncian: "Es una conversación con propósito. Es un proceso interactivo que involucra muchos aspectos de la comunicación que el simple hablar o escuchar, como ademanes, posturas, expresiones faciales y otros comportamientos comunicativos" (p.48).

La dirige el entrevistador, quién realiza una serie de interrogantes con el fin de obtener la información de una investigación. El entrevistado debe tener conocimientos idóneos sobre el tema, creando así una fuente confiable.

Díaz, Torruco, Martínez y Varela (2013) mencionan: "Es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar" (p.163).

Maneja varías etapas como: definir bien el tema, elegir el tipo de entrevista, elegir el entrevistado, estudiar a profundidad el tema, delimitar el objetivo y elaborar el

interrogatorio, todo esto para obtener una entrevista de calidad logrando obtener toda la información deseada.

El periodismo deportivo maneja bastante la entrevista hacia los deportistas, directores técnicos o entrenadores, administrativos de las federaciones en las distintas disciplinas, entre otras., con el propósito de obtener la información de las fuentes idóneas.

1.4.3. Género de opinión

Usualmente parten de los acontecimientos de actualidad y cuentan la problemática de un hecho histórico, político, social, cultural, económico, entre otros. y también la realización de un proceso de investigación a través de un suceso, con relación a un determinado tema, partiendo de una hipótesis hasta llegar a los últimos resultados.

Moreno (2007) señala: "Anteriormente, los medios apostaban más por los géneros de opinión, mientras que ahora esa importancia ha descendido, lo que a su vez ha provocado que los géneros informativos tengan una mayor carga de opinión que antes" (p.125).

Es un género que se caracteriza por la exposición y argumentación de pensamiento de un personaje o medio de comunicación reconocido acerca de un tema.

Moreno (2007) indica:

> Los géneros de opinión tienen tres características fundamentales que les diferencian en común de los géneros informativos e interpretativos. Éstas son:
>
> 1. No trabajan directamente sobre los hechos, ya que éstos se han dado a conocer en la parte del periódico dedicada a información. Trabaja sobre ideas.
> 2. No transmiten datos rigurosamente.
> 3. Trabajan sobre ideas y opiniones. Deducen consecuencias teóricas, políticas, culturales, etc., de lo que sucede. (p.126)

Dentro del género de opinión destacan el editorial, el artículo, la crítica y la columna.

- **Editorial**

Presenta una investigación sobre un acontecimiento de interés general y su función primordial es la de ayudar a los espectadores a tener un conocimiento más claro del tema para así lograr comprenderlo. Ruiz (2010) explica:

> Recoge el parecer institucional del medio que lo publica. No lleva firma pues expresa la opinión colectiva de la publicación. (…) está ligado a la actualidad, pues reflexiona sobre un problema o hecho, con el objeto de mostrar una determinada manera de enfocarlo. La argumentación del editorial está basada en informaciones previas sobre el tema. (p.49)

Es un texto argumentativo que no va firmado por el periodista sino por el medio por el cual se va a difundir la información. López (2016) expone:

> Es un artículo formado por la cabecera de un periódico que expresa el parecer del medio de comunicación sobre un asunto particularmente importante. Los editoriales suelen publicarse a diario en un espacio diferenciado del periódico que se rubrica con la mancheta del rotativo o alguna otra marca de su identidad corporativa. (p.213)

En comparación al artículo y a la columna, este hace referencia al medio, realza sus ideologías y creencias, no se narra en primera persona del singular sino en primera persona del plural.

- **Artículo**

Permite generar ideas, puntos de vista y opiniones creando en el público cierto interés; los temas seleccionados no siempre son actuales y no necesita de un vocabulario especializado, al contrario, se identifica por utilizar un léxico habitual. Baena y Montero (2014) explican:

> Es un género periodístico cuyo propósito es convencer, persuadir al lector de que acepte nuestra opinión, que por ser especializada y autorizada, lo orienta. Por lo general, va firmando y a veces proporciona más informaciones acerca de datos que el periódico no ha dado. No tiene que reflejar a la política editorial del periódico. (p.35)

El periodista puede expresar su punto de vista sobre un tema determinado despertando el interés del lector, oyente o televidente.

Parratt (2008) enuncia: "Escrito de muy vario y amplio contenido, de varia y muy diversa forma, en el que se interpreta, se valora o explica un hecho o una idea actuales, de especial trascendencia, según la convicción del articulista" (p.148).

En el deporte, se fundamenta por su información no actualizada pero de gran profundidad para abordarla y sobre todo tiene la virtud de poder pronosticar lo que puede ocurrir.

- **Crítica**

La crítica se especializa en la opinión de un experto sobre un espectáculo de teatro, cine, musical, entre otros, así mismo, debe de informar fielmente, evitar tendencia a la destrucción y al elogio, analítica y sintética, de tono ecuánime y, por último, de un estilo denso, precio, ágil y claro. Castillo (2014) menciona:

> La misión de este género es de orientar a la opinión pública, motivo por el que tiene que ser informativa. Es un género aparte porque está inserto en el mundo de la cultura y del arte, y suele unirse a un lector interesado por este ámbito. (p.14)

La estructura que el crítico utiliza es totalmente libre y tiene que tener en cuenta que su propósito es informar y opinar sobre el acontecimiento, pero teniendo muy presente que no le puede contar al lector nada de lo que éste tiene que ir descubriendo.

- **Columna**

Es un escrito difundido por el formato prensa ya sea periódico, revista impresa o digital, que se caracteriza por su actualidad, brevedad y ecuanimidad.

Santos (2012) explica: “Es un espacio reflexivo en el que, con periodicidad, un analista de la realidad con amplia experiencia en periodismo manifiesta sus observaciones, da conocer sus críticas o participa de las preocupaciones ciudadanas” (p.70).

Es un informe que hace referencia a un artículo de opinión difundido por los medios impresos y tiene un espacio preestablecido. El columnista tiene la libertad de elegir el tema que desea publicar y como va a orientarlo; tiene el fin de informar, convencer y entretener al público sobre el tema que haya sido de su elección. Caldeiro (citado en Zavala 2010) indica:

> Este género periodístico en la fuente deportiva está caracterizado por ser un espacio constante y periódico dentro de un medio, el cual está a cargo de un periodista, pero también puede ser escrita por un especialista de alguna disciplina como un entrenador o el mismo deportista. Por lo general está diseñada con el objetivo de mostrar puntos de vista ante una noticia. (p.11)

Es uno de los géneros más utilizados por el periodismo deportivo, en este se muestra una interpretación real de los hechos, generalmente se desarrolla en los espacios de los periódicos. Al definir este género, se hace referencia a la variedad en todo sentido.

1.5. Periodista deportivo

Es la persona que se encarga de ejercer la comunicación en cualquier medio ya sea impreso, radial, televisivo y plataformas digitales; el periodista ético y moral tiene la obligación de difundir información verídica de los sucesos que han sido investigados.

> Según Alcoba (citado en Castillo, 2013): A partir de periodistas que al percatarse de la laguna inexistente para el tratamiento del deporte y el interés que éste provocaba en los lectores, decidieron pasar de unos géneros en los que la competencia era muy grande al tratamiento periodístico del deporte. (p.25)

En sus inicios la información difundida era ejercida por personas aficionadas al deporte que no tenían ninguna formación académica especializada, pero con el paso del tiempo y con los nuevos avances, estos aficionados se fueron comprometiendo y formándose para convertirse en un profesional entendido.

Dufek (citado en Delgado, 2001) menciona: “El periodista deportivo se caracteriza por la trilogía: conocimientos teóricos, experiencia práctica y dinamismo” (p.98).

Usualmente critican la labor que desempeñan estos personajes por su forma simple de narrar o contar un enfrentamiento deportivo, sin embargo, su trabajo es tan complejo como el de un periodista informativo ya que no solo tiene que buscar la forma de llegar a su público, sino que debe buscar información que vaya más allá de lo común, hechos concretos e interesantes.

1.5.1. Rol del periodista deportivo

El periodista que logra encontrar su vocación tiene el más grande placer de realizar lo que le gusta, al ejercer esta profesión deben poner en práctica el verdadero rol puesto que esta especialidad se encuentra bajo un análisis moral y ético.

Quispe (citado en Párraga, 2016): “Necesita tener vocación y conocimientos básicos de los diferentes deportes, así como entregado a la actividad deportiva, y como todo periodista tiene que demostrar ser objetivo y con criterio” (p.27).

Entre sus roles, destacan: presentadores, relatores, comentaristas, escritores, voz comercial, reporteros que se encuentran en la planta baja o en el borde de campo, estás características están detalladas de forma jerárquica. El presentador es una de las personas más importantes y que todo periodista deportivo desea ser, mientras que la voz comercial y reporteros queda al final de las funciones, ya que son considerados roles secundarios, pero no son menos importantes ya que muchos han empezado como reporteros y luego han logrado ocupar espacios como presentadores de planta.

- **Director:** Es la persona encargada de dirigir las actividades que implican grabar una producción deportiva, este cargo es considera protagónico dentro de la rama deportiva.

- **Comentarista:** Sujeto facultado en interpretar, calificar, juzgar y comparar acontecimientos deportivos. Dentro del medio radial deportivo, relata o informa sobre los enfrentamientos deportivos y el desempeño de un deportista.
- **Presentador/a o locutor/a:** Es la persona que se encarga de poner en acción todo lo programado por la producción. Conduce y comenta toda la información deportiva recopilada y es una figura fundamental dentro del medio televisivo y radial.
- **Reportero/a:** Es el individuo que recoge y verifica la información deportiva en el lugar de los hechos para luego trasmitirla estando en la zona donde se desarrolló el acontecimiento. Suele realizar su trabajo en la planta baja o el borde de campo al momento de entrevistar a un deportista, entrenador o administrativo.
- **Relator/a:** Elemento que se desempeña como trasmisor de sucesos deportivos, añadiendo su emoción y euforia con el fin de que el público sienta lo que está pasando como si estuviera presenciándolo.
- **Escritor/a:** Persona dedicada a escribir sobre temas deportivos, específicamente en los espacios dedicados a esta temática dentro de medios impresos: periódicos, diarios, revistas y la web.
- **Voz comercial:** Personaje delegado a trabar con su voz, emitiendo anuncios o publicidad generando un tipo de acción en la audiencia radial. La característica principal de la voz comercial es la improvisación.
- **Modelo o exhibición:** La mujer es la que normalmente desempeña la labor de pararse en frente de una cámara y sonreír. El medio es el que se lucra de la belleza física femenina para aumentar el rating y en su gran mayoría se presentan en los espacios deportivos.

1.6. Periodismo deportivo a nivel mundial

Existe desde que el deporte fue despertando el interés de los escritores logrando realizar las primeras publicaciones y ocupando un espacio importante dentro del medio escrito. García (2015) indica:

> En 1828 la revista Le Journal des Haras, des Chasses et des courses de Chevaux; publica su primera edición deportiva. Y desde 1852 a 1966 el sporting life se convierte en uno de los medios dedicados exclusivamente al tratamiento deportivo. (p.13)

Por la gran demanda que provocaron estas difusiones, los medios de comunicación escritos vieron a la comunicación deportiva como un método de ingresos económicos.

A pesar de los ingresos que estaba generando el periodismo deportivo, muchos diarios norteamericanos seguían proporcionando poco espacio, pero en 1926, el periódico New York Times describió la vida del famoso boxeador estadounidense Gen Tuney, lo que dio paso a que aficionados presenten sus publicaciones para luego pasar a la difusión de páginas enteras sobre información deportiva.

Las exigencias del público fueron en acenso, no se compensaban con leer las noticias en el periódico. Molina (2009) expresa: "En 1958, la Copa Mundial de Futbol, realizada en Suecia, adquirió el carácter de internacional al ser el primer evento transmitido vía satelital; momento histórico para la FIFA (Federación Internacional de Futbol Asociación)" (…) (p.3).

Para el público, las trasmisiones fue un descubrimiento emocionante, lo cual les permitía imaginarse de más cerca lo que los periodistas relataban, como si estuvieran presentes en los enfrentamientos futbolísticos.

La comunicación deportiva tiene un alcance importante en cuanto a información es por eso que los primeros medios digitales que se encargaron de la difusión fueron The New York Times, The Washington Post y The Guardian.

Así como tomó fuerza a nivel internacional también lo hizo en Latinoamérica. En algunos países de América Latina nacieron deportistas de élite lo que dio paso a que aquellos países se vayan interesando por la difusión deportiva ya que muchos decidieron empezar a trasmitir las hazañas de sus representantes. Paredes y Sierra (2011) indican:

> (...) Sus primeros matices se dan a finales del siglo XVII cuando en los países del sur, como Argentina, se contaban historias de los encuentros de Pato, deporte colonial gaucho que se practicaba apenas 30 años después de la primera fundación de Buenos Aires. Así mismo ocurría en Chile; en el Siglo XIX se practicaban varios deportes y actividades al aire libre, entre estos ganaría protagonismo la cacería de zorros. (p.10-11)

Transcurrió el tiempo y el fútbol empezó a ganar su espacio en Latinoamérica hasta que logró convertirse en uno de los deportes con mayor popularidad, lo que despertó la atención del periodismo y se empezó a difundir notas deportivas más seguido. Rojas (2014) menciona:

> Entretanto, la eclosión de la prensa deportiva ha sido aún mayor si cabe en Latinoamérica, donde multitud de nuevas publicaciones se han sumado a una relación de rotativos especializados de gran tradición y arraigo popular. Así en los últimos años han surgido los primeros periódicos deportivos en varios países como Costa Rica (Al Día), Honduras (Diez) o El Salvador (El Gráfico) y han aumentado en otros, como en Venezuela, donde Líder coexiste con Meridiano; México, con Récord, La Afición y Estadio Deportes, que compiten con los más antiguos, Esto y Ovaciones; o Perú, un mercado en el que hay cuatro diarios especializados (Depor, Todo Sport, Líbero y El Bocón); o, más recientemente, Marca, que abrió redacción en Colombia, donde también está El Periódico Deportivo. En Argentina, donde abrió paso en 1919 la casi centenaria revista El Gráfico, solo hay un diario deportivo, Olé (Grupo Clarín); una situación similar a la de Brasil, con el diario Lance y la revista mensual Placar. En la gran mayoría de estos títulos, se concede prioridad absoluta al fútbol, salvo las publicaciones de países caribeños, donde el béisbol es el deporte rey. (p.182)

La sección deportiva ganó mayor espacio en los diarios de América Latina lo que obligó a la radio a que se arriesgara a la difusión de enfrentamientos deportivos, ya no solo se trasmitía encuentros futbolísticos sino también de box, deporte que fue ganando su espacio en las diferentes radios.

La radio con el paso del tiempo ser convirtió en uno de los medios principales de difusión sobre deportes en Latinoamérica, exactamente en países como: Argentina, Ecuador, Perú, Colombia, México, entre otros. Sin embargo, fue hasta la aparición de la televisión que la radio pasó a un segundo plano. La televisión le brindaba al público la sensación de estar presentes en los encuentros deportivos; fue en México donde se realizó la primera trasmisión de un campeonato mundial de fútbol y se lo realizó en vivo y a color.

2. Mujer, sociedad y periodismo deportivo

2.1. El papel de la mujer en la sociedad

Al hablar de este tema, se evidencia la falta de igualdad de género, la cual se presenta en el ámbito familiar, cultural, laboral, político, entre otras.

Lorenzo (citado en Díaz, Martínez, Espinoza, Vizuete, Mier, Cárate y Becdac, 2017): "En la España del siglo XVII era (..) poco más que un objeto dependiente de padres, tutores o esposos, con escasa capacidad para hacer valer sus derechos o imponer sus criterios" (p.46).

A las mujeres se les prohibía estudiar, solo podían hacer ciertas actividades como: la música y la costura, actividades que no requerían de mucho tiempo, lo que les permitía ocuparse de sus hijos y de los quehaceres de sus hogares. Estás mujeres no solo se privaban de realizar las actividades que ellas deseaban, sino también eran objeto de abusos y discriminación. Se decía que solo podía desempeñar el papel de ama de casa y que el hombre era el único encargado de generar recursos económicos.

Cobo (2014) indica que: Se desató una ola de feminismo en el siglo XVII, exactamente en el año 1673 donde François Poullain de la Barre publicó un libro donde se exponía que la sumisión del género femenino no tenía su origen en la naturaleza sino en la sociedad.

Este movimiento tenía como objetivo abrir nuevos espacios donde las mujeres pudieran participar libremente como lo hacían los hombres, obviando los rechazos a los que eran expuestas.

La ola del feminismo poco a poco fue abriendo puertas y lo hizo en el ámbito político, con leyes que proponían la igualdad de género. Rausell (2016) expresa que:

> En 1945, la Carta de las Naciones Unidas estableció los principios fundamentales de la igualdad entre hombres y mujeres. En 1979, la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación frente a las Mujeres (CEDM, en sus siglas en español) era aprobada por 187 países, convirtiéndose en el texto de referencia en materia de derechos de las mujeres a escala mundial. (p.7-8)

Las mujeres lograron alzar su voz, consiguiendo que las Naciones Unidas publiquen un manual donde se establezca la igualdad entre hombres y mujeres, permitiéndole al género femenino participar en actividades que solo eran realizadas por hombres. Mosquera (citado en Díaz, Martínez, Espinoza, Vizuete, Mier, Cárate y Becdac, 2017) señalan:

> Se registran en la década del 80 del siglo pasado. En algunos de ellos se visibiliza a las mujeres ocultas en la historia tradicional y otros visibilizan diversas luchas de mujeres y sus procesos de resistencia. Para la década de los 90 los estudios sobre la mujer ecuatoriana se diversifican y reconocen su presencia en diversos espacios, sean estos económico, social o cultural, y se toma en cuenta las diversas dimensiones que afectan su participación como lo étnico, posición social, capacidad de resistencia, presencia en los espacios públicos, entre otras. (p.41)

La Constitución de la República del Ecuador del 2008, creo artículos que permitan la equidad de género imponiendo así el respeto hacia la participación de la mujer en la sociedad.

> La Constitución de la República del Ecuador del 2008 expone en sus artículos: **Art. 331.-** El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades.
>
> Se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo.
>
> **Art. 70.-** El Estado formulará y ejecutará políticas para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, a través del mecanismo especializado de acuerdo con la ley, e incorporará el enfoque de género en planes y programas, y brindará asistencia técnica para su obligatoria aplicación en el sector público. (p.154-54)

Estos artículos se encargan de exigir que la mujer pueda desempeñar cualquier cargo en la sociedad, sin embargo, actualmente se puede ver la poca participación de ellas en ciertos ámbitos laborales.

Es valioso señalar que a principios del siglo XX y por la falta de mano de obra masculina, las mujeres lograron ingresar al campo laboral. En esa época se dieron las dos guerras mundiales, lo que provocó la muerte de muchos hombres y por ende faltaba personal para laboral y fue así que las mujeres aprovecharon esa oportunidad y continuaron su lucha por ser incluidas. El mercado laboral a nivel mundial sigue mostrando desigualdades. Rausell (2016) menciona:

> Especialmente baja en Oriente Próximo y en África, donde apenas representan el 21% de la mano de obra, y algo más alta en el Sudeste Asiático o el África subsahariana, con un 65 y 63% respectivamente. En ningún país del mundo, el número de mujeres que recibe una remuneración por su trabajo supera al de los hombres. (p.59)

Las mujeres han marcado un precedente al lograr involucrarse en aspectos laborales donde antes no podía hacerlo, sin embargo, aún hay un porcentaje de la sociedad que las sigue considerando inferiores y que cualquier empleo que realicen no es suficiente para recibir un salario igual a la de los hombres.

2.2. Estereotipos de género en los medios de comunicación

En la década de los 70 comenzaron las primeras investigaciones sobre la mujer en los medios de comunicación, época en la cual se analizaba la exhibición de sus cuerpos en revistas y programas televisivos. France y Ojeda (citado en García, Aguaded y Rodríguez, 2015) revelan:

> Entendemos por estereotipos de género las creencias generalizadas atribuidas a mujeres y a hombres, a través de una percepción sesgada que se recibe de la familia, los medios de comunicación, incluso de la escuela, ámbito en el que se están realizando importantes esfuerzos por visibilizar a las mujeres. (p.580)

El público se deja llevar por la primera impresión que difunde un medio sobre una mujer. Los medios de comunicación se destacan por tener una gran influencia lo que provoca los prejuicios y estereotipos sobre la capacidad de las mujeres al momento de difundir cierta información. Núñez y Loscertales (2015) explica:

> El dominio de lo masculino en el ámbito público está tan interiorizado que no somos conscientes del predominio de la mirada androcéntrica que presentan los medios de comunicación, entre otras cosas, porque los parámetros de lo masculino, de tanto repetirse, se han convertido en "modelos de normalidad". (p.40)

Un ejemplo, es en el ámbito deportivo, donde en reiteradas ocasiones se ha visto que es un campo netamente para hombres, que son los más idóneos para manejar la investigación deportiva. O en otros casos, se ha visto a la mujer siendo utilizada como objeto decorativo y sexual, lo que obviamente les beneficia a los medios de comunicación ya que al utilizarla de esa forma le genera más audiencia y por ende más ingresos económicos.

En 1995 en Beijing se celebró la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, en donde se registraron diversas medidas, entre ellas, incentivar la equidad de género, fomentando la sensibilización en la participación del género femenino en la toma de decisiones. Hendel (2017) explica:

> De este modo los medios se convierten en instrumentos de la perpetuación de roles basados en estereotipos siempre culturales y al insistir en la división sexual de las tareas ofrecen una plataforma para la instalación de las violencias de género. (p.10)

La mujer es considerada el sexo débil, incapaz de manejar sus emociones y por el contrario el hombre sí, lo que conlleva a que el género femenino sea definido como frágil para ocupar un espacio en los medios de masas.

Además, no presenta mucho interés en participar en los medios y que por eso no se les abre plazas para ingresar a este ámbito. Estas son algunas de las tantas excusas que se presentan para denigrar a la mujer, lo que impide que esta se desarrolle en el área como debería. García, Aguaded y Rodríguez (2015) indican:

> Lograr reducir o erradicar los estereotipos de género en los medios exige una estrategia desde múltiples miradas, apoyado por un compromiso hacia la formación ciudadana que contemple y respete las diferencias de género, otorgando a la mujer el papel que le corresponde. (p.581)

La mujer a lo largo de la historia se ha enfrentado a variedad de situaciones deshonrosas, la falta de igualdad de género en pleno siglo XXI es evidente y uno de los vehículos más importantes para generar equidad de género en la sociedad, son los medios de comunicación.

2.3. La inclusión de la mujer en los medios de comunicación

La presencia femenina en los diferentes medios, en su gran mayoría suele ser relegada, tienen menos tiempo de expresarse y aparecen sexualizadas. Estos espacios de información se han encargado de formar a la audiencia con prejuicios sobre las capacidades de las mujeres al ejercer esta profesión. Según el Proyecto de Monitoreo Global de Medio (citado en Díaz, Martínez, Espinoza, Vizuete, Mier, Cárate y Becdach, 2017):

> La discriminación y exclusión de las mujeres en los medios de comunicación continúa siendo muy fuerte y marcada, después de cuatro Monitoreos Mundiales de Medios de Comunicación, se constata que los avances son lentos y por lo tanto el trabajo se debe reforzar; en general, la presencia de las mujeres en los medios es débil y cuando figuran lo hacen de manera estereotipada, es decir cumpliendo roles de género asignados socialmente, (..) finalmente la no aparición de las mujeres en los medios da cuenta aún de su invisibilización en la sociedad así como de su aporte para el desarrollo global. (p.105)

Este tema ha generado mucho de qué hablar puesto que en anteriores épocas las mujeres estaban sometidas a ordenanzas patriarcales que les prohibían participar en esta profesión. Sin embargo, la sociedad ha estado sujeta a cambios lo que ha permitido que el género femenino logre ganarse espacios dentro del periodismo. Martínez (2010) señala:

> Los medios de comunicación utilizan a las mujeres como objetos decorativos y reproducen los roles que por tradición se les ha asignado. La mujer anuncia mayoritariamente productos de belleza e higiene o de limpieza de casa. Además, lo más habitual es que aparezcan en el hogar. (p.166)

La oleada de feminismo ha logrado que la mujer se siga inmiscuyendo en esta labor que antiguamente estaba diseñada solo para los hombres. No obstante, la participación femenina en los medios de comunicación, sigue siendo baja, así lo demuestra el Proyecto

de Monitoreo Global de Medios (GMMP), el cual reveló que de las notas informativas en los diarios y en programas informativos en la televisión y la radio, únicamente el 37% lo reportan mujeres y lo peor es que esta cifra no ha cambiado en diez años.

