



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**“EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LAS
RADIOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”**

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación Social.

AUTOR:

Katherine Mishell Silva Zamora

TUTOR:

Dr. Walter Francisco Viteri Torres

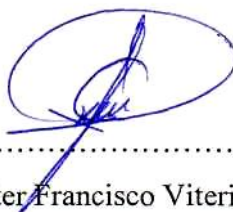
Ambato – Ecuador

2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor de Trabajo de Investigación sobre el tema: **“EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LAS RADIOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”** de la Srta. Katherine Mishell Silva Zamora, Egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos para ser sometido a evolución del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo designe para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, junio de 2018



.....
Dr. Walter Francisco Viteri Torres

C.C. 1802008118

TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Trabajo de Investigación: **“EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LAS RADIOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de responsabilidad del autor.

Ambato, junio de 2017

AUTORA



.....
Katherine Mishell Silva Zamora

C.C: 1804901245

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, junio de 2017

AUTORA



.....
Katherine Mishell Silva Zamora

C.C: 1804901245

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: **“EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LAS RADIOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”**, presentado por la señorita Katherine Mishel Silva Zamora, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato,2018

Para constancia firman:

f)

Presidente

f)

Miembro

f)

Miembro

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios y a la Virgen María, que día a día me permitieron seguir adelante en mi vida universitaria.

A mis Padres, por el apoyo y esfuerzo incondicional que me brindan siempre, los valores que me han inculcado para ser una mujer de bien.

De la misma manera a algunos maestros que se han esmerado en mi aprendizaje diario, impartiendo sabiduría desde las aulas para aplicarlas en la sociedad.

Mishell Silva

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi padre Bladimir Silva y a mi madre Marisol Zamora que han sido mi pilar fundamental, a mi hermano Matthias Silva con su tierna compañía mientras realizaba el proyecto de investigación, he llegado a culminar con éxito mis estudios universitarios, y me siento bendecida por tener una gran familia.

A mi tutor Dr. Walter Viteri que ha sabido guiarme con paciencia y de mejor manera en este proyecto de investigación de inicio a fin.

A su vez a mi novio, a mi mejor amiga y abuelitos que de una u otra manera han incidido en el presente proyecto investigativo con palabras de aliento para poder salir adelante.

Mishell Silva

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Pág.
Portada.....	i
Certificación del Tutor	ii
Autoría del Trabajo	iii
Derechos de Autor.....	iv
Aprobación del Tribunal de Grado	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice General	viii
Índice de Cuadros.....	xii
Índice de Gráficos	xiii
Resumen Ejecutivo.....	xiv
Abstract	xvi

Introducción	1
--------------------	---

CAPÍTULO I EI PROBLEMA

Tema de Investigación	3
Planteamiento del Problema.....	3
Contextualización.....	3
Macro	3
Meso.....	4
Micro.....	6
Árbol de Problemas.....	8
Análisis Crítico.....	9
Prognosis	9
Formulación del problema	10
Interrogantes:.....	10
Delimitación de contenido.	10
Delimitación espacial:.....	10

Delimitación temporal:.....	10
Justificación:	11
Objetivos:	12
Objetivo General:	12
Objetivos Específicos:.....	12

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes investigativos	13
Fundamentación filosófica	15
Fundamentación Epistemológica.	15
Fundamentación legal	16
Constitución de la Republica del Ecuador 2008	17
Ley Organica de Comunicación (Loc).....	19
Categorías Fundamentales	22
Subordinación Variable Independiente –ROL MUJER.....	23
Subordinación Variable Dependiente –Periodismo Deportivo.....	24
Fundamentación Teórica.....	25
Marco Conceptual de la Variable Independiente.....	25
Una Breve Mirada a los Feminismos	26
Variable Dependiente.....	35
La Radio	35
Historia de la Radio en el Ecuador.....	35
La Radio en Ambato	36
Periodismo.....	38
Periodismo Deportivo	38
Subordinación Marco Teórico.....	39
Variable Independiente	39
Perspectiva de Género:.....	40
Subordinación Marco Teórico.....	48
Variable Dependiente.....	48
Metodos de Investigación:	49
Testimonios	49

Libros	49
Internet	50
Medios de Comunicación.....	50
Prensa Escrita.....	50
Radio	50
La Televisión.....	51
Principales Trasmisiones.....	51
Hipotesis.....	53
Señalamientos variables de la hipótesis	53
Variable independiente.....	53
Variable dependiente.....	53

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la investigación	54
Enfoque Cualitativo	54
Modalidad de la investigación	54
Investigación Bibliográfica- Documental	54
Investigación Explicativa.....	55
Nivel o tipo de investigación.....	55
Exploratorio.....	55
Descriptivo	56
Correlacional.....	56
Población y Muestra.....	56
Población.....	56
Muestra:.....	57
Operacionalización de la Variable Independiente.....	58

CAPÍTULO IV

Verificación de la Hipótesis.....	80
-----------------------------------	----

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	83
Recomendaciones.....	84

CAPÍTULO VI
PROPUESTA

Tema de propuesta:	85
Datos informativos:.....	85
Antecedentes de la propuesta	85
Justificación.....	86
Objetivos	87
Objetivo General	87
Objetivo Específicos	87
Análisis de factibilidad.....	88
Factibilidad económica	90
Factibilidad organizacional	90
Factibilidad social	90
Factibilidad tecnológica	90
Fundamentación	91
Modelo Operativo	94
Programa Del Taller.....	96
Operativización De La Propuesta.....	96
Bibliografía	100
Anexos	
Paper	