En cuanto a la presentación de programas informativos, las mujeres lo realizan en radio con un 41% y en televisión con un 57%. En Asia 58%, en Oriente Medio 57% y en la región del Pacífico 52% las presentadoras de noticias sobrepasan a los hombres, mientras que en el resto de las regiones las cifras reflejan paralelismo, excepto Norteamérica. América Latina destaca por su cifra estable y su posterior incremento al pasar del 29% de presentadoras al 44% en este momento, una reducción de 15 puntos porcentuales en la brecha en 15 años.

En prensa escrita, la presencia femenina en cuanto al rol de reporteras es baja con 35% y en radio con un 41%. En diez años, la participación de las mujeres como reporteras cayó el 4% en la radio y la televisión.

Noticias sobre política y crimen son los dos temas que menos reportan las mujeres en la mayor parte de las regiones con excepción de Asia y América Latina. Las mujeres reportan el 30% de las noticias sobre política en África, lo mismo que en Europa, en Oriente Medio 27% y en Norteamérica 28%.

En lo que respecta a la espacialidad deportiva, en el 2000 tan solo el 9% de las mujeres tuvieron presencia femenina en los programas deportivos en comparación a los hombres con un 91%. En el 2005 el Monitorio de Medios arrojó un avance, ya que las mujeres con un 16% asumieron roles dentro de la rama deportiva y los hombres continuaban con superioridad con un 84%, sin embargo, en el 2010 los porcentajes disminuyeron en cuanto a las mujeres con tan solo un 11% en comparación a los hombres con un 89%.

A pesar que en la antigüedad la mujer no podía desempeñarse en el campo de la comunicación con el paso de los años el género femenino se ha preparado y se ha abierto espacios en cuanto a esta espacialidad, sin embargo, aún las cifras siguen demostrando la poca visibilidad de las mujeres laborando en la rama periodística.

3. Historia e inclusión de la mujer en el periodismo deportivo en Ecuador

3.1. Contexto Histórico Nacional

Su origen se da a partir de la aparición del deporte, no como una simple práctica, sino, como un acto competitivo, si bien, no inició como una acción profesional, sino puramente empírica ya que en aquellos tiempos no existían centros de preparación académica especializada en deportes. Maldonado (2016) asevera:

> Desde el año 1896 ya se jugaron las primeras olimpiadas más conocidas en la actualidad como los juegos olímpicos, en los cuales como es de conocimiento existen gran cantidad de competiciones, siendo el boxeo, natación, atletismo, gimnasia entre otras, las disciplinas con mayor interés; por este motivo los temas a tratar en los diferentes programas deportivos hasta el año de 1930 estaban enfocados en estos deportes. (p.15)

Estos deportes empezaron a relegarse con el inicio del fútbol, el cual comenzó a crear expectativas en los medios de comunicación hasta que logró convertirse en el más difundido, inclusive se lo conoce como el rey de los deportes. Costa (2016) afirma:

> El periodismo deportivo llegó al Ecuador con la mercantilización del deporte y del fútbol. A inicios de 1949, el interés social por el deporte, también fue un aporte (…) La primera señal de radio se transmitió en Quito el 25 de diciembre de 1931, la Voz de los Andes. La primera transmisión deportiva cubrió el VI Campeonato Sudamericano de Natación que se disputó en Lima en 1938. Las radios que locutaron dicho evento fueron Ondas del Pacífico y Radio el Telégrafo. (p.24)

En Ecuador nació de una forma empírica ya que en ese tiempo no había centros de preparación y a raíz de esto empezaron a llegar al país periodistas deportivos brasileños y argentinos, quienes ya manejan a profundidad la información. Ecuador decide fundar una entidad que ayude a fomentar el deporte en los diferentes medios y fue así que se creó el Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador. Astudillo (2016) afirma:

> Fue fundado el 23 de febrero de 1945 en la ciudad de Guayaquil por los siguientes periodistas deportivos: Dr. Francisco Rodríguez, Manuel Eduardo Castillo, Ralph del Campo, Alfredo Arias, Rafael Guerrero Valenzuela, Ernesto Terán, Humberto Salinas, Luis Hungría, Paco Villar Balladares, Miguel Jordán; sus disposiciones fueron aprobadas en la ciudad de Quito en 1946. (p.13)

En Quito, “Revista Deportiva” fue la primera revista especializada en temas deportivos al igual que la revista “Estadio” fundada en 1950. En radio, las precursoras en información periodística deportiva fueron Radio Quito, Radio Tarqui y Nueva Emisora Central. Estas emisoras, se basaban en la difusión de los triunfos de los deportistas ecuatorianos.

En el 2002 y sin dejar de lado los triunfos obtenidos por deportistas ecuatorianos en las diferentes disciplinas, la clasificación al mundial fue uno de los hechos que marco al periodismo deportivo, obviamente el fútbol es considerado como el rey de los deportes y por ende generador de audiencias. Además, los triunfos obtenidos en el 2008 y 2009 por Copa Sudamericana, Copa Libertadores, la Recopa y el Mundial de Clubes también tuvieron mucho que ver para el progreso del periodismo deportivo.

No solo las radios influyeron en el avance del periodismo deportivo, sino también la televisión teniendo como protagonistas a Blasco Moscoso Cuesta y Alfonso Laso Bermeo, quienes iniciaron su etapa como periodistas deportivos en Quito y lograron permanecer por más de 20 años en el medio televisivo.

Con la creación de las plataformas digitales, el periodismo deportivo en Ecuador ha logrado convertirse en el género de entretenimiento más visto, gracias a la facilidad de acceder a la variada información deportiva.

3.2. Medios de comunicación que proporcionan espacios deportivos en Ecuador

Cerca de 100 medios impresos circulan en Ecuador y los más destacados son: El Universo (Guayaquil), El Comercio (Quito), Extra (Guayaquil), La Hora (Quito), Expreso (Guayaquil), El Telégrafo (Guayaquil), El Mercurio (Cuenca) y Crónica (Loja); todos estos medios impresos poseen una sección deportiva. Salas (2015) afirma:

> Los medios impresos tienen presencia en todo el Ecuador. Guayas es la provincia donde se concentran la mayor parte de diarios con un 15,8%, seguida de Pichincha con el 10,5%. Las provincias donde su presencia es escasa son Morona Santiago, Pastaza, Sucumbíos, Zamora Chinchipe y Santo Domingo, con el 1,8%, respectivamente. (p.56)

En Ecuador hay medios que se dedican netamente a la difusión de información periodística deportiva. Según Costa (2016):

> En radio, están presentes Radio La Red, Match Deportes, La Deportiva, La Redonda, Súper K 800, Caravana, entre otras. En televisión nacional, existen diversos programas deportivos: La Jugada, Pateando Tachos, Código Fútbol y Debate Fútbol. En el aspecto digital, hay portales web que comparten información deportiva. Bendito Fútbol, Ecuagol, Fútbol Ecuador, Studio Fútbol, El Futbolero, Revista Estadio son las más visitadas según Google Analitycs, ubicando a Ecuagol en la posición 19 de todas las páginas web del Ecuador. (p.25)

La presencia del periodismo deportivo en los medios de comunicación ecuatorianos va en ascenso y una de sus mayores causas es la visible participación de los deportistas ecuatorianos en las diferentes disciplinas a nivel internacional. Ejemplo: en atletismo, la participación y medalla de oro al cuencano Jefferson Pérez en 1996; en fútbol, las clasificaciones a mundiales o sudamericanos; en ciclismo, con la intervención de Richard Carapaz logrando coronarse como Campeón del Giro de Italia en el 2019, entre otras participaciones destacadas que han logrado obtener los deportistas ecuatorianos.

Es indiscutible que durante años los hombres han dominado el periodismo deportivo, lo que ha generado la credibilidad en la audiencia. Esta idea ha sido implantada años atrás, donde se creía que la mujer no podía dirigir este tipo de información y que por el contrario los hombres eran los especializados. González y Paz (2016) explican:

> El periodismo deportivo constituye uno de esos universos que históricamente han estado dominados por el mal llamado "sexo fuerte". (…) Si bien se revela un incremento de las féminas que desde la televisión promueven el periodismo deportivo, su presencia siempre ha sido menor cuantitativa y cualitativamente en comparación con la de los hombres. (p.320)

Reina Flores fue la primera ecuatoriana en convertirse en comentarista de partidos de fútbol. Sin embargo, en la década de los 80, fue Martha Córdova quién inició como

periodista deportiva en Radio Tarqui y quién años más tarde logró convertirse en redactora de diarios importantes del país, como: Diario Hoy, La Hora y El Comercio de Quito. Además, fue corresponsal de Directv, Sports.net.

Reyes (2016) explica: "Martha ha cubierto Juegos Panamericanos, Juegos Olímpicos, Mundiales de Fútbol, finales de Copa Libertadores. (…) inclusive fue presidenta del 2010 al 2012 del Círculo de Periodistas Deportivos de Pichincha" (p.102).

Martha logró abrir espacios para más mujeres que decidieron inclinarse por la profesión del periodismo deportivo, como: la lic. Marianella Valdez (1985) fue la primera redactora de un medio impresa, empezó en el Diario Expreso; Mónica Chonillo (1986) fue la primera mujer delegada a asistir al partido por eliminatorias del Mundial de Italia en el 90; Yuri Zapatier (1989) y Leonela Magallanes (1995) empezaron en Radio Atalaya, Zapatier inició realizando borde de campo y locución, actualmente se la conoce como la madre del periodismo deportivo, entretanto Magallanes laboraba en CRE de Guayaquil y ha cubierto varios encuentros deportivos.

En 1989, Patricia Avilés, fue la primera mujer en participar en un programa deportivo en la TV en Gamavisión; Doris Alcívar (1991) participó en Radio Latina y fue la primer periodista deportiva en obtener especialización en esta profesión; Natalia Jara (1993) comenzó en su ciudad natal en radio Machala y a sus 17 años cubrió la Copa América Ecuador en el 93; María Soledad Reyes (1994) y Noemí Caballero (1999) iniciaron en el canal Cabledeportes, Reyes realizó la labor de presentadora en el programa deportivo "Afición"; Margarita Constante y Solange Guerrero inician en el periodismo deportivo en 1995, Constante lo hizo en Radio Huancavilca y en Radio Caravana, mientras que Guerrero comenzó en CRE Satelital como reportera.

En 1998 Martha Murga comienza en el periodismo deportivo en Diario El Telégrafo, mientras que en el 90 Julieta Estrella empezó comentando partidos de fútbol por Radio Tarqui, donde también tuvo sus inicios Patricia Montúfar en 1997 y en 1996 Lourdes Garzón tuvo presencia en un programa trasmitido por Gama TV y trabajó en aproximadamente 17 radios de Quito.

En el 2018 y 2019 la presencia del género femenino en el periodismo deportivo es más evidente, aún más en el medio radial y televisivo, tal es el caso de la periodista María José Flores, quien inició en el Mundial de Sudáfrica como reportera de notas deportivas y actualmente trabaja en TC Mi Canal como reportera y presentadora de 100xciento fútbol. María Soledad Reyes, quien trabajó en Ecuavisa hasta finales del 2018 en el segmento Estadio TV y Kristy Alvarado quien comenzó como reportera de deportes en Radio Super K800 y en el 2018 formó parte del equipo de Fanático trasmitido por el canal Ecuador TV.

En el medio radial, Radio Caravana es una de las radios que mayor participación femenina presenta: Jhoanna Moreno, Gabriela Alcívar, Mercedes Chevez, Gisella Buendía, China Veloz y Mayra Bayas. Seguido de Radio Redonda con Soledad Rodríguez, Gabriela Jurado, Cinthia Flores y Fanny González; Radio Área Deportiva con Johanna Calderón y Michelle Pozo, y por último Radio Diblu con Jocelyn Vera y Mariela Díaz.

3.3. Periodismo deportivo en Loja

El periodismo deportivo en el Loja no tiene una historia plasmada en documentos, por el contrario, se recurre a través de esta investigación a la memoria de quienes iniciaron esta labor obteniendo así información inédita sobre el contexto histórico y los acontecimientos más importantes sobre la comunicación deportiva lojana.

José Iñiguez Cartagena, periodista deportivo y docente de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja señala: “Se conoce en los últimos años de la década de los 60, que el doctor Juan Cueva Serrano había sido el primer periodista deportivo lojano, aunque no tuvo una formación académica”.

Roosvelth Barrazueta León uno de los primeros periodistas deportivos lojanos, revela sus inicios: “En 1964, hubo un concurso de locutores deportivos en Centinela del Sur y habíamos participado cuatro muchachos por que antes no se hacía periodismo deportivo, resultado de esto quien habla se quedó con el cargo de locutor deportivo”. Además, en 1972 logró tener un espacio llamado “Pronóstico Deportivo”. Roosvelth y Jorge Zárate, son los periodistas con mayor trayectoria en Loja, estos llevan aproximadamente 50 años en el campo laboral y aún siguen ejerciendo el periodismo deportivo, tal es el caso de Roosvelth, quien es dueño de Radio Corporación y cuenta con un programa deportivo llamado “Los informadores del deporte”.

En ese entonces, no existía la Carrera de Comunicación Social en Loja, lo que dio pie a que todos los periodistas que se desarrollaron en esa época en el campo deportivo lo hicieran por afición, por el gusto que tenían hacia el fútbol, que era el deporte con mayor relevancia, sin dejar de lado el básquet y el boxeo, este último ganó renombre con los boxeadores Pacífico Briceño y Peche Murrillo quienes lograron ser campeones sudamericanos.

Otro de los periodistas deportivos con mayor recorrido dentro de este campo, es Elvis Merino, con más de 37 años de trayectoria, quién expresa: “Mediante los megáfonos se dieron las primeras trasmisiones, las cuales tuvieron lugar en el parque Simón Bolívar dónde antes había una cancha de fútbol rudimentaria, entonces ahí comenzó la actividad deportiva, eso fue hace unos 60 o 65 años aproximadamente”.

Ya en 1976, Darío Granda Astudillo, fue el iniciador del periodismo deportivo escrito, quien trabajó en el diario El Mundo, diario que duró tan solo diez años. Diario El Siglo, Crónica de la tarde y Opinión del Sur también permitían pequeños espacios ya que en ese entonces no había mucha actividad deportiva en Loja.

La radio fue uno de los vehículos más importantes en comunicación deportiva en el medio lojano, aunque aún era muy efímero hablar de deportes, el medio radial, era el encargado de difundir los enfrentamientos de los equipos de fútbol amateur, donde los equipos más destacados de Loja eran: Deportivo Loja, Borusia, América y Liga Deportiva Universitaria de Loja.

Sybel Ontaneda, periodista deportivo y docente de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja menciona: "El periodismo deportivo lojano se desarrollaba básicamente con el periodismo radial, eran muy pocas radios que cubrían ciertos eventos deportivos", radios como Centinela del Sur, Radio Progreso, Radio Luz y Vida, Radio Nacional del Ecuador y Radio Ondas del Zamora; radio Centinela del Sur fue pionera en trasmisiones deportivas.

El periodismo deportivo lojano tomó una nueva faceta donde tuvo como protagonista principal a la televisión, específicamente el canal UV Televisión que antes era conocido como Univisión, canal 4. Este era un medio más complicado, sobre todo por las técnicas tradicionales para trabajar en la edición y producción.

El periodismo deportivo fue abriendo espacios, donde varios personajes decidieron incursionar, como: José Alberto Coronel, Miguel Ángel Guerrero, Eduardo Benjamín Jaramillo, Adolfo Coronel Illescas, Walter González Prado, Luis Muñoz, Vicente Elizalde, José Antonio Maurad Castillo, Edgar Canelos, Fabian Coronel, Víctor Ojeda Feijoo, Gonzalo Ojeda Feijoo, Washington González, Washington García, David

Moncayo López y Luis Moncayo; quienes llevan alrededor de 40 a 50 años de trayectoria en el periodismo deportivo lojano.

En este medio también ingresaron Sybel Ontaneda, José Iñiguez Cartagena, Geovanny Sánchez, Ramiro Arévalo Castro, Eduardo Tene, Geovanny Ruiz, Alex Benítez, Jesús Manjarres, Leonardo Pucha, Leonardo Lima y Patricio Cuenca Ruíz, este último se vinculó a la cadena UV Televisión, donde tuvo un espacio muy exitoso dentro de la comunicación deportiva en Loja "Liga en el corazón de Loja" y según Patricio "En este reprisábamos los partidos de local de Liga de Loja y en ese entonces el camarógrafo y editor era Reinaldo Soto donde las notas que se enviaban eran trasmitidas por el programa COPA que aún sigue en vigencia". En aquel programa Patricio relataba los partidos y José Íñiguez Cartagena junto a Sybel Ontaneda comentaban.

En Loja, la rama deportiva se fue consolidando hasta que, en septiembre de 1974, un grupo de aficionados al deporte conformaron el Círculo de Periodistas Deportivos de Loja (CPDL), personajes como Carlos Garrido Luna, David Moncayo, Luis Moncayo, Gonzalo Sotomayor y Alonso Maldonado. Si bien, este círculo de periodistas deportivos actualmente sigue funcionando y les ha dado apertura a mujeres como: Jenny Malla, María Torres, Abigail Cruz y Marcela Constante, esta última fue la primera en formar parte del CPDL.

En el 2012, el periodismo deportivo lojano estuvo a la expectativa de las novedades sobre la LDU (L), Liga Deportiva Universitaria de Loja, ya que el plantel iba a realizar su debut en un torneo internacional, específicamente en la Copa Sudamericana, ante el club Monagas; estos periodistas deportivos estaban a la expectativa de la participación del equipo y sobre todo que genere dinamismo económico.

En los próximos años, se evidenciaron algunos sucesos deportivos, en el año 2014, Liga Deportiva Universitaria de Loja, jugó su tercera copa Sudamericana y en el mismo año por primera vez el Círculo de Periodistas Deportivos de Loja se coronó campeón nacional absoluto en los Juegos Nacionales. Sin embargo, en el año 2015, el equipo lojano pierde la categoría y desciende a la serie B; en el año 2016, dos deportistas de Federación de Loja fueron a los Juegos Olímpicos en Rio de Janeiro, Maritza Guamán en Marcha y Lissette Antes en la disciplina de Lucha, esta última logró obtener una medalla de oro. Para el periodismo deportivo lojano, estos eventos deportivos han sido fundamentales ya que son deportistas y disciplinas que dan movimiento a la comunicación, generando así noticias de interés para la ciudadanía.

Además, hay que señalar que en los inicios del periodismo deportivo lo que mayormente se trasmitía era el fútbol y el contar con un equipo lojano hizo que la comunicación deportiva se siga interesando por la difusión de temas futbolísticos y actualmente de todas las disciplinas que se desarrollan en la ciudad de Loja.

En cuanto, a la participación femenina en el periodismo deportivo esta ha sido esporádica y hasta el momento no hay información verídica que detalle con exactitud antecedentes de la presencia del género femenino en programas deportivos de Loja, sin embargo, hace aproximadamente quince años, Alba Emperatriz Herraes Elizalde fue una de las primeras periodistas deportivas lojanas, quien cursó sus estudios en la Universidad Nacional de Loja en la Carrera de Comunicación Social e inició en esta labor en el canal UV Televisión junto al periodista José Iñiguez Cartagena.

Años más tarde, en el mismo medio ingresó la licenciada Patricia Carrión Rojas, quien también cursó sus estudios en la Universidad Nacional de Loja en la Carrera de Comunicación Social.

En el año 2018, la presencia femenina en el periodismo deportivo ha ido en ascenso en comparación a años atrás que no se conocía a mujeres que ejercieran esta labor, además de la periodista Alba Herraes.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización del presente trabajo investigativo sobre "LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018", se utilizaron métodos, técnicas e instrumentos que se puntualizan a continuación.

Se realizaron fichas de observación y fichas de codificación de datos, las cuales permitieron conocer cuáles son los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Loja que contienen programación deportiva, resultados que arrojaron cuántos de estos programas deportivos dan apertura a las mujeres y cuántas de ellas se desempeñan en roles protagónicos.

Se aplicaron también entrevistas a los periodistas deportivos de Loja, Roosvelth Barrazueta León, Elvis Merino, Gonzalo Ojeda Feijoo, Darío Granda Astudillo, Sybel Ontaneda, José Iñiguez Cartagena y Patricio Cuenca Ruíz, esto con el fin de reconstruir la historia del periodismo deportivo en Loja puesto que no hay información plasmada en documentos o en la web; a los directores de los programas deportivos de los medios tradicionales de Loja; al presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, Washington González Estrella, director del programa "Un vistazo al deporte" transmitido por radio Matovelle; a Alex Benítez, director del programa "Radio deportes" transmitido por radio Luz y Vida; a José Iñiguez Cartagena, director del programa "Uv Deportes" difundido por Uv Televisión y a la primera periodista deportiva en Loja, Alba Emperatriz Herraes Elizalde, quién inició en el mundo deportivo en el 2004 en Uv Deportes, programación que estaba a cargo del licenciado José Iñiguez Cartagena. Además, se realizaron entrevistas a dos especialistas de género, Carolina Vergara, Consultora de

Naciones Unidas y a la Licenciada Narcisa Sinche, docente de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja y especialista en la materia de género, quienes señalaron que a pesar de que aún existe una sociedad machista, la mujer se ha encargado de buscar espacios en todos los ámbitos, sin embargo, al referirse a los medios de comunicación, el género femenino sigue apareciendo como sujeto complementario. Así mismo, Narcisa Sinche señala que, según el Proyecto de Monitoreo Global de Medios, específicamente en América Latina, en el 2015, el 43% de las personas que presentaban o reportaban noticias eran mujeres a diferencia de los hombres que correspondía a un 57%, cifras que señala que las mujeres se siguen enfrentando a limitaciones, en cuanto a su participación en los medios de comunicación.

La técnica de la encuesta permitió recoger información objetiva de quienes están involucrados o conocen sobre la problemática, para ello se realizaron cuestionarios dirigidos a la ciudadanía lojana, específicamente a 50 personas, tamaño de la muestra no probabilística que fue utilizada al no tener una cifra exacta de las personas que escuchan o ven programación deportiva en Loja; a los directores de los diferentes medios tradicionales de la ciudad de Loja que tengan programación deportiva, exactamente a 17 directores, que comprende tanto medios impresos, radio y televisión; y, a las 12 periodistas deportivos de la ciudad de Loja que ejercen actualmente esta profesión.

f. RESULTADOS

En la ciudad de Loja existen 31 medios de comunicación tradicionales de los cuales 19 poseen programación deportiva, 3 en medios impresos, 12 en radio y 4 en televisión, es por eso que a continuación se podrá verificar mediante las fichas de observación y codificación de datos la presencia de la mujer y el rol que desempeña en los programas deportivos durante todo el año 2018.

FICHA DE OBSERVACIÓN DE MEDIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018

Ficha 1

1. Medios impresos y la presencia femenina en los espacios deportivos

Diario/periódico	**Nombre del programa/segmento**	**Participación femenina**	
		SI	NO
Crónica	Cronideportes		X
Ecotel Press	Sección deportiva		X
La Hora	Cronos	X	

Fuente: Medios impresos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

FICHA DE CODIFICACIÓN DE DATOS DE MEDIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018

1. Roles que desempeñan las mujeres en los programas deportivos en medios impresos

Medio de Comunicación	**Programa deportivo**	**Nombre de la periodista mujer**	**Edad**	**Rol**							**Rol en trasmisiones en vivo**
				Presentador o locutor	**Relator**	**Comentarista**	**Escritor**	**Voz comercial**	**Reportero**	**Modelo**	
Crónica	Cronideportes	--------	--------								--------
Ecotel Press	Sección deportiva	--------	--------				--------				--------
La Hora	Cronos	Gianella Armijos	27 años				X				--------

Continuidad del cuadro ⤵

Profesión				Horario de programación	Año/Tiempo
Pasante	**Título tercer nivel (universitario)**	**Especialización**	**Otra profesión**		
	--------			Diario	--------
	--------			Semanario	--------
	X			Diario	4 años

Fuente: Medios impresos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LAS RADIOS DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018

1. Emisoras radiales y la presencia femenina en los espacios deportivos

Emisoras	**Nombre del programa/segmento**	**Participación femenina**	
		SI	NO
Radio Satelital	Adrenalina Deportiva Carrusel del deporte	X X	
Radio Super Láser	Cronómetro		X
Radio Luz y Vida	Radio Deportes	X	

Radio Matovelle	Un vistazo al deporte		X
Kocodrilo Radio	Los número 1	X	
Radio Municipal	Mundo deporte	X	
Radio Sociedad	Diario Deportes	X	
Radio Universitaria	- Universo Deportivo - El sueño del Pibe	X	X
Radio Planeta Sur	5.50	X	
Radio Corporación	Los informadores del deporte		X
Radio Poder	Minuto 91	X	
Radio Ecuasur		X	

Fuente: Medios radiales de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

FICHA DE CODIFICACIÓN DE DATOS DE LAS RADIOS DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018

2. Roles que desempeñan las mujeres en los programas deportivos radiales

Medio de Comunicación	**Programa deportivo**	**Nombre de la periodista mujer**	**Edad**	**Rol**							**Rol en trasmisiones en vivo**
				Presentador o locutor	**Relator**	**Comentarista**	**Escritor**	**Voz comercial**	**Reportero**	**Modelo**	
Radio Satelital	- Adrenalina Deportiva - Carrusel del deporte	María del Cisne Muñoz Paola León	22 años 33 años			X		X			-------- Lectura de publicaciones y entrevistas
Radio Super Láser	Cronómetro	--------	--------				----------				--------
Radio Luz y Vida	Radio Deportes	Jenny Marisol Malla	31 años					X			--------
Radio Matovelle	Un vistazo al deporte	--------	--------				----------				--------
Kocodrilo Radio	Los número 1	Brenda Valdivieso	22 años	X		X	X				--------

Radio Municipal	Mundo Deportivo	Maricela Torres	31 años	X		X			X		Presentadora
Radio Sociedad	Diario Deportes	--------	--------				----------				--------
Radio Universitaria	- Universo Deportivo - El sueño del Pibe	María José Flores	22 años			X					--------
Radio Planeta Sur	Fútbol en la 5.50	Gabriela Sánchez	24 años			X					Borde de campo, voz comercial y comentarios
Radio Corporación	Los informadores del deporte	--------	--------				----------				--------
Radio Poder	Minuto 91	María José Sánchez	24 años			X					--------

Continuidad del cuadro ⤵

Profesión				Horario de programación	Año/Tiempo
Pasante	**Título tercer nivel (universitario)**	**Especialización**	**Otra profesión**		
X	X		X	Lunes a viernes 13h30 – 15h00 Lunes a viernes 08:30 – 09:30	6 meses 7 meses
	----------			Lunes a viernes 08h30 – 09h30	--------
	X			Lunes a viernes 17h00 – 18h00	2 meses
	----------			Lunes a viernes 11h00 – 12h30	--------
	X		X	Sábado 08H00 o 10h00	2 años
	X			Lunes a viernes 09h00 – 10h00	10 años
	----------			Lunes a viernes 13h00 – 14h00	--------
X				Lunes a viernes 14h00 – 15h00 Lunes y viernes 15h00 – 16h00	10 meses
	X			Lunes a viernes 19h00 – 20h00	2 años
	----------			Lunes a viernes 09h00 a 10h00	--------
			X	Lunes a viernes 08h30 a 09h00	4 años

Fuente: Medios radiales de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

FICHA DE OBSERVACIÓN DE TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018

1. Medios televisivos y la presencia femenina en los espacios deportivos

Canal de televisión	**Nombre del programa/segmento**	**Participación femenina**	
		SI	NO
UV Televisión	Uv Deportes	X	
Ecotel Tv	Ecodeportivo Deportivo 22		X X
Canal Sur	Sur Deportes	X	
Plus Tv	Plus Deportes		X

Fuente: Medios televisivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

FICHA DE CODIFICACIÓN DE DATOS DE LA TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018

2. Roles que desempeñan las mujeres en los programas deportivos televisivos

Medio de Comunicación	**Programa deportivo**	**Nombre de la periodista mujer**	**Edad**	**Rol**							**Rol en trasmisiones en vivo**
				Presentador o locutor	**Relator**	**Comentarista**	**Escritor**	**Voz comercial**	**Reportero**	**Modelo**	
Uv Televisión	UV deportes	Patricia Carrión Rojas	28 años				--------				Reportera
Ecotel Tv	Ecodeportivo Deportivo 22	--------	--------				--------				--------
Canal Sur	Sur Deportes	Maricela Torres	31 años	X		X			X		Presentadora
Plus Tv	Plus Deportes	--------	--------				--------				--------

Continuidad del cuadro ⤵

	Profesión			Horario de programación	Año/Tiempo
Pasante	**Título tercer nivel (universitario)**	**Especialización**	**Otra profesión**		
	X			Lunes a viernes 08h00 – 08h30 (reprise 10h30 – 11h00)	6 años
	--------			Lunes a viernes 08h00 – 08h30 (reprise 13h30) 20h00 – 20h30	
	X			08h00 – 08h30 (reprise 20h00 – 20h30)	10 años
	--------			07h50 13h50 20h20	--------

Fuente: Medios televisivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

ENCUESTAS REALIZADAS A LA CIUDADANÍA LOJANA

Esta encuesta fue aplicada a la muestra de 50 ciudadanos lojanos, los datos que a continuación se señalan, son el resultado de las ideas y criterios obtenidos de los investigados. La muestra investigada, está compuesta por personas que se interesan por la programación deportiva, quienes proporcionaron importantes elementos para conocer la realidad del tema de estudio:

Pregunta N°1

¿Usted considera que la mujer, en los últimos 2 años se desempeña en todas las plazas de trabajo existentes?

Tabla N°1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	42	84%
NO	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°1

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 84% de encuestados refiere que en los últimos 2 años la mujer se está desempeñando en las diversas plazas de trabajo, esto debido al progreso que ha venido presentado la sociedad a partir de la equidad de género y preparación igualitaria recibida actualmente en la formación educativa; por otro lado, un 16% considera que el género femenino no está preparado para ejecutar actividades en las diversas plazas, asumiendo que esta opinión puede ser emitida por personas que aún se encuentran vinculadas al machismo.

Pregunta N°2

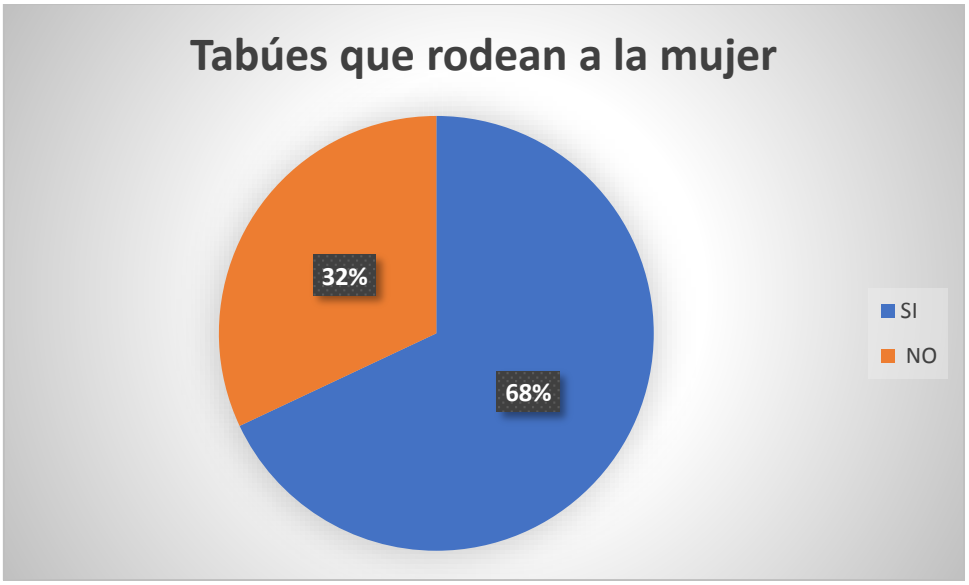
¿Considera usted que en la actualidad existen tabúes que limitan el desempeño de las mujeres en el periodismo deportivo?

Tabla N°2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	34	68%
NO	16	32%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°2



Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

La gráfica muestra que un 68% de los encuestados considera que en la actualidad aún existen tabúes en torno a las mujeres que desean incursionar en el campo deportivo, quizá porque hasta el momento se sigue estableciendo que los programas deportivos deben ser dirigidos y presentados únicamente por el género masculino, sin embargo, el 32% señala que ya no existen estereotipos puesto que las mujeres han luchado y trabajado por ganarse espacios laborales.

Pregunta N°3

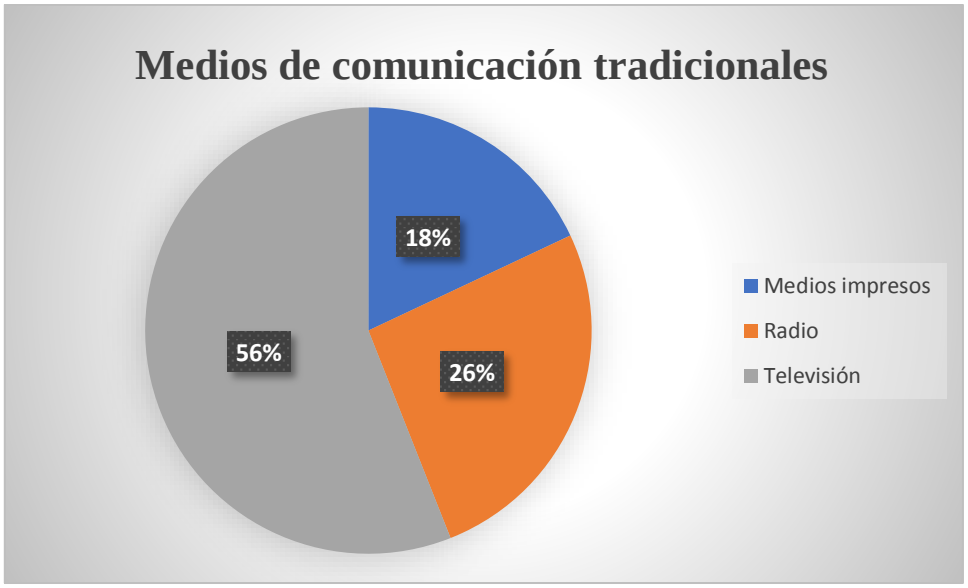
¿Qué medios de comunicación tradicional usted consume?

Tabla N°3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Medios impresos	9	18%
Radio	13	26%
Televisión	28	56%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°3



Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

En la gráfica se demuestra que el 56% de la ciudadanía consume la televisión tomando en consideración que es uno de los medios a los que la población tiene más acceso en la actualidad; mientras que el 26% indica como su medio de consumo a la radio, siendo un recurso de comunicación auditiva que no genera un mayor impacto en la ciudadanía que a simple vista se considera visual; y, con el 18% los medios impresos, haciendo referencia

a que solo acceden a estos las personas que poseen un hábito de lectura informativo y educativo que estos medios ofrecen.

Pregunta N°4

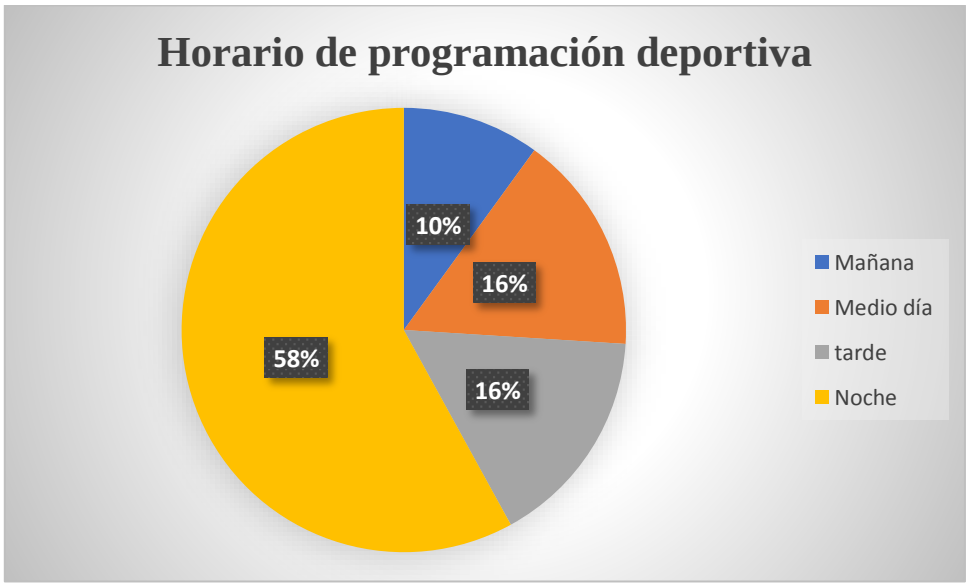
¿En qué horario ve o escucha programación deportiva?

Tabla N°4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	5	10%
Medio día	8	16%
tarde	8	16%
Noche	29	58%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°4



Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

La gráfica presenta que los encuestados en su mayoría observan y escuchan programación deportiva en horario nocturno en un 58%, este resultado se obtiene al estimar que en las noches se cuenta con espacios libres y adecuados para el desarrollo de actividades relacionadas a la atención brindada a la programación emitida por diferentes medios de comunicación. Por otro lado, un 16% indica que lo hace al medio día y en la

tarde, tomando como referencia que este es su horario de descanso, en tanto que un 10% menciona que lo realiza en la mañana, porque gran parte de la población se encuentra laborando y cumpliendo diligencias de índole familiar y de trabajo.

Pregunta N°5

Para usted, dentro de la programación deportiva de los medios tradicionales de Loja, ¿Cuál es el género que predomina?

Tabla N°5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	49	98%
Femenino	1	2%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°5

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

Los porcentajes presentados en esta gráfica muestran que un 98% de la población encuestada señala que el género masculino es el género que predomina en los programas deportivos, situación arraigada desde los antepasados previo a la igualdad de género, sin embargo, el 2% de participación se otorga a las mujeres inclinadas por la rama deportiva,

esto debido al progreso que ha venido presentado la sociedad con respecto a la participación de las mujeres en los diferentes ámbitos.

Pregunta N°6

¿Cree usted prudente que una mujer sea la protagonista en un programa deportivo?

Tabla N°6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	100%
NO	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°6

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 100% de la ciudadanía encuestada alega que las mujeres están en todas las posibilidades de ocupar cargos principales dentro del periodismo deportivo, haciendo énfasis en el cambio que ha mostrado la sociedad sobre la inclusión de la mujer en el periodismo deportivo; siendo el género femenino quien ha trabajado para ganarse estos espacios proyectando su capacidad al momento de desempeñarlos.

Pregunta N°7

¿Usted conoce alguna mujer destacada en el periodismo deportivo en Loja?

Tabla N°7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	50	100%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°7

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 100% de la población encuestada indica desconocer que alguna mujer haya destacado en el periodismo deportivo en la ciudad de Loja. En su opinión, en los medios tradicionales lojanos posiblemente se genera inestabilidad laboral para las periodistas lo que constituiría en un impedimento para destacarse en el ámbito deportivo.

Pregunta N°8

La población lojana al no conocer mujeres destacadas en el periodismo deportivo lojano, se realiza la siguiente interrogante: ¿Dentro de qué medio de comunicación tradicional de Ecuador ha percibido la presencia de una mujer desempeñando su labor periodística deportiva?

Tabla N°8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Medios escritos	2	4%
Radio	11	22%
Televisión	37	74%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°8

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

Los resultados obtenidos indican que un 74% de mujeres vienen desempeñando labor periodística deportiva en la televisión ecuatoriana en los últimos años, considerándose este un aporte al crecimiento de las habilidades y destrezas desarrolladas por el género femenino, demostrando así la capacidad de asumir cargos relacionados al ámbito

deportivo; mientras que, un 22% señala que realizan periodismo deportivo radial, mencionando que las posibles causas serían el no exponerse en televisión y el gusto por la temática presentada en radio; y, el 4% refiere la participación femenina en medios impresos, quizá estimando su facilidad de expresión escrita.

Pregunta N°9

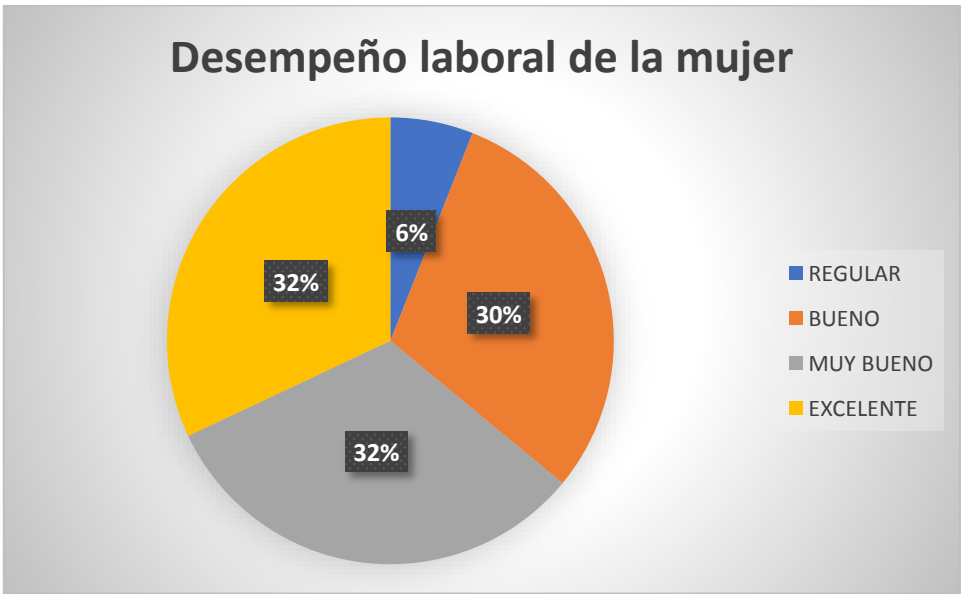
Al no conocer periodistas deportivas en Loja, ¿Cómo evalúa el desempeño laboral de las mujeres en el periodismo deportivo ecuatoriano?

Tabla N°9

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Regular	3	6%
Bueno	15	30%
Muy Bueno	16	32%
Excelente	16	32%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°9



Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

Los encuestados calificaron con un 32% a las variables muy bueno y excelente a la labor periodística deportiva desarrollada por las mujeres, indicando que cumplen responsablemente y asumen sus cargos estipulados y delegados en sus puestos de trabajo; mientras que, el 30% señala que es bueno el periodismo deportivo ejecutado por el género femenino, haciendo referencia a algunas actividades que quizá no pueden ser cumplidas por la mujeres; y, el 6% menciona que es regular por la falta de costumbre y adaptación de ver a la mujer inmersa en labores encaminadas a la rama deportiva.

Pregunta N°10

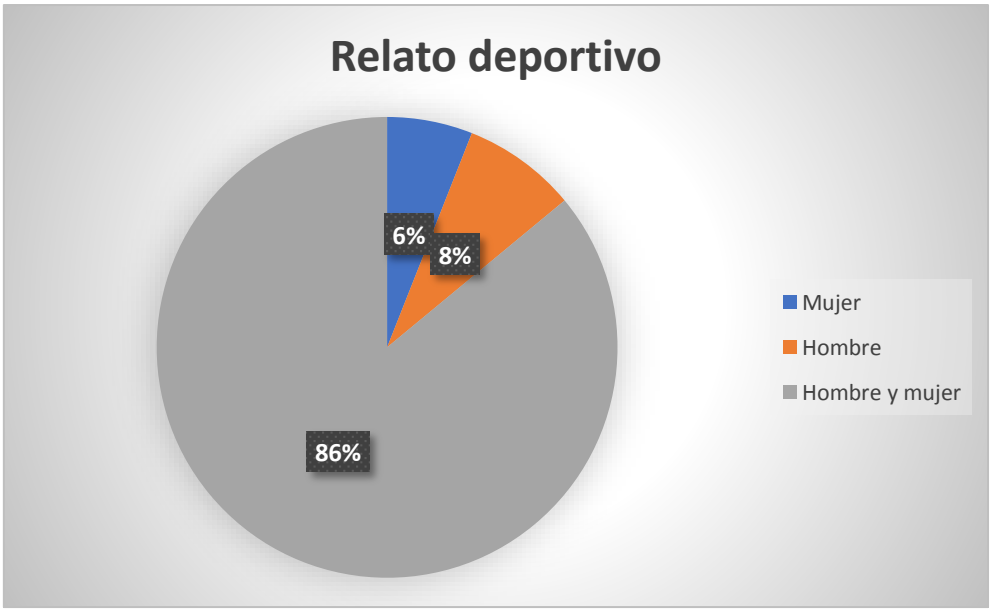
Usted prefiere el relato deportivo de:

Tabla N°10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Una mujer	3	6%
Un Hombre	4	8%
Hombre y mujer	43	86%
Total	50	100%

Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°10



Fuente: Población de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 86% de las personas encuestadas indica que prefieren escuchar o ver en un relato deportivo la combinación entre hombre y mujer, lo cual ayudaría a educar a la ciudadanía a que la presencia femenina es tan importante como la masculina; sin embargo, el 8% refiere su preferencia al protagonismo de los hombres ya que consideran que tienen trayectoria y experiencia en el ámbito deportivo; y, un 6% menciona su aceptación por la mujer en los relatos deportivos con la finalidad de mejorar la inclusión del género femenino en el entorno deportivo.

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DIRECTORES DE LOS MEDIOS TRADICIONALES QUE POSEEN PROGRAMACIÓN DEPORTIVA

Esta encuesta fue aplicada a los 17 directores, tanto de medios impresos, como radio y televisión que tienen programación deportiva, los datos que a continuación se señalan, son el resultado de las ideas y criterios obtenidos de los investigados. La muestra investigada, está compuesta por personas que están relacionadas con el periodismo deportivo en Loja, quienes proporcionaron importantes elementos para conocer la realidad del tema de estudio:

Pregunta N°1

¿Considera usted que las mujeres cuentan con las capacidades y destrezas necesarias para ser parte de un programa deportivo en los medios tradicionales?

Tabla N°1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	100%
NO	0	0%
Total	17	100%

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°1

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

Los 17 directores de los diferentes medios de comunicación tradicionales de la ciudad Loja que tienen programación deportiva, refieren que las mujeres cuentan con capacidades analíticas, preparación académica, desarrollo cognitivo, capacidad de improvisación y un buen intelecto para formar parte de un programa deportivo en los diferentes medios tradicionales.

Pregunta N°2

¿Cree usted que existe alguna limitación para que una mujer pueda ser integrante de un programa deportivo?

Tabla N°2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	12%
NO	15	88%
Total	17	100%

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°2

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 88% de los encuestados considera que no existe limitación alguna para el desarrollo e integración de la mujer en programas deportivos, tomando en cuenta que están en la capacidad de realizar actividades de diferente índole encaminadas a la labor deportiva y que no necesariamente pudieran ser trabajadas por el género masculino; mientras que, un 12% hace referencia a que podría existir algún tipo de limitación para que la mujer sea integrante de un programa deportivo, quizá con la finalidad de dar continuidad a los

diferentes programas deportivos que se vienen presentado desde hace mucho tiempo atrás en los que únicamente figura el hombre.

Pregunta N°3

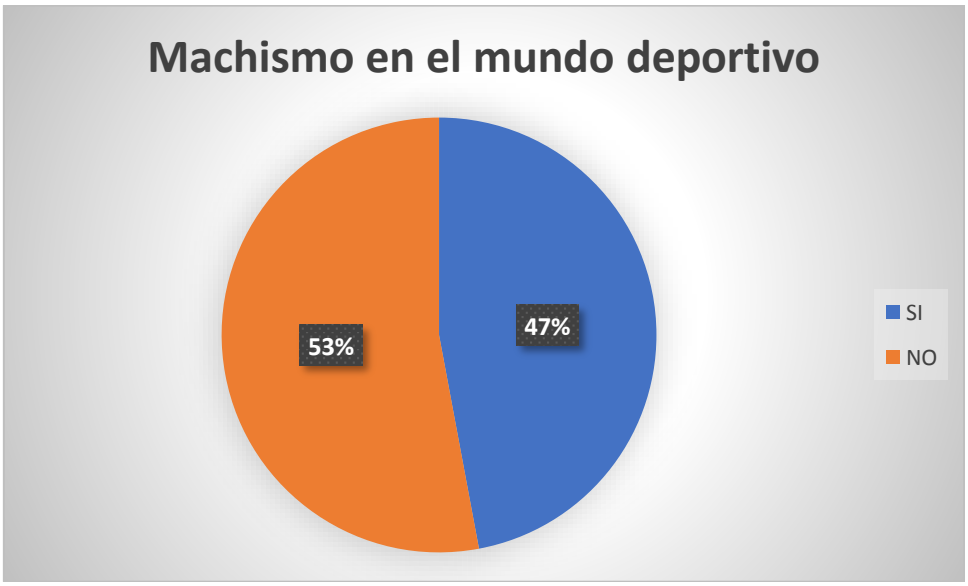
¿Cree usted que existe algún tipo de machismo dentro del ejercicio profesional del periodismo deportivo?

Tabla N°3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	47%
NO	9	53%
Total	17	100%

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaboración: Jhuly Herrera

Gráfico N°3



Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

Del total de los encuestados se obtiene que, un 53% señala que no existe machismo en el ejercicio profesional del periodismo deportivo, situación que se está manejando con la inclusión de la mujer en este tipo de periodismo que cada vez es mayor; sin embargo, aún no se ha logrado tener respuestas favorables por parte del género femenino frente al llamado de su participación; mientras que, el 47% manifiesta que aún existe machismo

que de cierta forma denigra la labor periodística deportiva que ejercen las mujeres, añadiendo también el manejo del periodismo bajo sistemas tradicionales y estereotipos masculinos.