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro No. 1 Variable Independiente: Rol de la mujer.....	58
Cuadro No. 2 Variable Dependiente: Periodismo Deportivo.....	59
Cuadro No. 3 Entrevista a Martha Córdova (primera mujer periodista deportiva) ...	60
Cuadro No. 4 Entrevista a Fernando Baird (Periodista Deportivo)	64
Cuadro No. 5 Entrevista a Patricio Mantilla (Periodista de Ambato).....	70
Cuadro No. 6 Entrevista a Lorena Ramos (Periodista Deportiva)	73
Cuadro No. 7 Entrevista a Grace Infante (Directora Técnica).....	77
Cuadro No. 8 Modelo Operativo.....	95
Cuadro No. 9 Operativización de la Propuesta	97

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico No. 1 Árbol de problemas.....	8
Gráfico No. 2 Categorías Fundamentales (Supraordinación)	22
Gráfico No. 3 Subordinación V. I: Rol Mujer	23
Gráfico No. 4 Subordinación V. D: Periodismo Deportivo.....	24

RESUMEN EJECUTIVO

Tema: “El rol de la mujer en el periodismo deportivo en las radios de la ciudad de Ambato”.

Autor: Katherine Mishel Silva Zamora.

Tutor: Dr. Walter Francisco Viteri Torres.

El presente estudio tiene como finalidad analizar el rol de la mujer en el periodismo deportivo en las radios de la ciudad de Ambato, investigando los beneficios y perjuicios que posee adquirir nuevas funciones periodísticas al momento de difundir información.

Las personas que consumen información deportiva comienzan a optar por recibir información a través de una dama, el periodismo deportivo va tomando fuerza al momento de conocer noticias por medio de las chicas, existen varias radios con programación deportiva que ayudan para que la femenina tenga más alcance y complemente con el hombre al momento de informar, al momento varias mujeres alrededor del mundo van ocupando diferentes roles en programas deportivos.

Durante el proceso investigativo se desconocía el rol que tiene la mujer en las radios deportivas de la ciudad de Ambato, profundizando el simple hecho de poder ocupar dentro de un programa deportivo las funciones más básicas dentro de ella, sino ocupar funciones como comentarista o relatora de una transmisión en vivo de un partido de fútbol.

Las damas han podido llegar con información deportiva, rompiendo estereotipos que impone el machismo. Trasmitir un partido de fútbol en vivo permitiría llegar a más oyentes en las radios de la ciudad de Ambato donde podrán tener una igualdad en los roles ya que al igual que el hombre se viene preparando para poder emitir opiniones o comentarios de los diferentes deportes.

La mujer al momento de ocupar un rol dentro de un programa deportivo en una radio

debe dar a conocer su capacidad y su imagen corporal quedará por añadidura, la posibilidad de acompañar al hombre en transmisiones deportivas en vivo ya ha sido aceptada por la sociedad, pero solo para hacer entrevistas, ser reportera de camerino, dar estadísticas y hacer voz comercial, pero una chica preparada y que se sigue actualizando debería atreverse a escalar posiciones y llegue a tener el mando de la programación, es decir tener la función importante del Director, del que relata, del que comenta, esto puede llegar a ser un beneficio para los propietarios de una radio ya que llegaría una nueva era de la radio para generar más recursos económicos.

PALABRAS CLAVE: Trasmisión, rol periodístico de la mujer, información deportiva, radio.

ABSTRACT

Topic: The role of women in sports journalism in the radios of the city of Ambato.

Author: Katherine Michell Silva Zamora

Tutor: Dr. Walter Francisco Viterbi Torres

The purpose of this study is to analyze the role of women in sports journalism in the radios of the city of Ambato, investigating the benefits and harms of acquiring new journalistic functions when disseminating information.

People who consume sports information begin to choose to receive information through women, sports journalism is gaining strength at the time of knowing news through women, there are several radios with sports programming that help women have more reach and complement with the man at the moment of informing, at the moment several women around the world are occupying different roles in sports programs.

During the investigative process, the role of women in sports radios in the city of Ambato was unknown, deepening the simple fact of being able to occupy the most basic functions within a sports program, but occupying functions as a commentator or rapporteur of a live broadcast of a football match.

The woman has been able to arrive with sports information, breaking stereotypes imposed by machismo. Transmitting a live soccer match would allow more listeners to reach the radios of the city of Ambato where they can have an equal role as the woman as well as the man is preparing to issue opinions or comments on the different sports.

The woman when occupying a role in a sports program on a radio should make known their ability and their body image will be added, the possibility of accompanying the man in live sports broadcasts has already been accepted by society, but only to do interviews, to be a reporter in the dressing room, to give statistics and to make a

commercial voice, but a woman who is prepared and who keeps on updating should dare to climb positions and get to have the command of programming, that is, to have the important function of the Director, of the one who relates, who comments, this can be a benefit for the owners of a radio since a new era of radio would arrive to generate more economic resources.

KEYWORDS: Transmission, Journalistic role of the woman, Sports Information, Radio.

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Ambato el periodismo deportivo ha evolucionado, la mujer cada vez se va involucrando por el talento y la capacidad para complementarse al hombre en la información deportiva de manera que las radios capten más oyentes y tenga mayor alcance, hacen que estos medios de comunicación innoven su programación.

Transmitir en vivo programas radiales con mujeres, es una de las ventajas que tienen las radios locales para llegar a más personas mediante el criterio y opinión, la capacidad que tiene una dama para emitir información desde cualquier función periodística llega a los paneles de los integrantes de los medios de comunicación que sienten la necesidad de avanzar innovando las parrillas de programas deportivos para realizar productos de audio con estándares de calidad.