Pregunta N°4

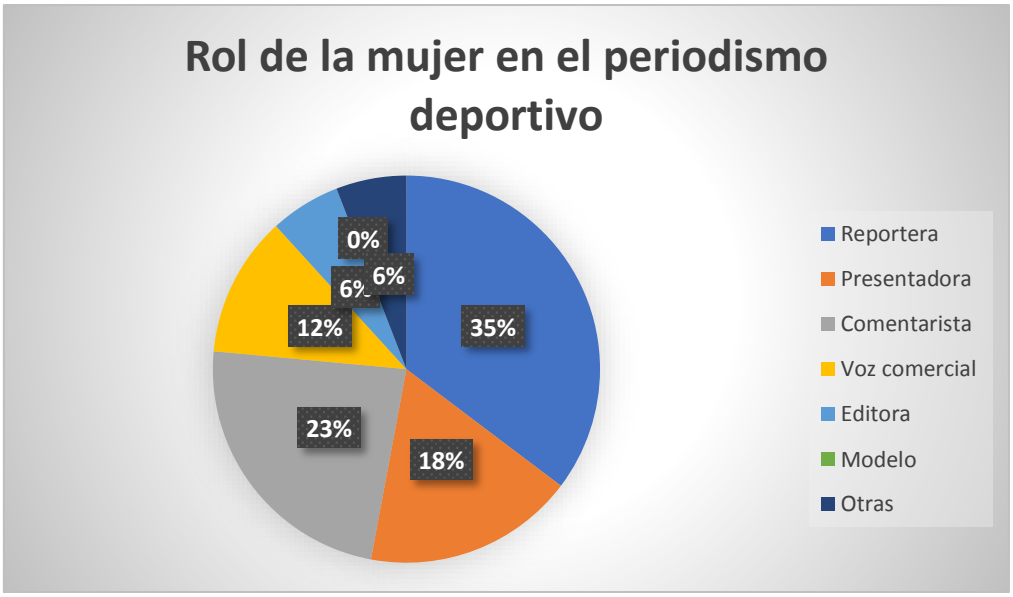
¿Cuál es el rol que ocupa la mujer dentro de los programas o segmentos deportivos, tanto para medios impresos, radio y televisión?

Tabla N°4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Reportera	6	35%
Presentadora	4	18%
Comentarista	3	23%
Voz comercial	2	12%
Editora	1	6%
Modelo	0	0%
Otras	1	6%
Total	17	100%

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°4



Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

La gráfica presente que el 35% de encuestados señala que el rol de la mujer dentro de los programas deportivos en su mayoría va direccionados a la reportería tomando en consideración que este es un rol secundario que podría permitir obtener una mayor formación el ámbito periodístico de la mujer, de tal manera que en lo posterior pueda cumplir al cien por ciento labores primarias que el cargo lo requiera, mientras que un 23% indica que ejecuta actividades encaminadas a ser comentarista identificando que este es uno de los principales roles dentro del periodismo deportivo, ya que las mujeres actualmente están en la capacidad de laborar en esta dignidad. Por otro lado, un 18% refiere al rol de presentadora estimando que en esta plaza se requiere a más de conocimiento y comunicación proyectar una buena imagen personal; otro de los roles es, voz comercial, con un 12% dado que esta variable lo único que necesita es la capacidad de persuadir al público mediante publicidad. Un 6% alega al rol de editora y a la opción otras, en la cual la editora posee las cualidades requeridas para la edición y redacción de medios impresos y finalmente la opción otras, en la que se indica que otro de los cargos que realizan las mujeres es el de agentes vendedoras o voz comercial.

Pregunta N°5

¿Cree usted que las mujeres dentro de los espacios deportivos solo trabajan en cargos secundarios?

Tabla N°5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	47%
NO	9	53%
Total	17	100%

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°5

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 53% de los encuestados destaca que las mujeres desempeñan cargos principales como: comentarista, directora y presentadora, proyectando sus conocimientos en el mundo deportivo, logrando así dejar de lado la situación arraigada por los antepasados sobre la participación femenina en espacios deportivos; mientras que, el 47% indica que las mujeres si laboran en espacios secundarios como: modelo, voz comercial, borde de

campo y reportera, disminuyendo la oportunidad de formar parte principal en el gremio del periodismo deportivo.

Pregunta N°6

¿Conoce usted alguna narradora o comentarista deportiva en Loja en el periodo 2018 o luego de aquello?

Tabla N°6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	35%
NO	11	65%
Total	17	100%

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°6

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: Jhuly Herrera

Análisis e interpretación

De los directores encuestados, el 65% refiere no conocer periodistas deportivas en la ciudad de Loja que ocupan el puesto de narradora o comentarista deportiva, puesto que no se le da la importancia requerida al cargo y existe cierta inestabilidad de sus labores en los medios de comunicación tradicionales; mientras que, el 35% restante, señala sí conocer periodistas deportivas en la ciudad de Loja, como: Jenny Malla quien labora

como reportera en “Sur Deportes”, Daniela Ojeda relacionista pública de la Federación Ecuatoriana de Fútbol, María José Flores locutora del programa “El sueño del Pibe” emitido por Radio Universitaria, Alejandra León y María Belén Ochoa laboran en Radio Universitaria en “Universo Deportivo”.

Pregunta N°7

¿Considera usted necesario que las mujeres deben contar con ciertas características para poder ser parte de un programa deportivo en los medios tradicionales?

Tabla N°7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	76%
NO	4	24%
Total	17	100%

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°7

Fuente: Directores de los programas deportivos de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 76% de los directores indican que las mujeres deben contar con ciertas características para ser parte de programas deportivos, como: tener conocimiento de la cultura deportiva local, nacional e internacional, post preparación, improvisación, vocación, gusto por temas deportivos, creer en sí mismas, entre otras; mientras que, el 24% restante, revela que no es necesario que las mujeres cuenten con particularidades específicas para ingresar en el medio ya que con el tiempo van adquiriendo experiencia llegando a alcance de lograr cargos estipulados por cada medio tradicional.

ENCUESTAS REALIZADAS A LAS PERIODISTAS DEPORTIVAS DE LA CIUDAD DE LOJA – AÑO 2019

Esta encuesta fue aplicada a todas las periodistas deportivos que ejercer actualmente esta profesión, los datos que a continuación se señalan, son el resultado de las ideas y criterios obtenidos de las investigadas. La muestra investigada, está compuesta por mujeres que están inmersas en los programas deportivos en los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Loja, quienes proporcionaron importantes elementos para conocer la realidad del tema de estudio:

Pregunta N°1

¿Cuántos años lleva ejerciendo el periodismo deportivo?

Tabla N°1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 - 5	6	67%
6 - 10	1	11%
11 - 15	2	22%
16 - 20	0	0%
Total	9	100%

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°1

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 67% de las periodistas deportivas lojanas llevan ejerciendo esta labor de 1 a 5 años, el 22% de ellas llevan trabajando de 11 a 15 años; y, el 11% han laborado durante 6 a 10 años. Es indudable, que la mayoría de las mujeres que se inclinaron por el medio deportivo han cursado un corto tiempo y no solo han permanecido en un medio de comunicación, sino que han ido variado su presencia en distintos medios tradicionales.

Pregunta N°2

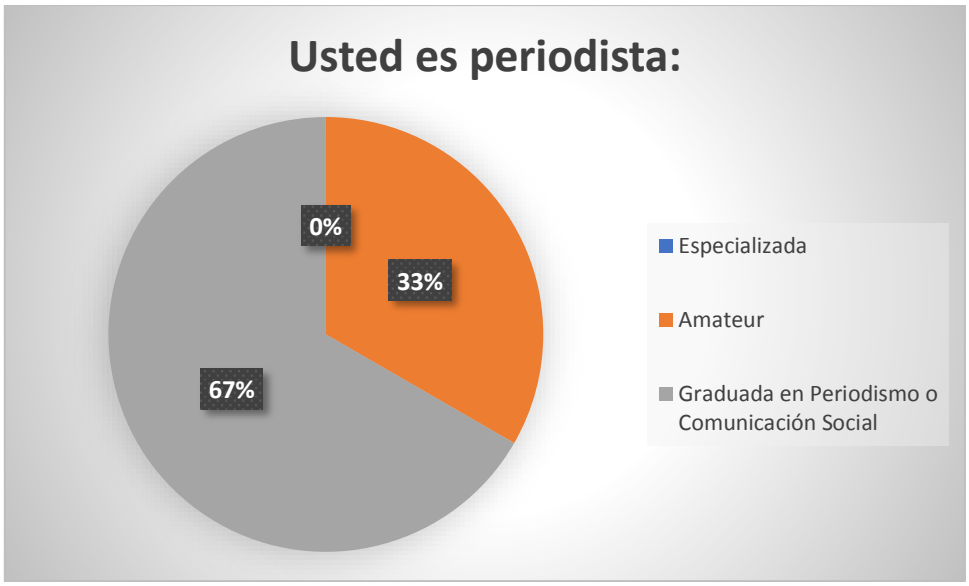
Usted es periodista deportiva:

Tabla N°2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Especializada	0	0%
Amateur	3	33%
Graduada en Periodismo o Comunicación Social	6	67%
Total	9	100%

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°2



Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

De los resultados obtenidos en la encuesta realizada, el 67% señala que son graduadas en Periodismo o Comunicación Social, permitiendo así que los conocimientos adquiridos en lo académico aporten a desempeñar de mejor manera su labor periodística deportiva; mientras que, el 33% indica que lo hacen por el gusto al deporte y que han utilizado como figura a periodistas deportivas destacadas a nivel nacional, logrando incentivar a más mujeres a ejercer este trabajo encaminado al periodismo deportivo sin ninguna limitante.

Pregunta N°3

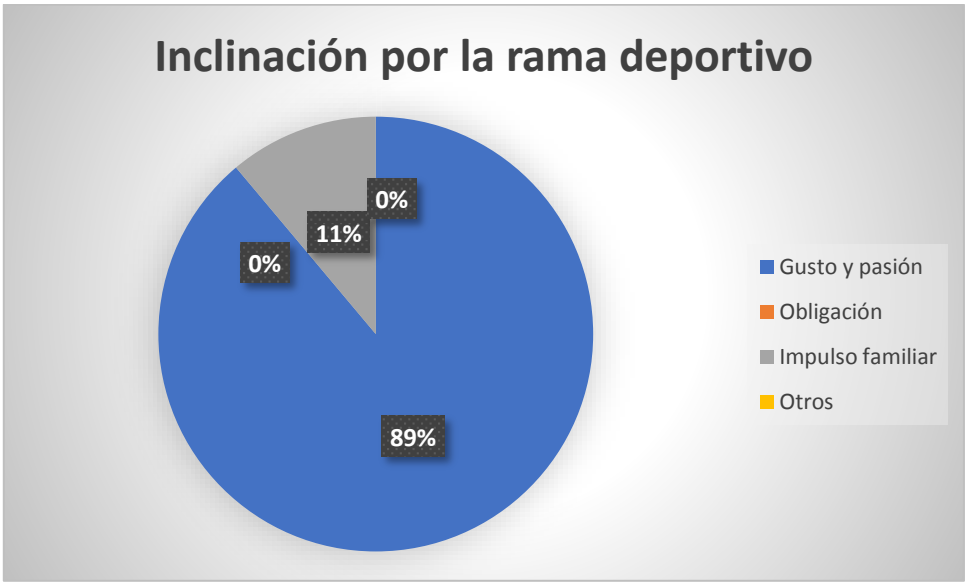
¿Qué la llevó a inclinarse por el periodismo deportivo?

Tabla N°3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Gusto y pasión	8	89%
Obligación	0	0%
Impulso familiar	1	11%
Otros	0	0%
Total	9	100%

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°3



Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 89% de las encuestadas menciona que la razón que las llevó a inclinarse en el periodismo deportivo es el gusto y la pasión por el deporte, a pesar de la falta de preparación y el conocimiento direccionado a las diferentes áreas del periodismo y comunicación recibidas durante su formación académica, sin embargo, de lo cual, han decidido tomar como referencia a las grandes periodistas nacionales para cumplir sus objetivos y metas proyectadas en la realización de este tipo de periodismo. El 11%

restante, señala que lo realiza por impulso familiar puesto que se constituye como el sustento económico de su hogar.

Pregunta N°4

¿Considera usted que los hombres están más capacitados que las mujeres para ejercer esta profesión?

Tabla N°4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	9	100%
Total	9	100%

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°4

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 100% de las encuestadas deduce que desde su punto de vista, los hombres no están más capacitados que las mujeres para ejercer el periodismo deportivo, dado que hoy en día, tanto el hombre como la mujer están preparados personal y profesionalmente para

ejecutar cargos primarios y secundarios en la labor periodística deportiva; evitando así la discriminación femenina.

Pregunta N°5

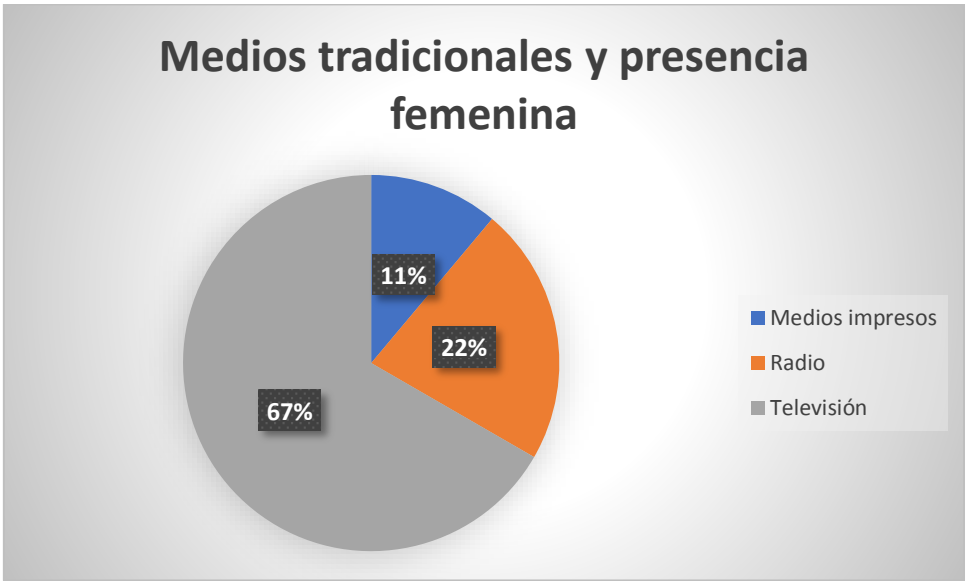
De los medios tradicionales, ¿Cuál es el medio que tiene mayor participación femenina en el campo deportivo?

Tabla N°5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Medios impresos	1	11%
Radio	2	22%
Televisión	6	67%
Total	9	100%

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°5



Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

Las encuestadas señalan que de los tres medios tradicionales existentes, en un 67% el que mayor presencia femenina tiene es la televisión, puesto que este medio requiere imagen personal y proyección a una gran aceptación del público, generando así un mayor raiting que puede ser logrado por la expresión facial, corporal y expresiva que denota una

mujer; mientras que, el 22%, refiere a la radio, ya que una voz femenina sintonizada en un medio radial podría considerarse más atractiva para los oyentes en cualquiera de los horarios de emisión; en tanto que, el 11% indica que su mayor participación es en los medios impresos, en vista de que se considera una persona con habilidades de redacción y expresión escrita acordes a los requerimientos que demanda el periodismo deportivo.

Pregunta N°6

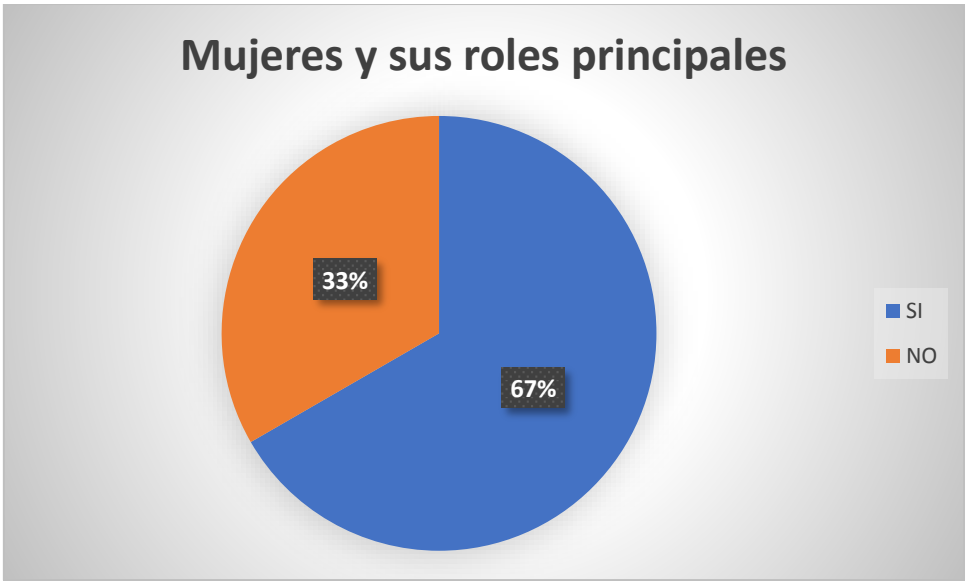
¿Usted considera que las mujeres cumplen roles protagónicos en el Periodismo deportivo?

Tabla N°6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	67%
NO	3	33%
Total	9	100%

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°6



Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

Del total de las encuestadas, el 67% indica que actualmente la mujer está alcanzando roles importantes en el periodismo deportivo, dado que cada vez incursionan en medios

tradicionales relacionados a la rama deportiva que le permite adquirir una mayor experiencia y preparación para asumir cargos principales; mientras que, el 33% restante señala que el género femenino no está obteniendo reconocimiento alguno en el mundo deportivo puesto que, aún el hombre prima como la persona idónea para manejar un programa deportivo.

Pregunta N°7

En el ejercicio del periodismo deportivo ¿Ha sufrido usted algún tipo de discriminación ejerciendo periodismo deportivo por de los medios de comunicación donde ha laborado?

Tabla N°7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	9	100%
Total	9	100%

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°7

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

Todas las periodistas deportivas de la ciudad de Loja que están laborando en el año 2019, señalaron que no han sufrido ningún tipo de discriminación a pesar de que los hombres, por la misma pasión que en su mayoría tienen por el fútbol, dominan técnicamente un poco más el tema, sin embargo, el periodismo deportivo no solo es fútbol sino un sinnúmero de disciplinas deportivas. Además, la sociedad está en constante cambio y los estereotipos que rodean a la mujer van perdiendo peso.

Pregunta N°8

¿Considera usted que dentro de los medios tradicionales existe machismo en torno a la participación de la mujer en la rama deportiva?

Tabla N°8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	67%
NO	3	33%
Total	9	100%

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Gráfico N°8

Fuente: Periodistas deportivas de la ciudad de Loja
Elaborado: La autora

Análisis e interpretación

El 67% refiere que, si existe machismo dentro de los medios tradicionales en torno a la participación femenina en la rama deportiva, ya que ciertos medios no tienen confianza en las capacidades que puede tener una mujer para dominar temas deportivos; y, sobre todo afectaría el "ego" de los hombres. En cambio, el 33% indica que ya no existe tal machismo puesto que es notorio que se ha dado espacio a las mujeres dentro de la rama deportiva, permitiéndoles explotar sus habilidades y ayudándoles a creer en sí mismas que están en todas capacidades para ejercer esta labor y muchas más.

ANÁLISIS LAS ENTREVISTAS:

Los tres periodistas deportivos de la ciudad de Loja, Washington González Estrella, José Iñiguez Cartagena y Alex Benítez, concuerdan que la mujer aporta de manera significativa al periodismo deportivo, ya que cuenta con las capacidades necesarias para desempeñar esta labor, generando un cambio sobre la perspectiva que tienen de la mujer que desea trabajar en espacios que normalmente han sido ocupados por los hombres.

Con respecto al rol que desempeña la mujer en estos espacios, es secundario, siendo los más comunes reportera y voz comercial, no obstante, los periodistas deportivos mencionan tener la confianza en que el desempeño de las mujeres en este campo va a ser igual o mejor que el de los hombres.

Además, la escasa participación femenina en el periodismo deportivo lojano no solo depende de los estereotipos, sino también de la iniciativa que tengan las mujeres en incursionar en estos espacios y la disponibilidad de los directores de los programas deportivos en incluirlas en sus programaciones, puesto que en ciertos casos prefieren al hombre, ya que el público se ha acostumbrado a la presencia masculina y tienen desconfianza a innovar con respecto la inclusión de la mujer, por miedo a perder audiencia.

En cuanto a las entrevistas realizadas a especialistas de género, estas coinciden que las mujeres gozan de los mismos derechos que los hombres y que la participación de la mujer debe darse en todos los ámbitos y sobre todo en el periodismo deportivo, ya que este ha sido un espacio que por muchos años ha sido manejado por hombres.

Así mismo, concuerdan que, dentro de estos espacios, son muy pocas las mujeres que logran roles protagónicos: comentarista, directora, presentadora, editora, entre otras y que, mayormente, son los hombres quienes desempeñan estos roles, puesto que la falta

de iniciativa de las mujeres y la falta de confianza depositada en ellas, les impide poder explotar sus habilidades y así laborar con normalidad.

Para las especialistas de género, aún existen limitaciones para las mujeres que desean incursionar en la especialidad deportiva, sin embargo, admiten que la sociedad está en constante cambio y que en algún momento esto quedará atrás y las mujeres podrán libremente ocupar cualquier plaza de trabajo.

Así mismo, concuerdan que los medios de comunicación tienen que aportar a este cambio, con un lenguaje incluyente hacia el género femenino, educando así a la audiencia sobre la inclusión de la mujer dentro de los medios de comunicación y más aún en la especialidad deportiva.

g. DISCUSIÓN

Verificación de objetivos

En esta investigación, se planteó un objetivo general, el cual se centró en analizar la inclusión y el rol que cumple la mujer en el periodismo deportivo en los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Loja, año 2018, del estudio realizado se comprobó con las fichas de observación, que en el año 2018 existió participación regular de las mujeres en los diferentes programas deportivos de los medios tradicionales de la ciudad de Loja, arrojando que de los tres medios impresos que hay en la ciudad de Loja, el 33% tuvo presencia del género femenino, en cambio, en radio, el 73% contó con inclusión femenina y en cuanto al medio televisivo, de las cuatro existentes en la ciudad de Loja, se presenció un 50% de mujeres siendo parte de programas deportivos.

En lo que respecta a los objetivos específicos, el primero se centró en evidenciar en el contexto histórico la inclusión de la mujer durante el desarrollo del periodismo deportivo en los medios tradicionales de Loja y la posible evolución hasta el año 2018, lo cual se verificó con la información obtenida mediante las entrevistas realizadas a periodistas deportivos con mayor trayectoria, como: Roosvelth Barrazueta León, Elvis Merino, Gonzalo Ojeda Feijoo, Dario Granda Astudillo, José Iñiguez Cartagena, Sybel Ontaneda y Patricio Cuenca Ruiz; a todos los directores de los programas deportivos de los diferentes medios tradicionales lojanos y a una de las primeras periodistas deportivas en la ciudad de Loja, específicamente Alba Herraes Elizalde.

La gran parte de periodistas deportivos entrevistados en la ciudad de Loja, mencionaron no conocer el contexto histórico en el cual la mujer fue incluida en el periodismo deportivo, sin embargo, el licenciado y también periodista deportivo, José Iñiguez Cartagena, indicó que una de las primeras mujeres que él conoció inmiscuida en

el periodismo deportivo fue Alba Herraes, quién inicio siendo aún estudiante, exactamente en el año 2004, siendo reportera del programa televisivo UV Deportes, trasmitido por UV Televisión, donde estaba a cargo de la programación deportiva el licenciado José Iñiguez. El aporte de Alba Herraes, al ser una de las primeras periodistas deportivas de la ciudad de Loja, dio paso a que varias mujeres se interesen por la rama deportiva logrando que hasta el 2018 se evidencie mayor presencia femenina en los diferentes programas deportivos trasmitidos en los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Loja.