Es por ello que, para lograr los objetivos planteados hemos desarrollado la investigación de la siguiente manera:

Capítulo I, El Problema, donde se analiza la contextualización macro con datos de países de Latinoamérica como en Argentina o Chile y distintos países en los que se practica el fútbol profesional las mujeres han comenzado a tener un rol muy importante como en la reportaría de noticias deportivas hasta llegar al análisis del mismo en la mesa compartiendo ideas o mensajes con sus compañeros hombres, se analizó la relación causa - efecto del árbol de problemas, para llegar a la elaboración de la prognosis, la formulación del problema, la justificación de la importancia, el interés, impacto y beneficiarios al momento de ejecutar el proyecto, los objetivos general y los específicos que ayudaron a la determinación de resultados de la investigación bibliográfica y de campo.

El Capítulo II, Marco Teórico, se señalan los antecedentes del estudio y su sustento filosófico y legal, además se recoge la fundamentación teórica que tiene relación las radios y los roles de la mujer. En este capítulo además se encuentra la hipótesis que trata sobre las funciones que una mujer ocupa dentro de un programa deportivo de las radios de la ciudad de Ambato.

Capítulo III, Está conformado por la metodología que engloba el enfoque de investigación, nivel o tipo, modalidad básica, población y muestra, operacionalización de variables (dependiente e independiente), plan de recolección y procesamiento de la información, con la descripción de las entrevistas, el procesamiento y análisis.

El Capítulo IV, el análisis e interpretación de resultados obtenidos en la investigación, donde se envuelve un análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados de las encuestas, llegando a la comprobación de hipótesis.

En el Capítulo V, se describen las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los resultados obtenidos y objetivos que se estudia, para lograr solucionar las problemáticas encontradas en la investigación.

En el Capítulo VI, aquí se desarrolla la propuesta donde se diseñó un taller testimonial de mujeres con experiencias exitosas en el periodismo deportivo ecuatoriano, el mismo que tendrá como ponentes a mujeres que se han destacado en el periodismo deportivo y a hombres que hayan trabajado con ellas.

Línea de Investigación: Referencias bibliográficas y anexos relevantes.

CAPÍTULO I

EI PROBLEMA

TEMA DE INVESTIGACIÓN

“EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LAS RADIOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

CONTEXTUALIZACIÓN

MACRO

La mujer es un ser humano multifacético, donde en los últimos años ha venido teniendo grandes desempeños en diferentes áreas tanto propias de ellas como algunas prohibidas por la carga de sociedad o por los hombre, una de aquellas ramas fue el estudios y el introducirse en el medio político, pero que decir si en los últimos años se han ido involucrando en los medios de comunicación como reporteras y presentadoras de diversos programas como el espacio deportivo uno de los más grandes tabús que ha tenido la sociedad.

(mujeres, 1995, pág. 3)

Las chicas no son presentadas como personas individuales, sino como esposas, hijas o madres, frente a la imagen autónoma del varón. Según Menéndez (2001), se nos transmite una imagen anclada en una representación de roles sumisos y dependientes; y cuando se llega a presentar a una dama en el ámbito del trabajo, aparece dedicada a profesiones de segundo nivel y en lugares desde los cuales no compite con el mundo masculino. El resultado es la minimización de la situación laboral de las femeninas y la insistencia de las tareas “femeninas”, entre las cuales destaca la maternidad.

Alrededor de toda Latinoamérica hemos podido observar que en los distintos países en los que se practica el fútbol profesional las mujeres han comenzado a tener un rol muy importante como en la reportaría de noticias deportivas hasta llegar al análisis del mismo en la mesa compartiendo ideas o mensajes con sus compañeros hombres.

Tal es el caso de la chilena Magdalena Grant, corresponsal en Rusia de ESPN para la Copa Confederaciones, situación en la que sus compañeros le dan paso y lo primero en referirse fue en la ropa que ella usaba ese momento y hacerle un tal up en donde hablaban de ella y nada más, pues que regresan a estudios sin información a la que mandaron a cubrir.

Vale recordar también a Sara Carbonero reportera de fútbol quien entrevistaba a su novio Iker Casillas jugador de la selección española, este uno de los tantos casos que han recorrido el mundo con la vinculación de las mujeres en los programas.

MESO

Para (Chávez Ramírez, 2018) El periodismo deportivo en el país carece de una historia sólida que nos remonte a los inicios de esta especialización como tal. Sin embargo, muchos investigadores sobre este fenómeno social coinciden en que la historia del periodismo especializado en deportes en Ecuador se inició a comienzos del siglo XX con pequeñas notas en el diario El Comercio de Quito, El Telégrafo y El Universal de Guayaquil. Más tarde se sumó El Universo como continuidad de El Universal y El Mercurio de Cuenca. Todos con la particularidad de cubrir los hechos deportivos de su ciudad. Posteriormente aparecieron también algunas revistas deportivas y se efectuaron transmisiones radiales fue así como dicha especialización empieza a consolidarse.

Es así como otra problemática que esta carrera universitaria es lo empírico que no está mal ya que existen individuos que nacieron con el don de locutor, pero en si es el problema de lo empírico en la actualidad porque existen varias personas que tiene un título universitario de otra carrera que en ocasión no tiene ni similitud con las Ciencias Sociales y llegan a ser hasta directores de los programas.

Ciertas radios ecuatorianas han incorporado en los últimos años a una, dos o tres mujeres en sus programas deportivos unas quizás por ser equitativos y salir fuera de lo común y otras por el morbo y ganar audiencia con la voz sensual de una fémina y por ponerle el plus en una transmisión de fútbol o en el panel haciendo el análisis futbolístico con sus compañeros como es el caso de Flor Alfaro Moreno reportera y comentarista de la Radio Doble 88.9 en Guayaquil o de Elizabeth Pazmiño reportera de la Radio Mach Deportes en Quito y también de CNT SPORT en el centro del país. Según (TUFÍÑO POZO, 2014, pág. 16) Las mujeres que hoy dedican su vida al periodismo deportivo, saben a lo que se enfrentan, a los obstáculos que deben superar para salir adelante y ser tomadas más en cuenta en este ámbito del periodismo. Si se enciende el televisor un sábado en la noche o domingo por la mañana podemos observar que, en los programas deportivos transmitidos en los diferentes canales de televisión, no hay variedad de mujeres entre los conductores, y si es que las hay son sólo el objeto sexual del programa, o tal vez sólo hace algunas entrevistas de temas poco trascendentes.

Según María Soledad Reyes (2016), el primer ejercicio periodístico deportivo femenino se registra en la ciudad de Quito y va de la mano de Martha Córdova en agosto de 1982 en Radio Tarqui. Esta mujer periodista deportiva ha colaborado también para la prensa escrita en los diarios La Hora, Hoy y El Comercio, ha sido reportera de deportes en Ecuavisa en un programa denominado Ronda Deportiva, expandiendo aún más su experiencia laboral, esta mujer también se ha desempeñado como docente universitaria. Muchos de los periodistas deportivos de gran trayectoria recuerdan a Julieta Estrella, colombiana de nacimiento, es considerada en Ecuador la primera mujer en relatar un partido de fútbol en radio Tarqui, junto a periodistas de larga trayectoria como Oscar Portilla y José Granizo. Actualmente existen segmentos deportivos en la parrilla de programación de canales y radios, de 6 canales de televisión abierta en el país, 5 cuentan con presencia femenina en sus programas, noticiarios y transmisiones de partidos. De igual forma de 4 radios especializadas únicamente en deportes 3 cuentan con presencia femenina. En Ecuador existe una sola mujer con el espacio y la oportunidad de comentar un partido de fútbol tanto en radio como en televisión. Soledad Rodríguez, es una periodista quiteña que ejerce el periodismo deportivo por más de 15 años. La mujer empieza a ser incluida en el periodismo

deportivo, sin embargo, hay que preguntarse si es que llega a ser incluida ¿qué rol ocupa la mujer en esta profesión? Queda demostrado con esta investigación que la mujer sigue ocupando roles de menor jerarquía que los hombres sin tener una presencia visible sobre todo en programas de opinión y de debate deportivo, la participación de la mujer es nula.

En el presente año las mujeres ya han ganado una gran influencia en los medios de comunicación tanto radio, televisión, prensa escrita e internet y por consiguiente el tabú de que una mujer no debería o podría participar en estos programas se va rompiendo al igual que al jugar fútbol ya que en el año 2018 la mayoría de los clubs del país ya deberá implementar un equipo de futbol femenino a más del masculino y las formativas en sus diferentes sub.

MICRO

En la provincia de Tungurahua existen alrededor de 39 medios radiales, pero solo 8 estaciones transmiten eventos deportivos y en 6 frecuencias en sus integrantes se encuentran mujeres quienes han sabido involucrarse y llevar información deportiva para sus oyentes, algunas muy cuestionadas por ponerle morbo en sus comentarios o por seguir la corriente a sus compañeros en términos sexistas y en otras ocasiones chicas que han sabido darse su lugar y llegar a su fin, es decir ser contundentes, claras y concisas en la información deportiva dando su criterio y haciendo respetar su forma de pensar ante un panel y la audiencia.

En la ciudad de Ambato, Radio Amor implementó un nuevo sistema de información al incluir a damas, haciendo al programa un dinámico e introvertido y dando la oportunidad de hacer lo que les gusta a estas jóvenes que se han ilustrado en las técnicas, tácticas y demás que tiene el fútbol.

La oportunidad que han tenido en este medio les ha permitido incluso viajar a distintos países para realizar transmisiones futbolísticas como Mundiales, la Copa Sudamericana, Copa Libertadores.

Radio Serio Fiesta es una de las emisoras de la ciudad de Ambato en la actualidad cuenta con dos mujeres una de ellas Lucy Córdova comunicadora social con formación académica, quien es la única mujer en reportar a un equipo de futbol y tener más acercamiento a las practicas con las diferentes técnicas que tiene el futbol y sacar de esto un reporte para la audiencia.

Según Lucy Córdova en el año 2011 ella incursionó en el periodismo deportivo en la ciudad de Ambato y uno de sus recuerdos que tiene es la discriminación que sufrió en el complejo deportivo de Macará, cuando los jugadores le decían “Tu qué haces aquí, deberías estar en la cocina”, al principio Lucy sonreía, pero después de esa frase con un gesto de tristeza y a la ves de enojo, dijo que con su trabajo les fue tapando la boca tanto a jugadores como a sus propios colegas y es así que después de 7 años de ser fiel a su empleo, su rol en dicha labor es reconocida e incluso mencionó que hoy es muy querida por los jugadores del club ambateño.

Los medios de comunicación en el cantón Ambato han buscado ponerle algo extra a sus programas sobre todo en los programa deportivos en sus horarios de 08h00 a 10h00 de 12hoo a 14h00 y de 18h00 a 20h00 todos los días y por supuesto en las transmisiones en un Estadio y esto debido que a más que ser la voz femenina y tener la capacidad para hablar de futbol y ponerle un toque sensual con una delicada voz que inspire al oyente a escucharle y tenga la necesidad de sintonizar dicha emisora.