Otro de los objetivos específicos a analizar en esta investigación, es identificar los programas deportivos y la intervención de la mujer dentro de los medios tradicionales de Loja, el cual se comprobó con los resultados alcanzados en la ficha de codificación de datos, donde se demuestra que los tres medios impresos tienen espacios deportivos: Cronideportes en la Crónica, Sección deportiva en Ecotel Press y Cronos en La Hora, este último es el único que contó con participación femenina; en radio, los programas deportivos son: Adrenalina Deportiva y Carrusel del deporte en Radio Satelital, Radio Deportes en Radio Luz y Vida, Los número 1 en Kocodrilo Radio, Mundo Deporte en Radio Municipal, Diario Deportes en Radio Sociedad, El Sueño del Pibe en Radio Universitaria, 5,50 en Radio Planeta Sur, Minuto 91 en Radio Poder, estos son lo que incluyeron a mujeres en sus programaciones deportivas, mientras que Cronómetro en Super Láser, Un vistazo al deporte en Radio Matovelle, Universo Deportivo en Radio Universitaria y Los informadores de deportes en Radio Corporación son programas que no contaron con presencia femenina; y, por último, el medio televisivo que cuenta con cinco programas deportivos: Ecodeportivo y Deportivo 22 en Ecotel Tv, Plus Deportes en Plus Tv, Uv Deportes en UV Televisión y Sur Deportes en Canal Sur, siendo estos dos últimos los que no tuvieron presencia de mujeres en sus programaciones.

El tercer objetivo específico fue estudiar la inclusión y los roles que cumplen las mujeres dentro del periodismo deportivo en los medios tradicionales de Loja, el cual se lo verificó mediante las encuestas realizadas a la ciudadanía lojana, a los directores de los medios tradicionales de la ciudad de Loja que tienen programación deportiva y a las periodistas deportivas lojanas. En lo que respecta a la ciudadanía lojana, esta señaló en su interrogante 5 que el género que predomina en los programas deportivos de los medios de comunicación tradicionales de la ciudad Loja es el masculino con un 49%, así mismo, en su interrogante 7 sugiere que es prudente con un 50% que una mujer sea la protagonista en un espacio deportivo; mientras que, los directores de los medios tradicionales que tienen programación deportiva, específicamente en la interrogante 6, señalaron con un 35% conocer a periodistas deportivas lojanas, quienes se desempeñan como reportera, voz comercial, comentarista y presentadora, siendo estos, los roles más comunes ejercidos por las periodistas deportivas de la ciudad de Loja; y, las periodistas deportivas lojanas, en su interrogante 6, revela con un 67% que las mujeres están logrando roles protagónicos dado que cada vez van incursionando en la rama deportiva lo que les permite adquirir mayor experiencia y preparación para asumir cargos principales.

Para finalizar, como último objetivo se desarrollará una propuesta basada en el fortalecimiento del periodismo deportivo nacional y sobre todo local, enfocándose principalmente en las exigencias laborales que un periodista en la actualidad debe realizar, asegurando así la inclusión de las profesionales de la comunicación deportiva.

h. CONCLUSIONES

- No se encuentra registros físicos y digitales sobre la historia del periodismo deportivo y la inclusión de la mujer en los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Loja, sin embargo, hace aproximadamente 16 años, Alba Emperatriz Herraes Elizalde, fue quien inició desempeñándose como reportera en el programa "Uv Deportes".

- Existen 19 programas o espacios deportivos en Loja, de los cuales 13 han dado apertura a mujeres para que se desempeñen como periodistas deportivas en los medios de comunicación tradicionales, mientras que los 6 restantes no, debido a que temen perder audiencia porque existe la costumbre de la presencia masculina o porque las mujeres muestran desinterés en integrarse a esta profesión.

- En el año 2018, los roles más comunes que desempeñaron las mujeres en los programas deportivos locales fueron: reportera y voz comercial, considerados roles secundarios, dejando así el espacio para que el género masculino se desempeñe en los roles protagónicos: comentarista, presentador y analista.

i. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los directores de los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Loja crear espacios para vincular a las mujeres generando mayor participación en el ámbito deportivo.

- Los medios de comunicación tradicionales que tienen programación deportiva, deben contar con la presencia femenina como estrategia para ganar audiencia, puesto que, con base en esta investigación, la ciudadanía lojana está de acuerdo en ver o escuchar a una mujer ejerciendo periodismo deportivo.

- Las periodistas deportivas que desean incursionar en el ámbito deportivo, deben tener en cuenta que al formar parte de un grupo donde prevalecen los hombres, les corresponde prepararse, unirse o encaminarse a un mismo objetivo y crear un estilo propio que les permita llegar a la audiencia con mayor fuerza logrando ocupar espacios protagónicos que les permita demostrar su potencial profesional.

PROPUESTA ALTERNATIVA

"CREAR UN MANUAL DE FUNCIONES PARA PROGRAMAS DEPORTIVOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA – ECUADOR"

INTRODUCCIÓN

El periodismo y el deporte, a lo largo de la historia, han creado vínculos ya que el deporte se ha convertido en una disciplina influyente en la sociedad, logrando que el periodismo deportivo sea el medio de la información de entretenimiento en esta especialidad que recorra masas a nivel mundial.

El periodismo deportivo, es la rama que se encarga de difundir información en los diferentes medios de comunicación tradicionales sobre los torneos o competencias de las varias disciplinas a nivel local, nacional e internacional. Este ha logrado tener un mayor alcance social, no solo por su atractiva información sino por su variedad, tanto en estructura y modos de producir los diferentes contenidos.

Los programas deportivos son los espacios en los cuales se analiza la información deportiva suscitada a nivel mundial para luego ser difundida en los diferentes medios de comunicación tradicionales, permitiendo así que la ciudadanía se informe de los acontecimientos que rodean al deporte. Los periodistas es esta rama desempeñan varios roles y los más comunes son: comentarista, presentador, panelista, editor, reportero, director, voz comercial y analista.

JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta tiene la necesidad de presentar a los medios de comunicación tradicionales que cuenten con programación deportiva un manual de funciones para que tanto hombres como mujeres puedan ocupar el cargo y que independientemente de su género puedan ingresar a los medios por sus capacidades. Además, permite que los programas deportivos tengan una base y orientación en cuanto a la contratación de un periodista deportivo generando así mayor profesionalismo y cabe señalar que es la primera vez en Loja que se realiza la creación de una manual de funciones.

OBJETIVO

Crear los perfiles idóneos de acuerdo a la necesidad del medio y de los programas deportivos.

FUNDAMENTO TEÓRICO

El manual de funciones es un instrumento de trabajo el cual contiene un conjunto de normas y tareas que tendrán que ser desarrolladas por una persona sin interferir en sus capacidades intelectuales. Chruden y Sherman (citado en Florez 2009) afirman:

> Es la expresión analítica de los procedimientos administrativos a través de los cuales se canaliza la actividad operativa del organismo. Este manual es una guía (como hacer las cosas) de trabajo. Es una guía muy valiosa para orientar al personal de nuevo ingreso. La implementación de este manual sirve para aumentar la certeza de que el personal utiliza los sistemas y procedimientos administrativos al realizar su trabajo. (p. 11)

Es un documento normativo donde se describe y establece funciones básicas y específicas que debe desarrollar el individuo que vaya a ocupar el cargo. Graham (1992) señala:

> El procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Es de tener en cuenta que, un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo. (p.70)

Este manual sirve para aumentar la convicción de que el personal utiliza correctamente los procedimientos y sistemas administrativos que maneja la empresa, medio de comunicación o institución. Fernández (citado en Florez 2009):

> Consiste en una actividad planeada, basada en las necesidades reales de una empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. Está diseñada para permitir que los aprendices adquieran conocimientos y habilidades necesarias para sus puestos actuales. (p.11)

FACTIBILIDAD

La creación de una manual de funciones para los programas deportivos es viable ya que con ayuda de los instrumentos aplicados y con los resultados se ha derivado que los medios de comunicación tradicionales y los directores de los programas deportivos tienen aceptación en cuanto a la participación femenina en esta especialidad deportiva, permitiéndole aportar con sus conocimientos, profesionalismo e informar de una forma diferente generando interés en el público.

Además, lo factible de esta propuesta es que el medio de comunicación tradicional contará con un manual de funciones que le ayudarán en la contratación de periodistas deportivos, así mismo se beneficia porque el manual ya está realizado por el investigador y si el medio desea podrá realizar cambios adaptándolo a sus necesidades.

DESARROLLO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
CARGO		
Director/a:		
2. Misión del Puesto (qué hace y para qué lo hace):		
Dirigir las actividades que implican grabar una producción deportiva, este cargo es considera protagónico dentro de la rama deportiva.		
3. Relaciones internas y externas		
Público en general, Relator/a, Comentarista, Reportero/a		
4. Instrucción formal requerida		
Nivel de Instrucción:	**Especificaciones del título**	
Tercer Nivel	Comunicador Social	
5. Experiencia formal requerida		
Tiempo de Experiencia:	**Especificidad de la experiencia**	
A beneficio del medio de comunicación	Enfocar la responsabilidad general de lo que sale o no, de las emisiones diarias del programa.	
Sexo		
Indistinto		
6. Actividades esenciales		
1	Dirigir las actividades que implican grabar una producción deportiva	
2	Ser el responsable general de lo que sale o no, de las emisiones diarias del programa	
3	Supervisar el progreso de los presentadores y comentaristas, reporteros	
4	Hacer llegar los pedidos que necesite su equipo de trabajo	

5	Manejar relaciones comerciales con empresas auspiciantes
6	

7. Materiales requeridos para el cargo	
BOLÍGRAFO (Y LÁPICES)	LIBRETAS
MEMORIAS	COMPUTADOR
CELULAR	TARJETA DE PERIODISTA Y COPIAS DE SU TRABAJO

8. Conocimientos para el cargo	
ARTICULACIÓN Y FONÉTICA DE LAS PALABRAS	CULTURA GENERAL
LA ENTONACIÓN Y LA VOZ	LA IMPROVISACIÓN
LECTURA COMPRENSIVA	COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS
PUBLICIDAD	LIBRETOS / GUIONES / SCRIP
MANEJO DE REDES SOCIALES	MODELOS DE COMUNICACIÓN
SEÑALES DE USO FRECUENTE EN LA RADIO	TÉCNICAS DE EXPRESIÓN
TIPOS DE GUION	TRABAJO DE CAMPO

9. Conocimientos generals
LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN
CONOCIMIENTOS TECNICOS BASICOS DE LOS DEPORTES EN GENERAL
ORTOGRAFICA, GRAMATICA Y REDACCIÓN

MANEJO ESCENICO / LENGUAJE CORPORAL											
ÈTICA PERIODISTICA											
10. Competencias para el cargo											
Competencia	**Definición**	**Nivel de la competencia**	**Comportamientos que se puede observar en el Director**								
Alta adaptabilidad – Flexibilidad	Hace referencia a la capacidad de modificar la conducta personal para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, nuevos datos o cambios en el medio. Se asocia a la versatilidad del comportamiento para adaptarse a distintos contextos, situaciones, medios y personas en forma rápida y adecuada. La flexibilidad está más asociada a la versatilidad cognitiva, a la capacidad para cambiar convicciones y formas de interpretar la realidad. También está vinculada estrechamente a la capacidad para la revisión crítica.	**MEDIO**	visualiza en forma rápida la necesidad de un cambio.	Propone acciones atinadas.	Lidera el cambio dentro de la organización.	Revisa sus métodos de trabajo y los modifica para ajustarse a los cambios.	Evalúa sus acciones pasadas para mejorar su performance actual o futura.	Se integra rápidamente a diversos equipos de trabajo.			

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
CARGO	
Comentarista:	
2. Misión del Puesto (qué hace y para qué lo hace):	
Interpretar, calificar, juzgar y comparar acontecimientos deportivos dentro del medio radial deportivo e informa sobre los enfrentamientos deportivos y el desempeño de un deportista.	
3. Relaciones internas y externas	
Público en general, Relator/a, Reportero/a, Director	
4. Instrucción formal requerida.	
Nivel de Instrucción:	**Especificaciones del titulo**
Tercer Nivel	Comunicador Social
5. Experiencia formal requerida	
Tiempo de Experiencia:	**Especificidad de la experiencia**
A beneficio del medio de comunicación	Realizar análisis de las disciplinas deportivas. Brindar la información deportiva al público.
Sexo	
Indistinto	
6. Actividades esenciales	
1	Brindar la información deportiva al público
2	Dar el análisis de los partidos transmitidos o de las otras disciplinas
3	Interpretar, calificar, juzgar y comparar acontecimientos deportivos
4	Dar información objetiva en relación con la actividad deportiva desarrollada

7. Materiales requeridos para el cargo	
BOLÍGRAFO (Y LÁPICES)	LIBRETAS
MEMORIAS	COMPUTADOR
BOLSILLOS	CELULAR
BATERÍAS	TARJETA DE PERIODISTA Y COPIAS DE SU TRABAJO
8. Conocimientos para el cargo	
ARTICULACIÓN Y FONÉTICA DE LAS PALABRAS	CULTURA GENERAL
LA ENTONACIÓN Y LA VOZ	LA IMPROVISACIÓN
LECTURA COMPRENSIVA	LECTURA DEL TELEPROMPTER
LECTURA LIBRE	LECTURA MODULADA
LECTURA PUNTEADA	LIBRETOS / GUIONES / SCRIP
MANEJO DE REDES SOCIALES	MODELOS DE COMUNICACIÓN
SEÑALES DE USO FRECUENTE EN LA RADIO	TÉCNICAS DE EXPRESIÓN
TIPOS DE GUION	TRABAJO DE CAMPO

9. Conocimientos generals											
LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN											
CONOCIMIENTOS TECNICOS BASICOS DE LOS DEPORTES EN GENERAL											
ORTOGRAFICA, GRAMATICA Y REDACCION											
MANEJO ESCENICO / LENGUAJE CORPORAL											
ÈTICA PERIODISTICA											
10. Competencias para el cargo											
Competencia	**Definición**	**Nivel de la competencia**	**Comportamientos que se puede observar en el Comentarista**								
Alta Adaptabilidad – Flexibilidad	Hace referencia a la capacidad de modificar la conducta personal para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, nuevos datos o cambios en el medio. Se asocia a la versatilidad del comportamiento para adaptarse s distintos contextos, situaciones,	**MEDIO**	visualiza en forma rápida la necesidad de un cambio.	Propone acciones atinadas.	Lidera el cambio dentro de la organización.	Revisa sus métodos de trabajo y los modifica para ajustarse a los cambios.	Evalúa sus acciones pasadas para mejorar su performance actual o futura.	Se integra rápidamente a diversos equipos de trabajo.			

	medios y personas en forma rápida y adecuada. La flexibilidad está más asociada a la versatilidad cognitiva, a la capacidad para cambiar convicciones y formas de interpretar la realidad. También está vinculada estrechamente a la capacidad para la revisión crítica.										

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
CARGO	
Presentador/a:	
2. Misión del Puesto (qué hace y para qué lo hace):	
Poner en acción todo lo programado por la producción conduciendo y comentando toda la información deportiva recopilada.	
3. Relaciones internas y externas	
Público en general, Relator/a, Comentarista, Reportero/a, Director	
4. Instrucción formal requerida.	
Nivel de Instrucción:	**Especificaciones del tÍtulo**
Tercer Nivel	Comunicador Social
5. Experiencia formal requerida	
Tiempo de Experiencia:	**Especificidad de la experiencia**
A beneficio del medio de comunicación	Conducir programas de propuesta deportiva, formativa de acuerdo a las necesidades de programación de la emisora.
Sexo	
Indistinto	
6. Actividades esenciales	
1	Poner en acción todo lo programado por la producción
2	Presentar toda la información deportiva recopilada
3	Realizar un adecuado trabajo, que genere la interacción de éste para con su audiencia
4	Entretener a la audiencia, pero con métodos adecuados que hagan de la audiencia un sujeto más activo y no tan receptivo
7. Materiales requeridos para el cargo	
BOLÍGRAFO (Y LÁPICES)	LIBRETAS

MEMORIAS	COMPUTADOR
CELULAR	
8. Conocimientos para el cargo	
ARTICULACIÓN Y FONÉTICA DE LAS PALABRAS	CULTURA GENERAL
LA ENTONACIÓN Y LA VOZ	LA IMPROVISACIÓN
LECTURA COMPRENSIVA	LECTURA DEL TELEPROMPTER
LECTURA LIBRE	LECTURA MODULADA
LECTURA PUNTEADA	LIBRETOS / GUIONES / SCRIP
MANEJO DE REDES SOCIALES	MODELOS DE COMUNICACIÓN
SEÑALES DE USO FRECUENTE EN LA RADIO	TÉCNICAS DE EXPRESIÓN
TIPOS DE GUION	TRABAJO DE CAMPO
9. Conocimientos generals	
LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	
CONOCIMIENTOS TECNICOS BASICOS DE LOS DEPORTES EN GENERAL	
ORTOGRAFICA, GRAMATICA Y REDACCION	
MANEJO ESCENICO / LENGUAJE CORPORAL	
ÈTICA PERIODISTICA	

10. Competencias para el cargo											
Competencia	**Definición**	**Nivel de la competencia**	**Comportamientos que se puede observar en el Presentador/a o locutor/a:**								
Alta adaptabilidad – Flexibilidad	Hace referencia a la capacidad de modificar la conducta personal para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, nuevos datos o cambios en el medio. La flexibilidad está más asociada a la versatilidad cognitiva, a la capacidad para cambiar convicciones y formas de interpretar la realidad. También está vinculada estrechamente a la capacidad para la revisión crítica.	**MEDIO**	visualiza en forma rápida la necesidad de un cambio.	Propone acciones atinadas.	Lidera el cambio dentro de la organización.	Revisa sus métodos de trabajo y los modifica para ajustarse a los cambios.	Evalúa sus acciones pasadas para mejorar su performance actual o futura.	Se integra rápidamente a diversos equipos de trabajo.			

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
CARGO	
Reportero/a:	
2. Misión del Puesto (qué hace y para qué lo hace):	
Recoger y verificar la información deportiva en el lugar de los hechos para luego trasmitirla estando en la zona donde se desarrolló el acontecimiento.	
3. Relaciones internas y externas	
Público en general, Relator/a, Comentarista, Director	
4. Instrucción formal requerida.	
Nivel de Instrucción:	Especificaciones del título
Tercer Nivel	Comunicador Social
5. Experiencia formal requerida	
Tiempo de Experiencia:	**Especificidad de la experiencia**
A beneficio del medio de comunicación	Buscar las notas más resaltantes del ámbito del deporte
Sexo	
Indistinto	
6. Actividades esenciales	
1	Realizar los enlaces en vivo
2	Realizar su trabajo en la planta baja o el borde de campo al momento de entrevistar a un deportista, entrenador o administrativo
3	Realizar entrevistas al deportista antes y después del evento deportivo.
4	
7. Materiales requeridos para el cargo	
BOLÍGRAFO (Y LÁPICES)	LIBRETAS

GRABADORA	AUDÍFONOS
CÁMARA DE FOTOS	TRÍPODE
CÁMARA DE VIDEO	MEMORIAS
COMPUTADOR	BOLSILLOS
CELULAR	BATERÍAS
NÚMERO DEL EDITOR	TARJETA DE PERIODISTA Y COPIAS DE SU TRABAJO
ADAPTADOR + MULTITOMAS	BLOQUEADOR SOLAR / GAFAS DE SOL
GUÍA DE VIAJE	
8. Conocimientos para el cargo	
ARTICULACIÓN Y FONÉTICA DE LAS PALABRAS	CULTURA GENERAL
LA ENTONACIÓN Y LA VOZ	LA IMPROVISACIÓN
LECTURA COMPRENSIVA	LECTURA DEL TELEPROMPTER
LECTURA LIBRE	LECTURA MODULADA
LECTURA PUNTEADA	LIBRETOS / GUIONES / SCRIP
MANEJO DE REDES SOCIALES	MODELOS DE COMUNICACIÓN
SEÑALES DE USO FRECUENTE EN LA RADIO	TÉCNICAS DE EXPRESIÓN
TIPOS DE GUION	TRABAJO DE CAMPO

9. Conocimientos generals											
LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN											
CONOCIMIENTOS TECNICOS BASICOS DE LOS DEPORTES EN GENERAL											
ORTOGRAFICA, GRAMATICA Y REDACCION											
MANEJO ESCENICO / LENGUAJE CORPORAL											
ÈTICA PERIODISTICA											
10. Competencias para el cargo											
Competencia	**Definición**	**Nivel de la competencia**	**Comportamientos que se puede observar en el Reportero/a**								
Alta adaptabilidad – Flexibilidad	Hace referencia a la capacidad de modificar la conducta personal para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, nuevos datos o cambios en el medio. Se asocia a la versatilidad del comportamiento para adaptarse s distintos contextos, situaciones, medios y	**MEDIO**	visualiza en forma rápida la necesidad de un cambio.	Propone acciones atinadas.	Lidera el cambio dentro de la organización.	Revisa sus métodos de trabajo y los modifica para ajustarse a los cambios.	Evalúa sus acciones pasadas para mejorar su performance actual o futura.	Se integra rápidamente a diversos equipos de trabajo.			

	personas en forma rápida y adecuada. La flexibilidad está más asociada a la versatilidad cognitiva, a la capacidad para cambiar convicciones y formas de interpretar la realidad. También está vinculada estrechamente a la capacidad para la revisión crítica.										

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
CARGO		
Relator/a		
2. Misión del Puesto (qué hace y para qué lo hace):		
Transmitir los sucesos deportivos, añadiendo su emoción y euforia con el fin de que el público sienta lo que está pasando como si estuviera presenciándolo.		
3. Relaciones internas y externas		
Público en general, Comentarista, Reportero/a, Director		
4. Instrucción formal requerida.		
Nivel de Instrucción:	**Especificaciones del titulo**	
Tercer Nivel	Comunicador Social	
5. Experiencia formal requerida		
Tiempo de Experiencia:	**Especificidad de la experiencia**	
A beneficio del medio de comunicación	Manejar adecuadamente al equipo de locutores de la radio	
Sexo		
Indistinto		
6. Actividades esenciales		
1	Narrar un acontecimiento deportivo, ya sea escrito o por el habla	
2	Comentan las actividades deportivas con ímpetu son importar los resultados	
3	Utilizar un vocabulario claro para que la audiencia lo entienda	
4		
7. Materiales requeridos para el cargo		
BOLÍGRAFO (Y LÁPICES)	LIBRETAS	

MEMORIAS	COMPUTADOR
TARJETA DE PERIODISTA Y COPIAS DE SU TRABAJO	CELULAR
8. Conocimientos para el cargo	
ARTICULACIÓN Y FONÉTICA DE LAS PALABRAS	CULTURA GENERAL
LA ENTONACIÓN Y LA VOZ	LA IMPROVISACIÓN
LECTURA COMPRENSIVA	LECTURA DEL TELEPROMPTER
LECTURA LIBRE	LECTURA MODULADA
LECTURA PUNTEADA	LIBRETOS / GUIONES / SCRIP
MANEJO DE REDES SOCIALES	MODELOS DE COMUNICACIÓN
SEÑALES DE USO FRECUENTE EN LA RADIO	TÉCNICAS DE EXPRESIÓN
TIPOS DE GUION	TRABAJO DE CAMPO

9. Conocimientos generals											
LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN											
CONOCIMIENTOS TECNICOS BASICOS DE LOS DEPORTES EN GENERAL											
ORTOGRAFICA, GRAMATICA Y REDACCION											
MANEJO ESCENICO / LENGUAJE CORPORAL											
ÈTICA PERIODISTICA											
10. Competencias para el cargo											
Competencia	**Definición**	**Nivel de la competencia**	**Comportamientos que se puede observar en el Relator/a**								
Alta adaptabilidad – Flexibilidad	Hace referencia a la capacidad de modificar la conducta personal para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, nuevos datos o cambios en el medio. Se asocia a la versatilidad del comportamiento para adaptarse s distintos contextos, situaciones, medios y personas en	**MEDIO**	visualiza en forma rápida la necesidad de un cambio.	Propone acciones atinadas.	Lidera el cambio dentro de la organización.	Revisa sus métodos de trabajo y los modifica para ajustarse a los cambios.	Evalúa sus acciones pasadas para mejorar su performance actual o futura.	Se integra rápidamente a diversos equipos de trabajo.			

	forma rápida y adecuada. La flexibilidad está más asociada a la versatilidad cognitiva, a la capacidad para cambiar convicciones y formas de interpretar la realidad. También está vinculada estrechamente a la capacidad para la revisión crítica.										

EJECUCIÓN

Diario La Hora (Cronos)

Radio Municipal (Mundo Deporte)

Radio Luz y Vida (Radio deportes)

BIBLIOGRAFÍA – PROPUESTA

Florez, D. (2009). *DISEÑO DE UN MANUAL DE FUNCIONES PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA PLANTA 1 DE LA EMPRESA SYGLA COLOMBIA LTDA* (tesis de grado). CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS FACULTAD INGENIERIA TECNOLOGIA LOGISTICA SOACHA, Cundinamarca, Colombia.