ARBOL DE PROBLEMAS

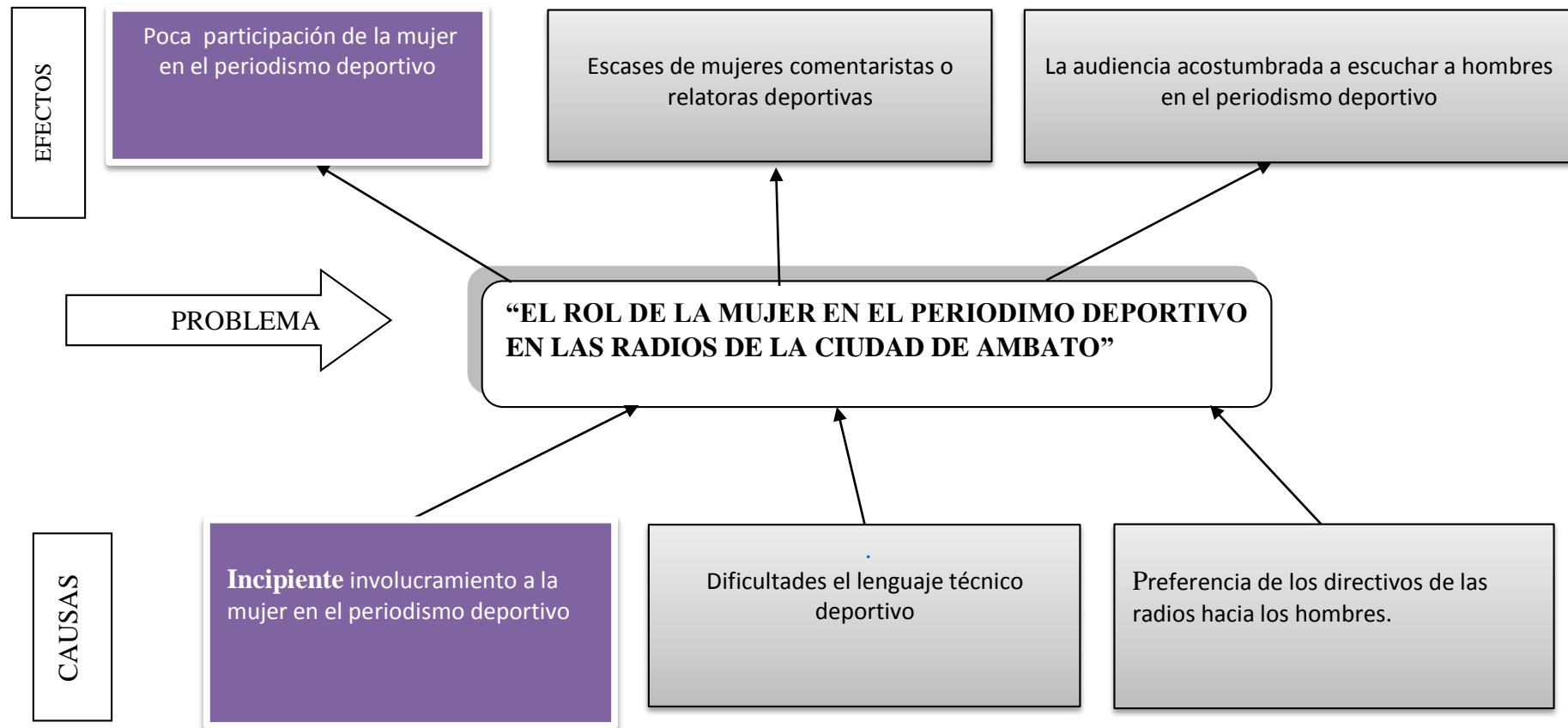


Gráfico No. 1 Árbol de problemas.

Elaborado por: Mishel Silva.

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS CRÍTICO

Basándose en el árbol de problemas se puede determinar que la presente investigación a la mujer no le da muchas oportunidades de trabajar en un medio micrófono en un set de estación radial en el ámbito deportivo.

El involucramiento en el tema deportivo nos lleva a la auto preparación que tienen las mujeres para conocer sobre este ámbito, el desconocimiento de reglas deportivas provoca no adquirir como profesión el periodismo deportivo, en la actualidad en el Ecuador no existe señoras que relaten encuentros deportivos más aun futbolísticos, esto por la falta de un lenguaje técnico que no se ha adquirido por desconocimiento o vergüenza al momento de estar en una estación radial.

El hombre se ha llevado todos los méritos en esta profesión al saber que las damas no toman fuerza para apoderarse del mundo deportivo, los medios de comunicación prefieren contratar hombres que les garanticen buenas coberturas periodísticas siendo poli funcionales en diversos temas como comentaristas, relatores y voces comerciales al mismo tiempo, a comparación de la mujer que si bien es cierto ponen la sensualidad en los medios, pero su trabajo es muy limitado en el ámbito deportivo.

PROGNOSIS

Si no se aprovecha el aporte que las señoritas pueden llegar a dar en la información deportiva las consecuencias serán graves para el medio de comunicación, por el hecho de no brindar un espacio de protagonización en un comentario o en una transmisión es decir que llegue hacer más de lo que ya hace como por ejemplo relate un partido de fútbol o comente una jugada sin ser minimizada.

La radio escuchas o televidentes serán testigos de la apertura que una mujer llegue a tener en los programas deportivos y quienes juzguen el trabajo de las misma, además está en la potestad de darle más rating a una estación radial o simplemente cambia de dial.

El poder compartir micrófonos entre próximos programas deportivos ha logrado sacar de lo común a las diferentes radios que en sus integrantes ya que se le ha implementado una nueva forma de trabajo en donde la oyente femenina interactúa con los medios de comunicación en sus programas deportivos que antes no le interesaba escuchar estos programas, gracias a las mujeres periodistas; amas de casa o mujeres en diferentes puestos de trabajo han comenzado a interactuar en el mundo futbolero.

Formulación del problema

¿Qué rol desempeña la mujer en el periodismo deportivo en las radios de la ciudad de Ambato?

Interrogantes:

¿Qué rol desempeña la mujer en las radios de la ciudad de Ambato?

¿Cómo se desarrolla el periodismo deportivo en las radios de la ciudad de Ambato?

¿Cuál es la propuesta a aplicar al tema plantado?

Delimitación de contenido.

CAMPO: Comunicación.

ÁREA: Medios de Comunicación.

ASPECTO: Periodismo deportiva.

Delimitación espacial:

Esta investigación se realizó en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Ambato que han incluido en su equipo de trabajo a mujeres.

Delimitación temporal:

Este problema se realizó en el periodo comprendido entre el 23 de abril y el 23 de agosto del 2018.

Justificación:

La propuesta tiene como finalidad aplicar la investigación como espacio principal de desarrollo del rol de la mujer y su inclusión a los programas deportivos de las radios con la idea de poseer una buena estrategia para despertar el interés sobre la capacidad de comentar o narrar en una transmisión deportiva.

Esta propuesta además nace con la idea de investigar sobre el conocimiento del rol de la mujer en el periodismo deportivo, el mismo que ha sido creado exclusivamente para ocupar roles que limitan las oportunidades de surgir en las diferentes ocupaciones dentro de la radio, incluyendo la labor de comentarista o narradora en partidos de fútbol.

Dentro del mundo del periodismo, hay mujeres que ejercen su trabajo en esta área, el problema es cuando quieren involucrarse más con el medio, muchos presumen que esta área del periodismo deber ser ejercida y protagonizada por hombres.

También dependerá del nivel de la profesional ganarse espacio dentro del medio, mucho de sus conocimientos y no de sus atributos físicos, su nivel intelectual, la capacidad de recepción e interpretación a la hora de presentar las noticias deportivas serán un factor determinante para que la mujer pueda ejercer un rol mucho más protagónico.

Por lo general cuando encendemos el televisor y sintonizamos un programa deportivo claramente podemos observar que hay una escasa presencia de mujeres entre los conductores, pocos son los programas que le dan a la mujer su espacio y si hay son por su apariencia física y no trascienden con sus reportajes, temas, opiniones o comentarios.

La propuesta cumple con la finalidad de conocer las experiencias personales de cada oyente o espectador sobre las ventajas o desventajas que provoca la estadía de una mujer en un medio de comunicación abordando temas deportivos.

Objetivos:

Objetivo General:

Identificar la limitación de espacio a la mujer en los programas deportivos de las Radios de Ambato.

Objetivos Específicos:

- Determinar que cargos son brindados a la mujer en las radios de Ambato para difundir los programas deportivos.
- Establecer los alcances que tiene una mujer en los programas deportivos de las radios de Ambato.
- Diseñar una propuesta para aprovechar los beneficios que posee el intelecto de la mujer en los programas deportivos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes investigativos

El presente proyecto de investigación encontró varias tesis similares que concuerdan con la temática planteada, tanto en la variable independiente, como en la variable dependiente que aportan significativamente en el proceso de investigación.

Según (Moreno Guano, 2010, pág. 4) en su investigación “LA INSERCIÓN DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO ACCIONES PARA INCENTIVARLO EN LA SOCIEDAD ECUATORIANA ACTUAL” se plantea como objetivo general fundamentar un plan de acciones que contribuya a la inserción de la mujer ecuatoriana en el periodismo deportivo, garantizando su efectiva participación social y satisfacción profesional, así también se plantea las siguientes conclusiones: Sí bien es cierto que la platea en el periodismo deportivo está llena de hombres, no es menos cierto que las mujeres paulatinamente van acortando esa brecha en base a su confianza y capacidades, pero aún queda mucho por hacer.

Las relaciones laborales no tienen por qué verse afectadas si se integran mujeres al Periodismo Deportivo, pues lejos de afectar en algo, los beneficios que brindaría una mujer a un área en la que sólo laboran hombres son muchos, comenzando por el orden y responsabilidad en los aspectos del trabajo ya que la mujer es más detallista y ordenada mientras que el hombre actúa de una manera más superficial. La falta de oportunidad en los medios, la desigualdad de oportunidades de empleo y los estereotipos hacia la mujer, en contra de las mismas que se tratan de eliminar a través de este trabajo de investigación.

En cuanto a la equidad de género un 90% de todos los resultados que arrojó esta investigación coinciden que debe haber igualdad, esto es un sinónimo de que la

verdadera transformación social y equitativa está por llegar. Sí las aulas universitarias de la carrera de Comunicación Social y Periodismo, están copadas en su gran mayoría por mujeres, los medios de comunicación también deberían estarlo, pero en la práctica sucede todo lo contrario, esto demuestra que si existen barreras que limitan su presencia en el Periodismo Deportivo y que los responsables de esto somos los hombres.

La inserción de la mujer sí bien es cierta que la plantea en el Periodismo Deportivo y los medios de comunicación se relaciona con el universo femenino. Según (Pita Ávila., 2014) en su proyecto de investigación plantea los siguientes objetivos general, establecer y analizar los obstáculos de posicionamiento profesional que se imponen en las relaciones jerárquicas laborales dentro de los medios masivos de comunicación en la labor femenina dentro del ejercicio profesional del Periodismo Deportivo.