Graham Kellog, M. (1992). *PREPARACION DEL MANUAL DE OFICINA*. Estudios de investigación nº 36. Barcelona. Editorial Reverté.

j. BIBLIOGRAFÍA

Ángulo, L., Moreno, A. (3 de octubre de 2016). PERIODISMO DEPORTIVO. El Fútbol es el Rey. *Revista Luciérnaga.* 10-26. Recuperado de file:///E:/Downloads/Dialnet-PeriodismoDeportivo-6000182.pdf

Astudillo, J. (2016). LOS DEPORTES NO ABORDADOS Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA DEPORTIVA (tesis de grado). Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Ecuador.

Baena, G., y Montero, S. (2014). *Ciencias de la comunicación 2.* Distrito Federal, México: Grupo Editorial Patria, S.A. DE C.V.

Barrera, C. (2004). *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, España: Ariel, S.A.

Borregales, S., Chávez, A., Rojas, R., Villalobos, O. (2013). EL VALOR AGREGADO EN EL PERIODISMO INTERPRETATIVO VENEZOLANO. *Razón y Palabra, 18*(83), 181-198.

Caloca, E. (2003). *Recuento histórico del periodismo*. Distrito Federal, México: Instituto Politécnico Nacional.

Castillo, R. (2013). *Criterios que rigen la producción de noticias sobre los fichajes de futbolistas profesionales en el Perú: el caso del diario Depor* (tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

Castillo, S. (2014). *Géneros informativos e interpretativos en prensa*: (tesis de grado). Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España.

Cobo, R. (2014). *Aproximaciones a la Teoría Crítica Feminista*. Lima, Perú: Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú Nº 2014-06126.

Constitución de la República del Ecuador 2008.

COSTA, D. (2016). *EXPLORACIÓN DE LAS CAUSAS POR LA ESCASA PROFUNDIDAD E INVESTIGACIÓN EN EL PERIODISMO DEPORTIVO DE ECUADOR* (Trabajo de titulación). Universidad San Francisco de Quito USFQ, Quito, Ecuador.

Davara, F., Martínez, O., Pedreira, E., y Sánchez, G. (2009). Presencia e imagen de la mujer en las primeras páginas de los periódicos españoles. *Revista indisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, *1*(5), 129-144.

De los Ríos, M. y Martínez, J. (1997). La mujer en los medios de comunicación. *Revista COMUNICAR,* (9), 97-104.

Díaz, J., Martínez, A., Espinoza, F., Vizuete, C., Mier, A., Cárate, S., y Becdach, A. (2017). *Discriminación hacia las mujeres y su representación en medios de comunicación*. Recuperado de http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Libro_DISCRIMINACI%C3%93N%20HACIA%20LAS%20MUJERES%20Y%20SU%20REPRESENTACI%C3%93N%20EN%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N.pdf

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica, 2*(7), 162-167.

Delgado, G. (2001). Guía de orientación para el diseño de una propuesta curricular para la formación profesional del periodista deportivo en Costa Rica. *Revista de Ciencias Sociales, 4*(94), 97-112.

García, M. (2015). *INSERCIÓN DE LA MUJER EN EL CAMPO PROFESIONAL DEL PERIODISMO DEPORTIVO, VISIÓN E INCIDENCIA DE LAS SOCIAS EN LA*

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DEPORTIVOS DE PICHINCHA (APDP), DURANTE EL AÑO 2014 (trabajo de grado). Universidad Central del Ecuador Facultad de Comunicación Social Carrera de Comunicación Social, Quito, Ecuador.

García, R., Aguaded, J., y Rodríguez, A. (2015). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación. *Revista de Ciencias Sociales*, *1*(13), 576-609.

García, V. y Gutiérrez, L. (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

González, D., y Paz, S. (2016). Información, estereotipos y gradas. Estudio de recepción del periodismo deportivo desarrollado por reporteras y locutoras del Noticiero Nacional Deportivo. *Questión*, *1*(52), 319-334.

Grados, E., y Sánchez, E. (2017). La entrevista en las organizaciones. Ciudad de México, México: Editorial El Manual Moderno.

Hender, L. (2017). *Perspectiva de género*. Recuperado de https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org.argentina/files/2018-04/COM-1_PerspectivaGenero_WEB.pdf

López, A. (2016). *EL ARTÍCULO EDITORIAL COMO TEXTO* ARGUMENTATIVO: *Un estudio del género periodístico más razonador a la luz de la teoría de la argumentación* (tesis de grado). Universidad Complutense de Madrid, España.

Maldonado, J. (2016). PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN DEL PROGRAMA DEPORTIVO RADIAL: "DEPORTE EXPRESO" (tesis de grado). UNIVERSIDAD DE CUENCA, Ecuador.

Marín, J. (2006). La crónica deportiva: José A. Sánchez Araujo. *Ámbitos, Revista Andaluza de Comunicación, 1*(5), 241-257.

Martínez, M. (2010). Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación. *Palabra Clave, 13*(1), 161-173.

Molina, J. (2009). PERIODISMO DEPORTIVO 3.0. *Razón y Palabra, 14*(69).

Moreno, D. (2005). *El arte de dibujar, con palabras, a una persona.* Argentina: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI).

Moreno, P. (2000). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. *Ámbitos, Revista Andaluza de Comunicación, 1*(5), 169-190.

Moreno, P. (2007). Opinión y géneros en el periodismo electrónico: redacción y escritura. *Ámbitos, Revista Andaluza de Comunicación, 1*(16), 123-149.

Nuñez, D. (2017). El Fotorreportaje [Mensaje en un blog]. Recuperado de https://es.slideshare.net/DavidNuez15/el-fotoreportaje-78069886

Núñez, T., Loscertales, F. (2015). *Las Mujeres y los Medios de Comunicación*. Sevilla, España: Tecnographic, S.L.

Ochoa, V. (2013). *Propuesta de estructuración de un programa de periodismo deportivo televisivo, con incursión del género femenino en la ciudad de Quito* (tesis de grado). Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador.

Párraga, M. (2016). "*EL ROL DEL PERIODISTA DEPORTIVO Y SU INFLUENCIA EN LA PRÁCTICA DEL DEPORTE EN EL CANTÓN QUEVEDO", AÑO 2016*. (tesis de grado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Paredes, D., Sierra, R. (2011). Análisis de la profesionalización del Periodismo Deportivo en Quito desde el año 2000 hasta la actualidad alrededor de los éxitos futbolísticos de las selecciones nacionales y Liga Deportiva Universitaria de Quito (tesis de grado). Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador.

Parratt, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Quito, Ecuador: Editorial "Quipus", CIESPAL.

Patterson, C. (2003). El buen reportaje, su estructura y características. *Revista Latina de Comunicación Social, 6(*56), 1.

Rausell, H. (2016). *El papel de las mujeres en la sociedad actual*. Madrid, España: Santillana Educación, S. L.

Reyes, M. (2016). *100 años de la mujer en el deporte.* Guayaquil, Ecuador: Programa Editorial de la Muy Ilustre Municipalidad de Santiago de Guayaquil.

Rio, Julio del. (1978). Géneros Periodísticos Interpretativos (El Reportaje). Quito, Ecuador: CIESPAL.

Rocha, J. (2015). *LA PROFESIONALIZACIÓN DEL PERIODISMO DEPORTIVO EN COLOMBIA: TEORÍA, PRÁCTICA Y GREMIALISMO* (tesis de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Rojas, J. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis, 1*(4), 177-190.

Romera, A. (2018). *La prensa en conflicto. Tratamiento informativo del "Caso Messi" en los diarios Mundo Deportivo, Marca, As y Sport* (tesis de grado). Universidad Católica de Murcia, Murcia.

Ruiz, M. (2010). Manual Protocolo de atención a los medios de comunicación. Madrid, España: Editorial CEP, S.L.

Salas, G. (2015). Estado de diarios, revistas y medios digitales de Ecuador. *Revista Pauta Geral, 2*(2), 51-72. Recuperado de file:///E:/Downloads/Dialnet-EstadoDeDiariosRevistasYMediosDigitalesDeEcuador-5257540%20(2).pdf

Salaverría, R., Cores, R. (2005). "*Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos*". Navarra, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Santibáñez, A. (1974). "*Periodismo Interpretativo, los secretos de la fórmula Time*". Santiago de Chile, Chile: Andrés Bello.

Santo, D. (2012). *GÉNEROS PERIODÍSTICOS Y PUBLICITARIOS.* Tlalnepantla, México: Red Tercer Milenio S.C.

Sozoranga, S. (2012). *VIDEO REPORTAJE SOBRE "LOS IMPACTOS DEL ANDINISMO EN EL GLACIAR DEL COTOPAXI*" (tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, Ecuador.

Valdés, J. (1989). *La noticia.* Quito, Ecuador: Editorial Quipus.

Yanes, R. (2006). La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura. *Ámbitos, Revista Andaluza de Comunicación, 1*(9-10).

Zavala, H. (2010). IMPORTANCIA Y UTILIDAD DE LOS GENEROS PERIODÍSTICOS EN LOS MEDIOS IMPRESOS DEPORTIVOS VENEZOLANOS. ANÁLISIS. *Razón y Palabra, 15*(73). Grados, E., y Sánchez, E. (2017). La entrevista en las organizaciones. Ciudad de México, México: Editorial El Manual Moderno.

k. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

"LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"

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

AUTORA:

Jhuly Mercedes Herrera Castillo

Loja-Ecuador
2019

a. TEMA

"LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"

b. PROBLEMÁTICA

La realidad es que en cada país la situación de la inserción femenina varía por sus leyes, costumbres y la falta de conocimiento. Por mencionar, en el continente asiático, los países como Marruecos, Irán, Pakistán, etc., se destacan por su cultura occidental, donde la mujer no puede ocupar un espacio importante en la sociedad.

En Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación 2013, incluye a las mujeres en áreas que antes eran ocupadas solo por los hombres e impulsa las condiciones de igualdad laboral, así lo explica en su art. 43.- "Composición laboral de los medios de carácter nacional.- Los medios de comunicación social de carácter nacional conformarán su nómina de trabajadores con criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres, interculturalidad, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional".

La falta de oportunidades de empleo y la desvalorización de profesiones son consecuencias de la no igualdad en la sociedad entre hombres y mujeres. Un ejemplo: el informe sobre Desarrollo Humano de Naciones Unidas afirma que si se valorara el trabajo no remunerado de las mujeres del planeta en términos de PIB (producto interno bruto) ésta sería similar al 50% de la riqueza generada a nivel mundial.

Según la (OIT) Organización Internacional del Trabajo, a escala mundial, la participación de las mujeres en el mercado laboral es de 27 puntos porcentuales menor que la de los hombres.

En el siglo XXI todavía se observa la discriminación hacia las mujeres, pero sobre todo en el ámbito deportivo ya que se considera que es un territorio para los hombres. Ejemplo, "Fútbol Picante" transmitido por la cadena internacional ESPN que tiene como presentador a Ricardo Puig y realiza debates con analistas hombres. Mientras que en

Ecuador en RTS, en la trasmisión deportiva COPA tiene como presentadores a Washington Sánchez y Carlos Alfaro Moreno y en Teleamazonas en el programa Deporte Total tiene como presentador a Alberto Astudillo.

Hace aproximadamente 25 años, el género femenino logró su inserción en el periodismo deportivo ecuatoriano y a pesar de que ha transcurrido tanto tiempo aún no logran posicionarse de forma permanente en esta rama. Muchas de las veces no se las muestra como imagen principal del programa sino como reporteras, cubriendo el borde de campo de transmisiones de partidos deportivos o siendo modelos; esta última solo se la utiliza como objeto decorativo para subir el rating. Otro factor es que si el género femenino es tomado en cuenta se enfrenta a mayor exigencia, pruebas constantes de conocimientos y sobre todo al acoso sexual.

Estas características provocan que el público deduzca que la mujer no debe ocupar un cargo así y que el único que está en capacidad de hacerlo es el hombre.

A pesar de los estereotipos que rodean a las mujeres, estas han logrado abrirse espacios dentro del periodismo deportivo. Si se inclina al medio televisivo, una de las representantes es María José Flores quien trabaja como reportera en TC Mi Canal, mientras que si se refiere al medio radial se destacaría la participación de Leonela Magallanes quien también realiza la labor de reportera para la radio CRE Satelital, en el programa "Mundideportes" donde hay 4 periodistas hombres y ella es la única imagen femenina en esta emisión.

En Loja hay aproximadamente 30 medios de comunicación tradicionales: periódico, radio y televisión. En dichos medios hay alrededor de 15 programas deportivos y en comparación a Ecuador, Loja tiene una mínima participación femenina en

programaciones deportivas. Tal es el caso de Radio Satelital 100.9 FM de los 5 presentadores que se encuentran en esta radio, una es mujer y el resto son hombres.

En el medio televisivo, ECOTEL tiene como presentador del segmento deportes a Washington García y en UV Televisión el presentador deportivo es el licenciado José Iñiguez Cartagena.

Por todas estas razones es importante saber ¿Cómo se ha incluido a la mujer en el periodismo deportivo en Loja? y ¿Cuál es el rol que cumple la mujer en los programas deportivos de los medios tradicionales de Loja?

c. JUSTIFICACIÓN

Justificación Académica

La Universidad Nacional de Loja, como ente de educación superior, tiene como propósito fundamental formar profesionales competentes, capaces y comprometidos para aportar con sus conocimientos en la construcción de una nueva sociedad.

Es así, que el interés de investigar el presente tema: "LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018" es con la finalidad de dar cumplimiento a los reglamentos y requisitos con que cuenta la Universidad Nacional de Loja, exigencias necesarias para obtener el título de Licenciada en Comunicación Social.

Justificación Social

El presente proyecto investigativo tiene como fin dar a conocer las razones del porque la mujer no tiene una participación activa y primordial dentro de los medios de comunicación tradicionales de Loja, sabiendo que existen mujeres que se han preparado y siguen preparándose para incursionar en este campo laboral.

Es por ello, que nace la necesidad de analizar e investigar esta temática, la que permitirá a la ciudadanía lojana empaparse a fondo y participar como un ente que aporte a la sociedad en la construcción de nuevas formas de tratamiento del periodismo deportivo.

Justificación Institucional

La justificación institucional de este proyecto investigativo está orientada a contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la ciudadanía lojana especialmente la de las

mujeres que se han preparado dentro de la rama de la Comunicación Social, demostrando que están en toda la capacidad de dirigir un programa deportivo en los distintos medios tradicionales de Loja.

La Universidad Nacional de Loja, como centro superior permitirá, mediante los conocimientos adquiridos, dar solución a las problemáticas que aún no han sido investigadas y que requieren ser solucionadas para una mejor armonía entre medios, personas e instituciones.

d. OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar la inclusión y el rol que cumple la mujer en el periodismo deportivo en los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Loja, año 2018.

Objetivos Específicos

- ✓ Evidenciar en el contexto histórico la inclusión de la mujer durante el desarrollo del periodismo deportivo en los medios tradicionales de Loja y la posible evolución hasta el año 2018.
- ✓ Identificar los programas deportivos y la intervención de la mujer dentro de los medios tradicionales de Loja.
- ✓ Estudiar la inclusión y los roles que cumplen las mujeres dentro del periodismo deportivo en los medios tradicionales de Loja.
- ✓ Diseñar una propuesta alternativa para incentivar la equidad y participación femenina en el periodismo deportivo.

HIPOTESIS

El género femenino, dentro del periodismo deportivo no ha logrado un espacio principal, la gran mayoría ocupan plazas secundarias, como: reporteras de notas de entretenimiento deportivo, reporteras del borde de campo en enfrentamiento deportivos o como objeto sexual, esto es en caso de la televisión. De igual forma, en los espacios radiales las mujeres se desempeñan como operadoras o columnistas, más no como conductoras o locutoras principales.

e. MARCO TEÓRICO

1. Periodismo deportivo

1.1. Historia del periodismo deportivo

El periodismo deportivo ya existía a mediados del siglo XIX, en esta época los periódicos eran lo que se encargaban de difundir deportes como: carrera de caballos, peleas de box, regatas y competencias de ciclismo, lo peculiar era que se enfocaban más en los asistentes que en la actividad deportiva.

Alcoba (citado en Ochoa, 2013): "El comienzo del siglo XX se distinguió por un frenético desarrollo del periodismo deportivo, caracterizado en su lenguaje por la creación de nuevas expresiones lingüísticas (neologismos)" (p.63).

Dando un salto a la historia, luego de que el periódico fuera uno de los principales medios para difundir información deportiva, la radio y la televisión cautivaron a los espectadores, los cuales sentían la necesidad de obtener más información sobre los deportes más destacados a nivel local, nacional e internacional y sus más grandes representantes.

El deporte ha venido marcando historia y es por eso que mediante tres factores se puede conocer el por qué el periodismo deportivo tiene una gran relevancia mediática. Estos tres factores son según Boyle (citado en Ángulo y Moreno, 2016, p.12):

> La globalización, porque el deporte configura identidades locales y globales, muchas de las cuales sirven para expresar tensiones y conflictos; la digitalización, puesto que dentro de la especialidad del periodismo deportivo se ha visto la aparición de una cada vez más sofisticada batalla por el control de los deportes y de cómo ellos son transmitidos y apropiados por la audiencia; y la mercantilización, ya que ésta ha impactado a la vez a los deportes y las industrias de medios, es decir, la industria

deportiva ahora y en forma regular involucra más medios e instituciones financieras, así como a las agencias gubernamentales.

En el siglo XXI, gracias al interés colectivo, el periodismo deportivo se ha destacado por su gran evolución. Los diferentes eventos deportivos que se han dado a nivel internacional, tales como las Olimpiadas a Mundiales de fútbol han permitido que el periodismo deportivo se globalice. La aparición de las nuevas tecnologías ha beneficiado para que tenga un mayor alcance y así satisfacer las necesidades del público.

1.2. Periodismo deportivo internacional

La gran demanda que provocaron estas difusiones hizo que los medios de comunicación vieran a las transmisiones deportivas como un método de ingresos económicos. García (2015) indica:

> En 1828 la revista Le Journal des Haras, des Chasses et des courses de Chevaux; publica su primera edición deportiva. Y desde 1852 a 1966 el sporting life se convierte en uno de los medios dedicados exclusivamente al tratamiento deportivo. (p.13)

Los ingresos que estaba generando el periodismo deportivo, muchos diarios norteamericanos seguían proporcionando poco espacio a la difusión de temas deportivos, pero en 1926, el periódico New York Times describió la vida del famoso boxeador estadounidense Gen Tuney, lo que dio paso a que aficionados presenten sus publicaciones para luego pasar a la difusión de páginas enteras sobre información deportiva.

Las exigencias del público fueron en acenso, no se compensaban con leer las noticias en el periódico, entonces, Molina (2009) expresa: “En 1958, la Copa Mundial de Futbol, realizada en Suecia, adquirió el carácter de internacional al ser el primer evento transmitido vía satelital; momento histórico para la FIFA (Federación Internacional de Futbol Asociación)” (…) (p.3).

Para el público, las trasmisiones fue un descubrimiento emocionante, el cual les permite imaginarse de más cerca lo que los periodistas relataban, como si estuvieran presentes en los enfrentamientos futbolísticos.

Haciendo referencia al periodismo deportivo, pues este tiene un alcance importante en cuanto a información. Los primeros medios digitales en cuanto a difusión deportiva son The New York Times, The Washington Post y The Guardian.

El deporte ha venido marcado historia es por eso que la sociedad muestra un gran interés por los hechos deportivos y más aún en la disciplina del fútbol, deporte que se ha mantenido como uno de los favoritos a nivel mundial.

La gran demanda de información deportiva, específicamente el fútbol, se ha convertido en gran aliado para el hombre ya que le permite salir de su rutina diaria. No obstante, la ética del periodista deportivo debe ser el mostrar variedad, no solo lo futbolístico y sobre todo hay que destacar que estos espacios además de entretener tienen como objetivo principal educar a su audiencia en temas deportivos.

1.3. Periodismo deportivo en Latinoamérica

En América Latina, en los inicios del periodismo deportivo, la sección deportiva fue ganando mayor espacio lo que obligó a la radio y televisión a perfeccionar sus difusiones. Paredes y Sierra (2011) indican:

> (...) Sus primeros matices se dan a finales del siglo XVII cuando en los países del sur, como Argentina, se contaban historias de los encuentros de Pato, deporte colonial gaucho que se practicaba apenas 30 años después de la primera fundación de Buenos Aires. Así mismo ocurría en Chile; en el Siglo XIX se practicaban varios deportes y actividades al aire libre, entre estos ganaría protagonismo la cacería de zorros. (p.10 – 11)

Transcurrió el tiempo y el fútbol surgió convirtiéndose en uno de los deportes con mayor popularidad, lo que despertó la atención del periodismo ya que se estaba

consagrando como el mayor generador de ingresos económicos, lo que provocó que empezaran a aparecer más seguido noticias relacionados con el fútbol en los diferentes diarios. Rojas (2014) menciona:

> Entretanto, la eclosión de la prensa deportiva ha sido aún mayor si cabe en Latinoamérica, donde multitud de nuevas publicaciones se han sumado a una relación de rotativos especializados de gran tradición y arraigo popular. Así en los últimos años han surgido los primeros periódicos deportivos en varios países como Costa Rica (Al Día), Honduras (Diez) o El Salvador (El Gráfico) y han aumentado en otros, como en Venezuela, donde Líder coexiste con Meridiano; México, con Récord, La Afición y Estadio Deportes, que compiten con los más antiguos, Esto y Ovaciones; o Perú, un mercado en el que hay cuatro diarios especializados (Depor, Todo Sport, Líbero y El Bocón); o, más recientemente, Marca, que abrió redacción en Colombia, donde también está El Periódico Deportivo. En Argentina, donde abrió paso en 1919 la casi centenaria revista El Gráfico, solo hay un diario deportivo, Olé (Grupo Clarín); una situación similar a la de Brasil, con el diario Lance y la revista mensual Placar. En la gran mayoría de estos títulos, se concede prioridad absoluta al fútbol, salvo las publicaciones de países caribeños, donde el béisbol es el deporte rey. (p.182)

La sección deportiva ganó mayor espacio en los diarios de América Latina, lo que permitió que la radio se arriesgara a la difusión de temas deportivos, ya no solo se trasmitía encuentros futbolísticos sino también de box, deporte que fue ganando su espacio en las diferentes radios.

La radio, con el paso del tiempo ser convirtió en uno de los medios principales de difusión sobre deportes en Latinoamérica, exactamente en países como: Argentina, Ecuador, Perú, Colombia, México, entre otros. Sin embargo, fue hasta la aparición de la televisión que la radio pasó a un segundo plano. La televisión le brindaba al público la sensación de estar presentes en los encuentros deportivos. Fue en México donde se realizó la primera trasmisión de un campeonato mundial de fútbol y lo mejor de todo, fue en vivo y a color.

1.4. Periodismo deportivo en Ecuador

El periodismo deportivo en Ecuador nació de una forma empírica ya que en ese tiempo no había centros de preparación y a raíz de esto empezaron a llegar al país periodistas deportivos brasileños y argentinos, quienes ya manejan más a profundidad la información deportiva en el mundo. Costa (2016) afirma:

> El periodismo deportivo llegó al Ecuador con la mercantilización del deporte y del fútbol. A inicios de 1949, el interés social por el deporte, también fue un aporte (…) La primera señal de radio se transmitió en Quito el 25 de diciembre de 1931, la Voz de los Andes. La primera transmisión deportiva cubrió el VI Campeonato Sudamericano de Natación que se disputó en Lima en 1938. Las radios que locutaron dicho evento fueron Ondas del Pacífico y Radio el Telégrafo. (p.24)

En Quito, "Revista Deportiva" fue la primera revista especializada en temas deportivos mientras que las radios precursoras en la información periodística deportiva fueron Radio Quito, Radio Tarqui y Nueva Emisora Central. Estas emisoras, se basaban en la difusión de los triunfos de los deportistas ecuatorianos.

En el 2002 y sin dejar de lado los triunfos obtenidos por deportistas ecuatorianos en las diferentes disciplinas, la clasificación al mundial fue uno de los hechos que marco al periodismo deportivo, obviamente el fútbol es considerado como el rey de los deportes y por ende generador de audiencias. Además, los triunfos obtenidos en el 2008 y 2009 por Copa Sudamericana, Copa Libertadores, la Recopa y el Mundial de Clubes también tuvieron mucho que ver para el progreso del periodismo deportivo radial.

No solo las radios influyeron el avance del periodismo deportivo, sino también lo hizo la televisión teniendo como protagonistas a Blasco Moscoso Cuesta y Alfonso Laso Bermeo, quienes iniciaron su etapa como periodistas deportivos en Quito y lograron permanecer por más de 20 años en el medio televisivo.

En Ecuador hay medios que se dedican netamente a la difusión de información periodística deportiva. Según Costa (2016):

> En radio, están presentes Radio La Red, Match Deportes, La Deportiva, La Redonda, Súper K 800, Caravana, entre otras. En televisión nacional, existen diversos programas deportivos: La Jugada, Pateando Tachos, Código Fútbol y Debate Fútbol. En el aspecto digital, hay portales web que comparten información deportiva. Bendito Fútbol, Ecuagol, Fútbol Ecuador, Studio Fútbol, El Futbolero, Revista Estadio son las más visitadas según Google Analitycs, ubicando a Ecuagol en la posición 19 de todas las páginas web del Ecuador. (p.25)

1.5. Periodismo deportivo en Loja

A lo largo de la historia, el periodismo lojano se ha manejado en la difusión de temas políticos y culturales, tal es el caso del periódico "La Federación" fundado el 8 de octubre de 1859 el cual tenía como objetivo principal la difusión de temas relacionado con el movimiento federal. Así mismo, la radio y televisión se inclinaban por este tipo de información la cual despertaba gran interés en la población lojana.

Con el paso del tiempo la ciudadanía lojana se fue interesando por temas relacionados con el deporte lo que incentivó a que periodistas deportivos puedan empezar con la difusión de noticias deportivas, exactamente relacionadas con el fútbol, dónde la participación de la Liga de Loja marcó un avance importante en el mismo. Astudillo (2019) menciona:

> El Lic. Ojeda en su borrador del libro "La historia de la Radio Lojana", cuenta que el primer relator deportivo reconocido en Loja fue el extinto señor Juan Cueva Serrano que por medio de la tecnología de Onda corta de Radio Ondas del Zamora que funcionaba en la 24 de mayo 35 y Mercadillo, llevaba la línea de audio por medio de un alambre galvanizado como transmisor que llevaba la señal de audio que cubría un radio de 200 a 300 metros o medio kilómetro, pero que ya permitía irradiar la señal para la ciudad. Los años pasaron y se inicia ya de manera oficial el periodismo deportivo como tal. (p.34 – 35)

El periodismo deportivo lojano siguió progresando y en septiembre de 1970 un grupo de personas amantes al deporte fundaron el Círculo de Periodistas Deportivos de Loja (CPDL), quienes se plantearon convertirse en la principal organización deportiva con el fin de mantener el periodismo deportivo lojano. Si bien, hoy por hoy esta organización sigue funcionando.

Aún existen espacios que mantienen la difusión de noticias deportivas, tal es el caso de Ovación, en Centinela del Sur. De igual forma, en televisión, canales como: Ecotel Tv o TV Sur, los cuales cuentan con una gran trayectoria.

2. Mujer, sociedad y periodismo

2.1. El papel de la mujer en la sociedad

Al hablar de la mujer en la sociedad, automáticamente lo relacionamos con la falta de igualdad de género, la cual se considera las más denunciada a nivel mundial. Esta discriminación se presenta en el ámbito familiar, cultural, laboral, político, entre otras.

La mujer, según Lorenzo (citado en Díaz, Martínez, Espinoza, Vizuete, Mier, Cárate y Becdac, 2017): "En la España del siglo XVII era (..) poco más que un objeto dependiente de padres, tutores o esposos, con escasa capacidad para hacer valer sus derechos o imponer sus criterios" (p.46).

A las mujeres se les prohibía estudiar, solo podían hacer ciertas actividades, como la música y la costura, actividades que no requerían de mucho tiempo, lo que les permitía ocuparse de sus hijos y de los quehaceres de sus hogares. Estás mujeres no solo se privaban de realizar las actividades que ellas deseaban sino también eran objeto de abusos y discriminación.

Se decía que la mujer solo podía desempeñar el papel de ama de casa y que el hombre era el único encargado de generar recursos económicos. Frente a esto y según Cobo (2014) se desató una ola de feminismo en el siglo XVII, exactamente en el año 1673 donde François Poullain de la Barre publicó un libro donde se exponía que la sumisión del género femenino no tenía su origen en la naturaleza sino en la sociedad.

Este movimiento tenía como objetivo abrir nuevos espacios donde las mujeres pudieran participar libremente como lo hacían los hombres.

La ola del feminismo poco a poco fue abriendo puertas, no solo por la iglesia católica sino también en el ámbito político, leyes que proponían la igualdad de género. Rausell (2016) expresa que:

> En 1945, la Carta de las Naciones Unidas estableció los principios fundamentales de la igualdad entre hombres y mujeres. En 1979, la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación frente a las Mujeres (CEDM, en sus siglas en español) era aprobada por 187 países, convirtiéndose en el texto de referencia en materia de derechos de las mujeres a escala mundial. (p.7-8)

En el Ecuador, estudios arrojan los primeros indicios de la historia de las mujeres en el país. Mosquera (citado en Díaz, Martínez, Espinoza, Vizuete, Mier, Cárate y Becdac, 2017) señalan:

> Se registran en la década del 80 del siglo pasado. En algunos de ellos se visibiliza a las mujeres ocultas en la historia tradicional y otros visibilizan diversas luchas de mujeres y sus procesos de resistencia. Para la década de los 90 los estudios sobre la mujer ecuatoriana se diversifican y reconocen su presencia en diversos espacios, sean estos económico, social o cultural, y se toma en cuenta las diversas dimensiones que afectan su participación como lo étnico, posición social, capacidad de resistencia, presencia en los espacios públicos, entre otras. (p.41)

La Constitución de la República del Ecuador del 2008, también forma parte de las entidades que imponen el respeto hacia la participación de la mujer en la sociedad, en sus artículos:

> **Art. 331.-** El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades.
>
> Se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo.
>
> **Art. 70.-** El Estado formulará y ejecutará políticas para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, a través del mecanismo especializado de acuerdo con la ley, e incorporará el enfoque de género en planes y programas, y brindará asistencia técnica para su obligatoria aplicación en el sector público. (p.154-54)

Estos artículos se encargan de exigir que la mujer pueda desempeñar cualquier cargo en la sociedad, no obstante, actualmente se puede ver la poca participación de ellas en ciertos ámbitos laborales.

A principios del siglo XX y por la falta de mano de obra masculina, las mujeres lograron ingresar al campo laboral. En esa época se dieron las dos guerras mundiales, lo que provocó la muerte de muchos hombres y por ende faltaba personal para laboral y fue

así que las mujeres aprovecharon esa oportunidad y continuaron su luchar por ser incluidas.

El mercado laboral a nivel internacional sigue mostrando desigualdades. Rausell (2016) menciona:

> Especialmente baja en Oriente Próximo y en África, donde apenas representan el 21% de la mano de obra, y algo más alta en el Sudeste Asiático o el África subsahariana, con un 65 y 63% respectivamente. En ningún país del mundo, el número de mujeres que recibe una remuneración por su trabajo supera al de los hombres. (p.59)

2.2. Estereotipos de género en los medios de comunicación

En la década de los 70 comenzaron las primeras investigaciones sobre la mujer en los medios de comunicación, en donde se analizaba la exhibición del cuerpo femenino en revistas y programas televisivos. France y Ojeda (citado en García, Aguaded y Rodríguez, 2015) revelan:

> Entendemos por estereotipos de género las creencias generalizadas atribuidas a mujeres y a hombres, a través de una percepción sesgada que se recibe de la familia, los medios de comunicación, incluso de la escuela, ámbito en el que se están realizando importantes esfuerzos por visibilizar a las mujeres. (p.580)

El público normalmente se deja llevar por la primera impresión que difunde un medio sobre una mujer, estos medios de comunicación se destacan por tener una gran influencia lo que provoca los prejuicios y estereotipos sobre la capacidad de las mujeres al momento de difundir cierta información. Núñez y Loscertales (2015) explica:

> El dominio de lo masculino en el ámbito público está tan interiorizado que no somos conscientes del predominio de la mirada androcéntrica que presentan los medios de comunicación, entre otras cosas, porque los parámetros de lo masculino, de tanto repetirse, se han convertido en "modelos de normalidad. (p.40)

Un ejemplo, es en el ámbito deportivo, que en reiteradas ocasiones se ha escuchado que este es un campo netamente para hombres, que son los más idóneos para manejar la investigación deportiva. O en otros casos, se ha visto a la mujer siendo utilizada como objeto decorativo y como objeto sexual, lo que obviamente les beneficia a los medios de

comunicación ya que al utilizarla de esa forma le genera más audiencia y por ende más ingresos económicos.

En 1995 en Beijing se celebró la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, en donde se registraron diversas medidas, entre ellas, incentivar la equidad de género, fomentando la sensibilización en la participación del género femenino en la toma de decisiones.

Si normalmente la mujer goza de poca participación en ámbitos económicos, culturales o políticos mucho menos lo va a ser como generadora de información y las pocas veces que se ha visto a una mujer en los medios, ni siquiera se visualiza que cargo está desempeñando. Hendel (2017) explica:

> De este modo los medios se convierten en instrumentos de la perpetuación de roles basados en estereotipos siempre culturales y al insistir en la división sexual de las tareas ofrecen una plataforma para la instalación de las violencias de género. (p.10)

Otro aspecto es que se considera a la mujer como el sexo débil y que no puede manejar sus emociones y que por el contrario el hombre sí, lo que conlleva a que el género femenino sea definido como frágil para ocupar un espacio en los medios de masas.

El género femenino no presenta mucho interés en participar en los medios y que por eso no se les abre plazas para ingresar a este ámbito. Estas son algunas de las tantas excusas que se presentan para denigrar a la mujer, lo que impide que esta se desarrolle en el área como debería. García, Aguaded y Rodríguez (2015) indican:

> Lograr reducir o erradicar los estereotipos de género en los medios exige una estrategia desde múltiples miradas, apoyado por un compromiso hacia la formación ciudadana que contemple y respete las diferencias de género, otorgando a la mujer el papel que le corresponde. (p.581)

2.3. Presencia de género femenino en el periodismo deportivo

González y Paz (2016) explican:

> El periodismo deportivo constituye uno de esos universos que históricamente han estado dominados por el mal llamado "sexo fuerte". (…) Si bien se revela un incremento de las féminas que desde la televisión promueven el periodismo

> deportivo, su presencia siempre ha sido menor cuantitativa y cualitativamente en comparación con la de los hombres. (p.320)

Es indiscutible que durante años los hombres han dominado el periodismo deportivo, lo que ha generado la credibilidad en la audiencia. Esta idea ha sido implantada años atrás, donde se creía que la mujer no podía dirigir este tipo de información y que por el contrario los hombres eran los especializados.

Vega (2010) manifiesta: "las mujeres que sí logran incursionar en este terreno se enfrentan a muchas barreras que dificultan e incluso impiden su desarrollo en las industrias de los medios" (p.87).

Lo importante es que no se trata de una lucha de sexos, de enfrentarse mujeres contra hombres, sino más bien, el objetivo del género femenino es romper los estereotipos que la sociedad se ha encargado de imponer. Pedraza (2012) revela:

> Las dificultades se duplican cuando a las barreras para acceder al espacio público (perteneciente a los hombres) que supone el periodismo, se le añade el problema de acceder a un espacio simbólico (también perteneciente a los hombres) que supone el deporte, es decir, el periodismo deportivo se constituye como un espacio de doble exclusión. Al igual que en las canchas y pistas, las periodistas deportivas han conquistado lugares a lo largo de las décadas, y aunque siguen en franca desventaja, el número de mujeres que trabaja en esta área no ha dejado de aumentar. (p.57)

Existen mujeres que se apasionan por el tema de la difusión deportiva y es por eso que se han mantenido en una constate lucha por ocupar un espacio en este medio tan complicado y así mismo demostrar que están en todas las capacidades de trasmitir información deportiva de calidad.

Es apto citar a algunas de las mujeres que han logrado abrirse puertas en este mundo deportivo, entre ellas destaca: la Alemana Claudia Neumann, fue la primera mujer en desarrollarse como comentarista de la Copa Mundial Femenina en Alemania en el 2011 y la primera mujer en narrar un partido de Eurocopa masculina en Alemania. Las argentinas Margarita Wais y Ángela Lerena también incursionaron en el periodismo

deportivo, Wais empezó su labor como presentadora y panelista de deportes en la cadena Fox Sport mientras que Lerena fue la primera periodista mujer en cubrir un superclásico entre River y Boca. Así mismo, lo hizo la española Cristina Cubero, quien ha logrado realizar coberturas en siete mundiales, nueve finales de la Champions, cinco Juegos Olímpicos y ocho finales del campeonato de la National Football League.

En Ecuador, en los años 50 y 60 Reina Flores Contreras fue la primera ecuatoriana en convertirse en comentarista de partidos de fútbol. Sin embargo, en la década de los 80, fue Martha Córdova quién inició esta profesión en Radio Tarqui y quién años más tarde logró convertirse en redactora de diarios importantes del país, como: Diario Hoy, La Hora y El Comercio de Quito.

El género femenino sigue rompiendo fronteras, un ejemplo de aquello es María José Flores quien en el 2010 fue enviada a realizar notas deportivas en el Mundial de Sudáfrica y actualmente trabaja en TC Mi Canal como reportera y presentadora de un segmento deportivo. No solo en el medio televisivo hay periodistas mujeres, sino también en el ámbito radial, donde se destacan Leonela Magallanes y Kristy Alvarado; Magallanes con 20 años de trayectoria en este campo, se desempeñó como reportera de radio CRE Satelital mientras que Alvarado ocupó un puesto como reportera de deportes en Radio Super K800 y ahora se desempeña como reportera y presentadora de DirecTV Sports. Estos son algunos de los ejemplos sobre mujeres que le han demostrado a la sociedad que están en toda la facultad de impartir temas deportivos.

3. Medios tradicionales de la ciudad de Loja.

3.1. Televisión

En los años 20, Gran Bretaña y Estados Unidos, fueron los países que presenciaron los primeros modelos de televisión, estos modelos eran el mecánico y el electrónico.

En marzo de 1925, El británico John Logie Baird tuvo la oportunidad de mostrar por tres ocasiones su sistema de televisión, donde sus imágenes se veían bastante planas ya que apenas había conseguido una pequeña variación de grises, lo cual provocaba que los rostros no se pudieran visibilizar bien.

Luego de la televisión mecánica, Vladimir Zworykin, viaja a Estados Unidos y empieza a trabajar en Westinghouse Electric Corporation, lugar que funcionaba como laboratorio de investigación. En ese tiempo Zworykin puso en práctica todo lo aprendido y creo un mosaico muy fino de células fotoeléctricas que dio como resultado un tubo de cámara. Con este sistema fue que Vladimir logro darse a conocer en el mundo como el inventor de la televisión electrónica. Ludeña (2018) expresa:

> La historia de la televisión se remonta a 1926, cuando la BBC logra por primera vez transmitir una señal visual, dando paso al nacimiento de este medio; pero no sería hasta la década de los treinta que se transmite un primer programa con regularidad. "Gran Bretaña fue el primer país en iniciar emisiones de televisión con carácter regular en el año 1936, seguida de Alemania, Italia y Estados Unidos, en 1939. (p.41)

Corner (citado en Freire, 2006):

> Es posible identificar al menos cinco aspectos diferentes de la televisión, (…) Éstos son:

1. La televisión como institución, una industria y sus organizaciones, moldeada por la política gubernamental y la administración corporativa.
2. La televisión como realización, centrada en la cultura y en la práctica profesional, cuyo contexto histórico tiende a ser delineado, especialmente en los relatos autobiográficos.
3. La televisión como representación y forma, un encuadramiento estético que toma prestado el vocabulario de la crítica literaria, teatral y cinematográfica.

4. La televisión como fenómeno sociocultural, profundamente interconectado con la política, la esfera pública y la sociedad civil, con la cultura popular (y de masas), con el carácter mutable de la familia y de los valores domésticos.
5. La televisión como tecnología, un experimento científico que se convirtió tanto en objeto doméstico como en fuente cada vez más poderosa de mutación en la estética social. (p.26-27)

La creación de la televisión está considerada como uno de los más grandes inventos del siglo XX y sobre todo se ha convertido en un medio de comunicación por excelencia. Lo destacable es que este medio no se creó por una necesidad sino porque el hombre se propuso transmitir imágenes a distancia.

Egas (como se citó en Suárez, López, González, Punin, Suing, Mier, Yaguache, Valarezo, Granda, Otero, Rivera, Coronel, García, González, Ortiz, Barrazueta, Paladines, Soengas y Yauana, 2009) "La televisión en Ecuador surge en 1959, la primera estación al aire es Canal 4, Telecuatro" (p.89). Su primera emisión se dio en 1965 en Quito y Guayaquil gracias al señor Presley Norton, precursor de la televisión en Ecuador.

Gracias a la creación de este medio en Quito y Guayaquil, Loja logra crea el primer canal de difusión, llamado UV Televisión trasmitido por "Canal 4", el cual realizó su primera emisión en 1968. Sin embargo, actualmente son cuatro los medios que operan en esta ciudad: UV Televisión, Ecotel Tv, Canal Sur y Plus Tv.

Estos medios televisivos cuentan con una variada segmentación, donde se muestras desde lo cultural hasta lo deportivo, en este último se destaca una peculiar característica donde por lo general sus presentadores son hombres, es por eso que en la siguiente ficha se analizará la participación de la mujer dentro de estos espacios deportivos.

Ficha #1

Participación de la mujer dentro de segmentos deportivos televisivos

Canal de televisión	Participación femenina		Nombre del programa / Segmento
	SI	NO	
UV Televisión		X	Uv deportes
Ecotel Tv		X	Ecodeportivo
Canal Sur		X	Sur Deportes
Plus Tv		X	Plus Deportes

Fuente: La autora

3.2. Radio

Los inicios de la radio se dieron cuando el alemán Heinrich Hertz, en 1887 descubrió la radiación electromagnética a partir de cargas eléctricas poderosas. Sin embargo, en 1901 el italiano Guillermo Marconi fabricó un trasmisor poderoso, el cual le permitía enviar mensajes a través del Océano Atlántico, invención que aprovechó la marina mercante para utilizar este medio de comunicación como el más importante.

Como lo expresa Baena y Montero (2014) "Las primeras transmisiones públicas fueron llevadas a cabo en 1920, desde Chelmsford (Gran Bretaña), por iniciativa de la compañía inglesa creada por Marconi" (p.54).

La conmoción por la creación de la radio no se hizo esperar y según González, Soria y Tejado (2007): "En 1930, sólo en Estados Unidos se contaban ya 14 millones de hogares con un aparato de radio" (p.16). Eso sucedió a nivel internacional, sin embargo, a nivel de Latinoamérica, Argentina fue uno de los primeros países en explorar este campo.

Para detallarlo mejor, en la siguiente tabla se presentará las primeras emisoras oficiales en países Sudamericanos.

Ficha #2

Emisoras de países Sudamericanos

País	Emisora	Año
Argentina	Radio Argentina	1920
Brasil	Rádio sociedade do Rio de Janeiro	1922
Uruguay	Radio Paradizábal	1922
Paraguay	Radio CXZ-27	1922
Chile	Radio Chilena	1923
Perú	Radio OAX	1925
Venezuela	AYRE Broadcasting central de Caracas	1926
Colombia	HJN Radio del Estado	1929
Ecuador	Radio el Prado	1929
Bolivia	Radio Nacional de Bolivia	1929

Fuente: La Radio, un medio en evolución.

En Ecuador, el 13 de junio de 1929 Riobamba se hizo conocer por fundar la primera emisora en todo el país, radio El Prado. Ramón y Yaguana (2013) expresan:

> El Prado se estableció como una estación no comercial, todo se hacía por curiosidad al medio y a la expectativa que despertaba en el público. La programación de la radio era básicamente musical y cultural, aunque con el paso del tiempo se comenzaron a difundir noticias y posteriormente transmisiones deportivas. (p.23)

La instauración de este medio de comunicación en Ecuador marcó un acontecimiento memorable, lo que permitió que Guayaquil de un pasó enorme y funde la radio Ecuadoradio en 1930.

En Loja, por la necesidad de informarse y con el fin de buscar entretenimiento, en 1935 los lojanos utilizaron la radio como medio para informarse de lo que estaba ocurriendo en el mundo.

Sinche y Valdivieso (2008) señalan: "La voz de Loja, Coro Santa Cecilia, 28 de Mayo, entre otras, fueron las radios pioneras en constituirse como medios masivos de comunicación propios, al servicio de los lojanos" (p.117).

En esa época, las mujeres no tenían participación en estos medios, ejemplo: la "Radio Centinela del Sur" inició con la locución de una voz masculina, la del señor Edgar Canelos, mientras que en la "Radio Nacional progreso" laboraron comentaristas hombres y en "Radio Loja 97.7" también contaban con voces masculinas, entre otras. Además, eran muy pocas las emisoras radiales que contaban con segmentos deportivos y si los tenían pues los hombres eran los encargos de transmitirla.

Loja cuenta con un aproximado de 15 radios, de las cuales casi la mitad disponen de segmentos deportivos que por lo general son presentados por el género masculino.

En la siguiente tabla se mostrará las radios que incluyen a las mujeres en los segmentos deportivos.

Tabla #3

Participación de la mujer en emisoras deportivas

	Participación femenina		
Emisoras	SI	NO	Nombre del programa / Segmento
Radio Satelital	X		- Adrenalina Deportiva - Carrusel del Deporte
Radio Super Láser		X	Cronómetro

Ecotel Radio		X	Ecodeportivo
Radio Luz y Vida	X		Radio Deportes
Radio Poder	X		Finalísima
Radio Matovelle		X	Un Vistazo al Deporte
Radio la Hechicera	----	----	-------
Radio Ondas de esperanza	----	----	-------
Kocodrilo Radio	X		Los número 1
Radio Loja	----	----	-------
Radio Municipal	X		Mundo Deportivo
Radio Universitaria		X	Universo Deportivo
	X		El sueño del Pibe
Radio Zapotillo	-----	-----	-------
Radio Centinela del Sur	----	----	-------

Fuente: La autora

3.3. Medios impresos

En Inglaterra, en pleno XVIII nació la prensa escrita y con ello el primer periódico, el cual fue publicado en Londres, el 11 de marzo de 1702 y se tituló "The Daily Courant", en cual marcó un antes y un después ya que su editora era una mujer llamada Elisabeth Mallet.

En comparación a la televisión, el periódico si nació como una necesidad humana de informar o informarse. Unos expresan que este apareció a raíz de la invención de la imprenta y otros mencionan que simplemente fue la necesidad de comunicarse. A pesar

de estas dos argumentaciones, lo importante es que la prensa escrita fue uno de los primeros medios de comunicación en el mundo.

La invención de nuevos periódicos no se hizo esperar y fue así que el diario sensacionalista The New York Sun, fue el primer periódico de masas que cumplía con todas las exigencias del público.

América Latina vivía en discusión por la falta de libertad de expresión, no podían realizar publicaciones que afecten al Estado. Sin embargo, no solo América Latina padeció estas controversias, Ecuador es uno de los países que estaba pasando por la misma situación, pero con la llegada de la Restauración y el Renacimiento de la literatura todo fue mejorando, hasta lograr la creación de periódicos en el país. Bohórquez (2012) señala:

> El Comercio en Quito (1906) y El Telégrafo en Guayaquil (1922), diarios que fueron fundados por familias de posición económica social consolidada y de apellidos destacados. (…) A la vez que iba creciendo el país, fueron logrando llegar a otras ciudades, así mismo aparecen diarios como Ultimas Noticias (El Comercio) (1938), El Hoy en Quito, El Universo (1921), El expreso en Guayaquil (1969), el Mercurio (1924) y el tiempo en Cuenca. Siendo diarios hoy en día los más fuertes y consolidados en el país, Quito y Guayaquil cuenta con 12 periódicos escritos. (p.18)

En Loja, el primer periódico instaurado fue "La Federación" en 1859, el cual fue fundado por el doctor Benjamín Pereira y Francisco Ortiz, este periódico tenía como fin mantener el movimiento federal que se había consolidad en esa época.

El periodismo lojano tenía varios personajes destacados, como: Alejandro Carrión quien realizó un escrito para el diario "El Comercio", José Benigno Carrión aporto con escritos al periódico "El Universo", también hay otros personajes como Julio Valdivieso, Oswaldo Espinoza, entre otros. Es claro que la participación de la mujer en esa época no era bien vista, peor aún en un segmento deportivo, recordemos que algunos diarios de esa época se basaban más en la difusión de información política o cultural.

Las cosas al pareces no han cambiado mucho y la mujer sigue relegada a ejercer el periodismo y más aún el periodismo deportivo, es así, que en la siguiente figura se realizará una demostración de la participación de la mujer en segmentos deportivos en los medios impresos de Loja.