Para ello, se estima importante diseñar un plan de acciones que contribuya a la inserción de la mujer ecuatoriana en el Periodismo Deportivo, garantizando su efectiva participación en este ámbito laboral; dar cuenta de cómo estas relaciones condicionan el desempeño profesional de las periodistas y poder ir garantizando así la equidad de género en el ámbito de la información deportiva y así también sus objetivos específicos como son:

- a) a.- Diagnóstico empírico de la situación actual del Periodismo Deportivo ecuatoriano en especial Guayaquil, analizar la inserción de mujeres periodistas en los espacios de toma de decisiones de los medios masivos.
- b) c.- Estudio del marco teórico-conceptual e histórico-tendencial, del Periodismo Deportivo ecuatoriano para dar cuenta del género como una construcción sociocultural. (A partir de los métodos y técnicas).
- c) Fundamentación de una propuesta de plan de acciones para incentivar a las estudiantes de comunicación social y despertar su interés por el Periodismo Deportivo y de esta manera lograr que haya mayor participación femenina en este género. Y así lograr la anhelada equidad de género en el Periodismo Deportivo ecuatoriano.

Es importante señalar las conclusiones del autor: Sí bien es cierto que la platea en el Periodismo Deportivo está llena de hombres, no es menos cierto que las mujeres paulatinamente van acortando esa brecha en base a su confianza y capacidades, pero aún queda mucho por hacer.

La falta de oportunidad en los medios, la desigualdad de oportunidades de empleo y los estereotipos hacia la mujer, quizá son las causas que sobresalen negativamente en contra de las mujeres, Mismas que se tratan de eliminar a través de este trabajo de investigación.

En cuanto a la equidad de género un 76% de todos los resultados que arrojó esta investigación coinciden que debe haber igualdad, esto es un sinónimo de que la verdadera transformación social y equitativa está por llegar. Sí las aulas universitarias de la carrera de Comunicación Social, están copadas en su gran mayoría por mujeres, los medios de comunicación también deberían estarlo, pero en la práctica sucede todo lo contrario, esto demuestra que si existen barreras que limitan su presencia en el Periodismo Deportivo y que los responsables de esto son los hombres y complejos de estereotipos sociales.

Fundamentación filosófica

La presente investigación está enmarcada dentro del paradigma crítico- propositivo, debido a que surge la necesidad de una crítica con relación al “Rol de la mujer en los programas deportivos de las radios de la ciudad de Ambato”, estableciendo soluciones mediante propuestas que se orientan directamente a proporcionar un camino de alternativa y estrategias que aportaran de forma significativa a la inclusión de la mujer en los programas deportivos de la ciudad.

Fundamentación Epistemológica

Considero que el conocimiento es la base de la realidad, es un conjunto de datos concretos asimilados de forma directa e indirecta que alimentan de sentido el contexto de acción del sujeto, por lo tanto, la presente investigación logrará la sinergia de

significados y datos estadísticos los cuales serán vitales para el aprendizaje de nuevos contenidos y la cognitiva del manejo del rol de la mujer en los programas deportivos de las radios de la ciudad de Ambato.

Fundamentación legal

Dentro de las normas, reglamentos y leyes que rigen en el sistema de Gobierno Constitucional de la República del Ecuador tenemos varios organismos dentro del cual se destaca la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), quien dentro de sus programas públicos muestra el Plan Nacional Para el Buen Vivir ejecutado entre el año 2009 – 2013, en este se enfatiza el mejoramiento de calidad de vida de los ecuatorianos en todas sus esferas desde lo económico, comunicación, educación, salud, igualdad, entre otras, es así que el SENPLADES (2009 – 2013) menciona: “La concepción del Buen Vivir necesariamente recurre a la idea del “nosotros”. La comunidad cobija, protege, demanda, es sustento y base de la reproducción de ese sujeto colectivo que todas, todos y cada uno “somos”. (p. 18). Esta concepción orienta a la importancia de una calidad de vida unificada donde todos son parte de un sistema que debe ser vinculante brindando equilibrio en todas las esferas del desarrollo humano.

La siguiente investigación que se encuentra amparada en el orden jerárquico de la aplicación legal.

Cabe notar que uno de los aspectos importantes es lo concerniente a la salud en todos sus aspectos es así que SENPLADES (2009 – 2013) CITA: “La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas” (p.76). Con ello se establece que es de vital importancia la investigación enfocada en el buen vivir como política que sostiene el tema planteado, ya que el mismo contiene lo referente a la adolescencia y familia, con esta perspectiva se tiene que:

El mejoramiento de la calidad de vida es un proceso multidimensional y complejo,

determinado por aspectos decisivos relacionados con la calidad ambiental, los derechos a la salud, educación, alimentación, vivienda, ocio, recreación y deporte, participación social y política, trabajo, seguridad social, relaciones personales y familiares”. (Plan del buen Vivir, 2009 – 2013, pág. 71)

Dentro de los aspectos prioritarios para el respaldo del estudio la Constitución Política de la República del Ecuador expedida por la Asamblea Nacional en el año 2008 extiende prioridades que van desde el ámbito de identidad asegurando el bienestar de los mismos, es así que se cita el siguiente artículo:

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008

TITULO II

DERECHOS

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a

otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Capítulo 4 De los derechos económicos, sociales y culturales

Sección segunda del trabajo.

Art. 35.- El trabajo es un derecho y un deber social. Gozará de la protección del Estado, el que asegurará al trabajador el respeto a su dignidad, una existencia decorosa y una remuneración justa que cubra sus necesidades y las de su familia.