Tabla #4

Participación femenina dentro de los segmentos deportivos de medios impresos

	Participación femenina		
Diario/periódico	SI	NO	Nombre del programa / Segmento
Crónica		X	Cronideportes
Ecotel Press		X	Deportes
La Opinión del Sur		X	Deportes

Fuente: La autora

f. METODOLOGÍA

El método de investigación cualitativa se basa en la descripción de las cualidades de un fenómeno. Es decir, tiene como fin observar las respuestas abiertas o comportamientos naturales para la posterior interpretación de significados. Mientras, que el método de investigación cuantitativa, como su nombre lo indica se basa en aportar valores numéricos de encuestas y entrevistas con respuestas concretas para realizar estudios estadísticos.

Basándome en los objetivos de la investigación, como: Identificar el nivel de participación femenina en la rama deportiva en los medios tradicionales de Loja, su método de investigación es cuantitativa. Sin embargo, los siguientes objetivos: Conocer cuáles son las funciones que desempeñan las mujeres dentro del periodismo deportivo; Determinar las causas de la participación de la mujer en el periodismo deportivo y Diseñar una propuesta alternativa para incentivar la equidad y participación femenina en el periodismo deportivo, son métodos que requieren de una investigación cualitativa. Es así, que justificó que el enfoque de investigación del proyecto investigativo en cuali-cuantitativa.

- ✓ Método científico

Este método hace alusión a una serie de etapas que se debe seguir para obtener un conocimiento valido desde el punto de vista científico, utilizando herramientas que resulten fiables.

- ✓ Método deductivo

Permite ir de lo general a lo específico, es decir, se empieza con datos válidos para luego llegar a una deducción a partir de un razonamiento de forma lógica o suposiciones.

He considerado este método ya que me permitirá profundizar en el análisis de los aspectos importantes obtenidos como resultados de las conclusiones de la investigación.

- ✓ Método descriptivo

Hace alusión a la descripción o evaluación de ciertas características de una situación en particular, en donde se analizan los datos para descubrir que variables se relacionan.

Este método será utilizado al inicio de la investigación ya que servirá para obtener datos precisos del porque la mujer aún sufre de una escasa participación y de un rol secundario dentro del periodismo deportivo en los medios tradicionales de Loja.

- ✓ Método analítico

Consiste en la descomposición de un todo, lo que permitirá observar las causas y efectos de dicha investigación. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular.

Este método hace énfasis específicamente en el análisis de los resultados que serán arrojados por la técnica de la encuesta. Además, permitirá recalcar los sucesos más significativos, los cuales contribuirán para el planteamiento de una propuesta que promueva la participación activa del género femenino y la ocupación de roles principales dentro del periodismo deportivo.

Técnicas:

- ✓ Entrevista

Es una conversación donde se realiza un intercambio de ideas u opiniones sobre un tema determinado.

Este instrumento se utilizará para entrevistar a un director de un medio de comunicación tradicional, director de un programa deportivo, a una periodista deportiva y a un especialista de género, quienes aportaran con opiniones más exactas sobre el rol y la participación de la mujer dentro del periodismo deportivo.

- ✓ Ficha de codificación de datos

Esta ficha permite desglosar más a profundidad los datos de la ficha de observación.

Medio de comunicación	*Programa deportivo*	*Nombre de periodistas mujeres*	*Función*	*Profesión*
Radio Satelital	Adrenalina deportiva	María del Cisne Muñoz	Presentadora	Estudiante

Fuente: La autora

g. CRONOGRAMA

Actividades	2019												2020				
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY
Elaboración del proyecto de investigación	X	X															
Presentación del proyecto			X														
Corrección del proyecto			X	X													
Aprobación del proyecto				X													
Sustento Bibliográfico				X	X	X											
Aplicación de técnicas							X	X	X								
Tabulación de las herramientas									X	X	X	X					
Revisión de Literatura												X	X				
Conclusiones y Recomendaciones														X			
Elaboración de la Propuesta															X	X	
Revisión y ajustes de la propuesta																X	X
Presentación del informe final de la tesis																	X
Aprobación de la tesis																	X

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Talentos Humanos

- Autora: Jhuly Mercedes Herrera Castillo.
- Director de tesis: Luis Javier Ontaneda.
- Entrevistados: Director de un medio de comunicación tradicional, director de un programa deportivo, a una periodista deportiva y a un especialista de género conforme se señala en la metodología.

Recursos – Materiales

Materiales de escritorio:

- Lápices
- Borrador
- Papel
- Esferos
- Cuaderno de apuntes
- Estiletes o sacapuntas
- Resaltadores

Recursos técnicos:

- Computadora portátil
- Cámara Fotográfica
- Grabador de audio
- Adquisición de Material Bibliográfico
- Memoria USB
- Internet
- Empastados

- Imprevistos
- Movilización
- Alimentación
- Impresión

Presupuesto

Recursos – Materiales	Costo
Lápices, esferos, borrador y resaltador	$8.00
Papel A4	$32.00
Cuaderno de apuntes	$10.00
Estiletes o sacapuntas	$5.00
Computadora portátil	#1.200
Cámara Fotográfica	$5.00
Grabador de audio	$75.00
Adquisición de Material Bibliográfico	$1.250
Memoria USB	$26.00
Internet	$90.00
Empastados	$50.00
Movilización	$260.00
Alimentación	$370.00
Impresión	$50.00
Imprevistos	$100.00
Total	**1,083.45**

Financiación

El costo total del proyecto de investigación es de 1,083.45 dólares. Es decir, el costo que demanda la realización de este proyecto será cubierto por la investigadora, pero no se descarta la posibilidad de solicitar financiamiento en cualquier Institución bancaria de la localidad.

i. BIBLIOGRAFÍA

Ángulo, L., Moreno, A. (3 de octubre de 2016). PERIODISMO DEPORTIVO. El Fútbol es el Rey. *Revista Luciérnaga.* Recuperado de file:///E:/Downloads/Dialnet-PeriodismoDeportivo-6000182.pdf

Astudillo, V. (2019). *Análisis del Discurso Periodístico Deportivo Radial de la Ciudad de Loja, en los meses de Enero del 2018 a Marzo del 2018*. (trabajo de titulación). Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.

Baena, G., Montero, S. (2014). *Ciencias de la Comunicación 2*. México: Grupo Editorial Patria.

Bohórquez, M. (2012). *Futuro de la Prensa Escrita en Ecuador, cobertura versus rentabilidad: Prensa Escrita en Guayaquil* (trabajo de titulación). Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Samborondón, Ecuador.

Cobo, R. (2014). *Aproximaciones a la Teoría Crítica Feminista*. Lima, Perú: Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú Nº 2014-06126.

Constitución de la República del Ecuador 2008.

Costa, D. (2016). *Exploración de las causas por la escasa profundidad e investigación en el Periodismo Deportivo de Ecuador* (Trabajo de titulación). Universidad San Francisco de Quito USFQ, Quito, Ecuador.

Díaz, J., Martínez, A., Espinoza, F., Vizuete, C., Mier, A., Cárate, S., Becdach, A. (2017). *Discriminación hacia las mujeres y su representación en medios de comunicación*. Recuperado de http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Libro_DISCRIMINACI%C3%93N%20HACIA%2

0LAS%20MUJERES%20Y%20SU%20REPRESENTACI%C3%93N%20EN%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N.pdf

Freire, J. (2006). Escribiendo la historia cultural de la televisión en Brasil: aspectos teóricos y metodológicos. *Signo y Pensamiento*, *25*(48), 26-27.

García, M. (2015). *Inserción de la mujer en el campo profesional del Periodismo Deportivo, visión e incidencia de las socias en la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha (APDP), durante el año 2014* (trabajo de grado). Universidad Central del Ecuador Facultad de Comunicación Social Carrera de Comunicación Social, Quito, Ecuador.

García, R., Aguaded, J., Rodríguez, A. (23 de octubre de 2015). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación. *Prisma Social*. Recuperado de file:///E:/Downloads/Dialnet-PropuestaDeAlfabetizacionMediaticaAnteLosEstereoti-5255485.pdf

González, D., y Paz, S. (2016). Información, estereotipos y gradas. Estudio de recepción del periodismo deportivo desarrollado por reporteras y locutoras del Noticiero Nacional Deportivo. *Questión*, *1*(52), 320.

González, F., Soria, G., Tejado, J., (2007). *La regulación de las telecomunicaciones*. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Hender, L. (2017). *Perspectiva de género*. Recuperado de https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org.argentina/files/2018-04/COM-1_PerspectivaGenero_WEB.pdf

Ludeña, S. (2018). La historia de la televisión en Cuenca desde su creación: personajes e instituciones. *Revista Killkana Sociales*, *2*(1), 41.

Molina, J. (2009). PERIODISMO DEPORTIVO 3.0. *Razón y Palabra, 14*(69), 3.

Núñez, T., Loscertales, F. (2015). *Las Mujeres y los Medios de Comunicación*. Sevilla, España: Tecnographic, S.L.

Ochoa, V. (2013). *Propuesta de estructuración de un programa de periodismo deportivo televisivo, con incursión del género femenino en la ciudad de Quito* (tesis de grado). Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador.

Paredes, D., Sierra, R. (2011). Análisis de la profesionalización del Periodismo Deportivo en Quito desde el año 2000 hasta la actualidad alrededor de los éxitos futbolísticos de las selecciones nacionales y Liga Deportiva Universitaria de Quito (tesis de grado). Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador.

Pedraza, C. (30 de marzo de 2012). Mujeres en el Periodismo Deportivo: Reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes. *Amedi, Derecho a comunicar.* Recuperado de http://132.248.9.34/hevila/Derechoacomunicar/2012/no4/4.pdf

Ramón, X., Yaguana, H. (2013). *La Radio, un medio en evolución.* Salamanca, España: Comunicación Social ediciones y publicaciones.

Rausell, H. (2016). *El papel de las mujeres en la sociedad actual*. Madrid, España: Santillana Educación, S. L.

Rojas, J. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis,* 4, 182.

Sinche, N., Valdiviezo, K. (2008). *Historia del Periodismo Escrito y Radial en Loja* (tesis de grado). Universidad Técnica Particular de Loja, Loja, Ecuador.

Suárez, J., López, X., González, L., Punin, M., Suing, A., Mier, C., Yaguache, J., Valarezo, K., Granda, C., Otero, M., Rivera, D., Coronel, G., García, B., González, V., Ortiz, C., Barrazueta, P., Paladines, F., Soengas, X. y Yauana, H. (2009). *Investigar la comunicación en Loja – Ecuador*. Loja, Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja.

Vega, A. (2010). Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. *52*(208), 87.

ANEXOS

Entrevista a Washington González Estrella, presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja

Interrogantes:

1. **¿Qué opina del periodismo en la ciudad de Loja, es decir, sobre el trabajo periodístico que desempeñan los periodistas y los roles cumplen?**
2. **¿Cómo aportan las mujeres en el periodismo deportivo lojano?**
3. **¿Cómo describe el rol que desempeña las mujeres en el periodismo deportivo?**
4. **¿Cómo se debe desempeñar una mujer para poder adquirir un espacio en el periodismo deportivo?**
5. **¿Usted considera que en el periodismo deportivo lojano las mujeres tienen el mismo rol protagónico que los hombres?**
6. **Considera usted qué las mujeres han tenido complicaciones para poder ejercer el periodismo deportivo lojano.**
7. **¿Por qué la participación femenina en los medios de comunicación tradicionales de Loja es menor a la de los hombres?**
8. **¿Cree usted que hay discriminación hacia la mujer que quiera desempeñarse dentro del periodismo deportivo?**
9. **¿Usted considera necesario que en las mallas curriculares de las universidades se implemente materias que tengan relación con el periodismo deportivo?**
10. **¿En un futuro que posibilidad podría haber para que las mujeres pueden trabajar como periodistas deportivas protagónicas?**

Entrevista a José Iñiguez Cartagena, director del programa Uv Deportes

Interrogantes:

1. **¿Qué opina del periodismo en la ciudad de Loja, es decir, sobre el trabajo periodístico que desempeñan los periodistas y los roles cumplen?**
2. **¿Cómo aportan las mujeres en el periodismo deportivo lojano?**
3. **¿Cómo describe el rol que desempeña las mujeres en el periodismo deportivo?**
4. **¿Usted considera que en el periodismo deportivo lojano las mujeres tienen el mismo rol protagónico que los hombres?**
5. **Considera usted qué las mujeres han tenido complicaciones para poder ejercer el periodismo deportivo lojano.**
6. **¿Por qué la participación femenina en los medios de comunicación tradicionales de Loja es menor a la de los hombres?**
7. **¿Usted considera necesario que en las mallas curriculares de las universidades se implemente materias que tengan relación con el periodismo deportivo?**
8. **¿En un futuro que posibilidad podría haber para que las mujeres pueden trabajar como periodistas deportivas protagónicas?**

Entrevista a Alex Benítez, director del programa Radio Deportes

Interrogantes:

1. **¿Qué opina del periodismo en la ciudad de Loja, es decir, sobre el trabajo periodístico que desempeñan los periodistas y los roles cumplen?**

¿Cómo aportan las mujeres en el periodismo deportivo lojano?

2. **¿Cuáles son los roles más comunes que desempeñan los periodistas deportivos?**
3. **¿Cómo describe el rol que desempeña las mujeres en el periodismo deportivo?**
4. **¿Cómo se debe desempeñar una mujer para poder adquirir un espacio en el periodismo deportivo?**
5. **¿Usted considera que en el periodismo deportivo lojano las mujeres tienen el mismo rol protagónico que los hombres?**
6. **¿Por qué la participación femenina en los medios de comunicación tradicionales de Loja es menor a la de los hombres?**
7. **¿Cree usted que hay discriminación hacia la mujer que quiera desempeñarse dentro del periodismo deportivo?**
8. **¿Usted abriría plazas para mujeres en sus segmentos deportivos?**
9. **¿En un futuro que posibilidad podría haber para que las mujeres pueden trabajar como periodistas deportivas protagónicas?**
10. **¿Qué consejo les daría a las mujeres que quieren incursionar en el periodismo deportivo?**

Entrevista a Carolina Vergara, consultora de Naciones Unidas

Interrogantes:

1. **¿Qué opina sobre la inclusión de la mujer en la sociedad actual?**
2. **¿Cuál es su análisis sobre la participación de la mujer en el periodismo?**
3. **¿Considera que la mujer ha sido incluida en los programas deportivos?**
4. **Considera que las mujeres cumplen roles protagónicos dentro de los medios tradiciones en los programas y secciones periodísticas ¿por qué?**
5. **En caso de decir no, ¿Cuáles son las limitaciones que se le presentan a las mujeres que desean ingresar en el medio deportivo?**
6. **¿Crees usted que la audiencia tiene la misma credibilidad que tiene en los periodistas hombres, si ven a una mujer dentro de estos espacios deportivos?**
7. **¿Usted cree que sigue habiendo prejuicios en torno a la participación femenina en el periodismo deportivo?**
8. **En caso de ser positivo, ¿Qué decisiones se deberían tomar para que la mujer pueda ingresar sin prejuicios a este campo periodístico?**

Entrevista a Narcisa Sinche, especialista de género y licenciado en Comunicación Social

Interrogantes:

1. **¿Qué opina sobre la inclusión de la mujer en la sociedad actual?**
2. **¿Cuál es su análisis sobre la participación de la mujer en el periodismo?**
3. **¿Considera que la mujer ha sido incluida en los programas deportivos?**
4. **Considera que las mujeres cumplen roles protagónicos dentro de los medios tradiciones en los programas y secciones periodísticas ¿por qué?**
5. **En caso de decir no, ¿Cuáles son las limitaciones que se le presentan a las mujeres que desean ingresar en el medio deportivo?**
6. **¿Por qué las mujeres en el periodismo deportivo muchas de las veces son utilizadas como objeto sexual?**
7. **¿Crees usted que la audiencia tiene la misma credibilidad que tiene en los periodistas hombres, si ven a una mujer dentro de estos espacios deportivos?**
8. **En caso de ser positivo, ¿Qué decisiones se deberían tomar para que la mujer pueda ingresar sin prejuicios a este campo periodístico?**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La presente encuesta está dirigida a la ciudadanía lojana con el propósito de adquirir información que servirá para el desarrollo de mi tesis titulada "LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"

Género ……..

Edad ……..

1. ¿Usted considera que la mujer, en los últimos 2 años se está desempeñando en todas las plazas de trabajo existentes?

SI ( )

NO ( )

¿Por qué? ...…….

…….

2. ¿Considera que en la actualidad existen tabúes que limitan el desempeño de las mujeres en este campo?

SI ( )

NO ( )

¿Por qué? …..……..

……

3. ¿Dentro de que medio de comunicación tradicional de Ecuador ha percibido la presencia de una mujer desempeñando su labor periodística deportiva?

Medios escritos ( )

Radio ( )

Televisión ( )

4. ¿Qué medios de comunicación tradicional usted consume?

Medios impresos ( )

Radio ( )

Televisión ( )

5. ¿En qué horario ve o escucha programación deportiva?

Mañana ( )

Medio día ( )

Tarde ( )

Noche ( )

6. Para usted, dentro de la programación deportiva de los medios tradicionales de Loja, ¿Cuál es el género que predomina?

Masculino ( )

Femenino ( )

¿Por qué? ……..

……..

7. ¿Cree usted prudente que una mujer sea la protagonista en un espacio deportivo?

SI ( )

NO ( )

¿Cómo cuáles?

Presentadora ( )

Comentarista ( )

Panelista ( )

Editora ( )

Directora ( )

Otras ( )

Si su respuesta es otras, especifique

……...……..

8. ¿Usted conoce alguna mujer destacada en el periodismo deportivo en Loja?

SI ( )

NO ( )

Si su respuesta es afirmativa, señale su nombre/s ……..

…….

9. Al no conocer periodistas deportivas en Loja, ¿Cómo evalúa el desempeño laboral de las mujeres en el periodismo deportivo ecuatoriano?

Regular ( )

Bueno ( )

Muy bueno ( )

Excelente ( )

¿Por qué? ..……

……

10. ¿Qué prefiere usted, el relato deportivo de:

Una mujer ( )

Un hombre ( )

Hombre y mujer ( )

Explique ¿Por qué? ……

……

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIóN, EL ARTE Y LA COMUNICACIóN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La presente encuesta está dirigida a directores o editores que laboren en el medio deportivo con el propósito de adquirir información que servirá para el desarrollo de mi tesis titulada "LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"

Género ……..

Edad ……..

Cargo ……..

Nombre del medio ……..

Nombre del programa ……

Horario de programación ..…….

1. ¿Considera usted que las mujeres cuentan con las capacidades y destrezas necesarias para ser parte de un programa deportivo en los medios tradicionales?

SI ( )

NO ( )

¿Por qué? …….

……..

2. ¿Cree usted que existe alguna limitación para que una mujer pueda ser integrante de un programa deportivo?

SI ( )

NO ( )

En caso de que su respuesta sea afirmativa, explique cuáles

……

……

3. ¿Cree usted que existe algún tipo de machismo dentro del ejercicio profesional del periodismo deportivo?

SI ( )

NO ( )

¿Por qué? ……

……..

4. ¿Cuál es el rol que ocupa la mujer dentro de los programas o segmentos deportivos?

Reportera ( )

Presentadora ( )

Comentarista ( )

Voz comercial ( )

Editora ( )

Modelo ( )

Otras ( )

Si su respuesta es otras, especifique

…….

5. ¿Cree usted que las mujeres dentro de los espacios deportivos solo trabajan en cargos secundarios?

SI ( )

NO ( )

Si su respuesta es positiva, señala las opciones que usted considera necesarias.

Modelo ( )

Voz comercial ( )

Borde de campo ( )

Reportera ( )

Otros ……..

6. ¿Conoce usted a alguna narradora o comentarista deportiva en Loja en el periodo 2018 o luego de aquello?

SI ( )

NO ( )

Señale su nombre/s ……..

7. ¿Considera usted necesario que las mujeres deben contar con ciertas características para poder ser parte de un programa deportivo en los medios tradicionales?

SI ( )

NO ( )

¿Cuáles? ……

……...

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La presente encuesta está dirigida a periodistas femeninas que laboren en el medio deportivo con el propósito de adquirir información que servirá para el desarrollo de mi tesis titulada "LA INCLUSIÓN Y EL ROL QUE CUMPLE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018"

Edad ……..

Cargo ……..

Nombre del medio ……..

Nombre del programa ……

Horario de programación ..…….

1. ¿Cuántos años lleva ejerciendo el periodismo deportivo?

1 – 5 ( )

6 – 10 ( )

11 – 15 ( )

16– 20 ( )

2. Usted es periodista:

Especializada ( )

Ameter ( )

Graduada en periodismo o Comunicación Social ( )

3. ¿Qué la llevó a inclinarse a ejercer el periodismo deportivo?

Gusto y pasión ( )

Obligación ( )

Impulso familiar ( )

Otros …….

4. ¿Considera que los hombres están más capacitados que las mujeres para ejercer periodismo deportivo?

SI ( )

NO ( )

Si su respuesta es negativa, explique ¿por qué? …….

……..

5. De los medios tradicionales en Ecuador, ¿cuál es el medio que tiene mayor participación femenina en el campo deportivo?

Medios impresos ( )

Radio ( )

Televisión ( )

6. ¿Considera usted que las mujeres logran roles protagónicos en el Periodismo Deportivo?

SI ( )

NO ( )

Especifique cuáles …….

7. ¿Has sufrido algún tipo de discriminación ejerciendo la labor de periodista deportiva por parte de los medios de comunicación donde has laborado u otros?

SI ( )

NO ( )

Especifique ……

……...

8. Considera que dentro de los medios tradicionales sigue existiendo machismo en torno a la participación de la mujer en la rama deportiva.

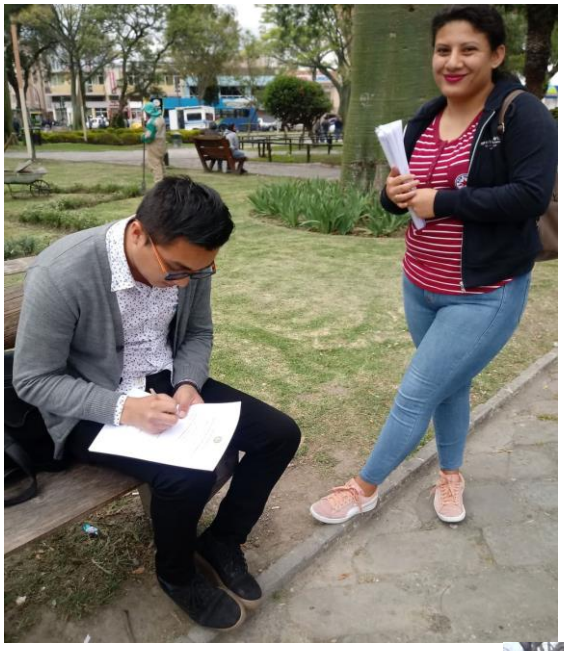
SI ( )

NO ( )

¿Por qué? ……

……..

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ÍNDICE

CERTIFICACIÓN ii
AUTORIA iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN iv
AGRADECIMIENTO v
DEDICATORIA vi
MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO vii
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS viii
ESQUEMA DE TESIS ix
a. TÍTULO 1
b. RESUMEN 2
ABSTRACT 3
c. INTRODUCCIÓN 4
d. REVISIÓN DE LITERATURA 6
1. Periodismo Deportivo 6
1.1. Definición de periodismo 6
1.1.1. Historia del Periodismo 7
1.2. Definición de periodismo deportivo 8
1.3. Historia del periodismo deportivo 9
1.4. Géneros en el periodismo deportivo 10
1.4.1. Género informativo 11
1.4.2. Género interpretativo 12
1.4.3. Género de opinión 16
1.5. Periodista deportivo 19
1.5.1. Rol del periodista deportivo 20
1.6. Periodismo deportivo a nivel mundial 22
2. Mujer, sociedad y periodismo deportivo 25
2.1. El papel de la mujer en la sociedad 25
2.2. Estereotipos de género en los medios de comunicación 27
2.3. La inclusión de la mujer en los medios de comunicación 29
3. Historia e inclusión de la mujer en el periodismo deportivo en Ecuador 32
3.1. Contexto Histórico Nacional 32
3.2. Medios de comunicación que proporcionan espacios deportivos en Ecuador 33
3.3. Periodismo deportivo en Loja 36

e. MATERIALES Y MÉTODOS 42
f. RESULTADOS 44
g. DISCUSIÓN 88
h. CONCLUSIONES 91
i. RECOMENDACIONES 92
PROPUESTA ALTERNATIVA 93
j. BIBLIOGRAFÍA 117
k. ANEXOS 123
a. TEMA 124
b. PROBLEMÁTICA 125
c. JUSTIFICACIÓN 128
d. OBJETIVOS 130
HIPOTESIS 131
e. MARCO TEÓRICO 132
f. METODOLOGÍA 153
g. CRONOGRAMA 156
h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO 157
i. BIBLIOGRAFÍA 160
ANEXOS 164
ÍNDICE 182