Se regirá por las siguientes normas fundamentales:

Art. 36.- El Estado propiciará la incorporación de las mujeres al trabajo remunerado, en igualdad de derechos y oportunidades, garantizándole idéntica remuneración por trabajo de igual valor. Velará especialmente por el respeto a los derechos laborales y reproductivos para el mejoramiento de sus condiciones de trabajo y el acceso a los sistemas de seguridad social, especialmente en el caso de la madre gestante y en período de lactancia, de la mujer trabajadora, la del sector informal, la del sector artesanal, la jefa de hogar y la que se encuentre en estado de viudez. Se prohíbe todo tipo de discriminación laboral contra la mujer.

Art. 41.- El Estado formulará y ejecutará políticas para alcanzar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, a través de un organismo especializado que funcionará en la forma que determine la ley, incorporará el enfoque de género en 13 planes y programas, y brindará asistencia técnica para su obligatoria aplicación en el sector público. (Asamblea Nacional , 2008)

LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN (LOC)

TÍTULO IV

Regulación de contenidos

Art.- 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

Art.- 62.- Prohibición. - Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

Art.- 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias. - Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado: 1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público; 2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión

de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta, y; 3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas. En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación.

Art.- 66.- Contenido violento. - Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza. Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omite cumplir con esta obligación.

Art.- 67.- Prohibición. - Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso. Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omite cumplir con esta obligación, sin perjuicio de que el autor de esta conducta responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art.- 68.- Contenido sexualmente explícito. - Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos. Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

Art.- 69.- Suspensión de publicidad. - De considerarlo necesario, y sin perjuicio de implementar las medidas o sanciones administrativas previstas en esta Ley, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, mediante resolución fundamentada, la suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa.

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Red de Categorías Fundamentales

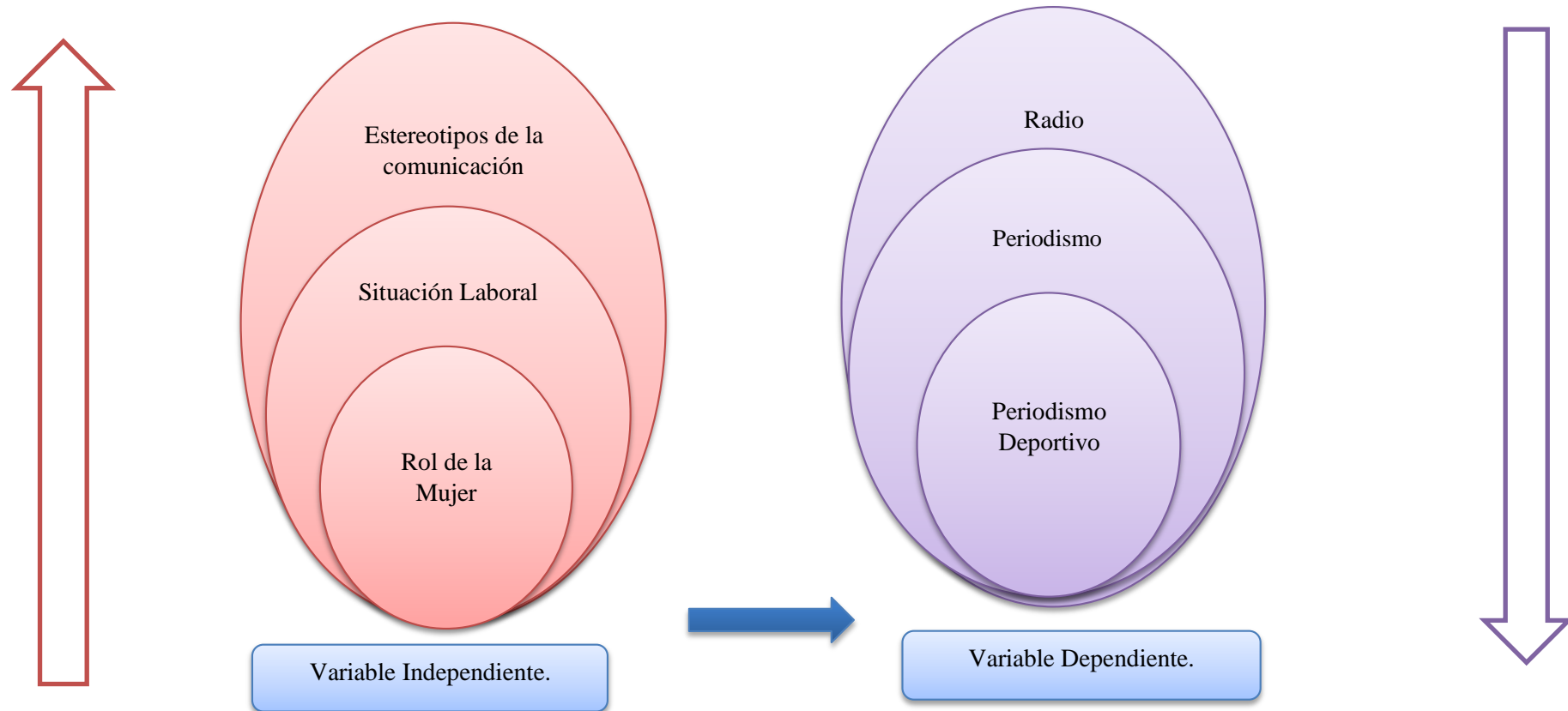


Gráfico No. 2 Categorías Fundamentales (Supra ordinación)

Elaborado por: Mishel Silva.

Fuente: Investigadora

Subordinación Variable Independiente –ROL MUJER

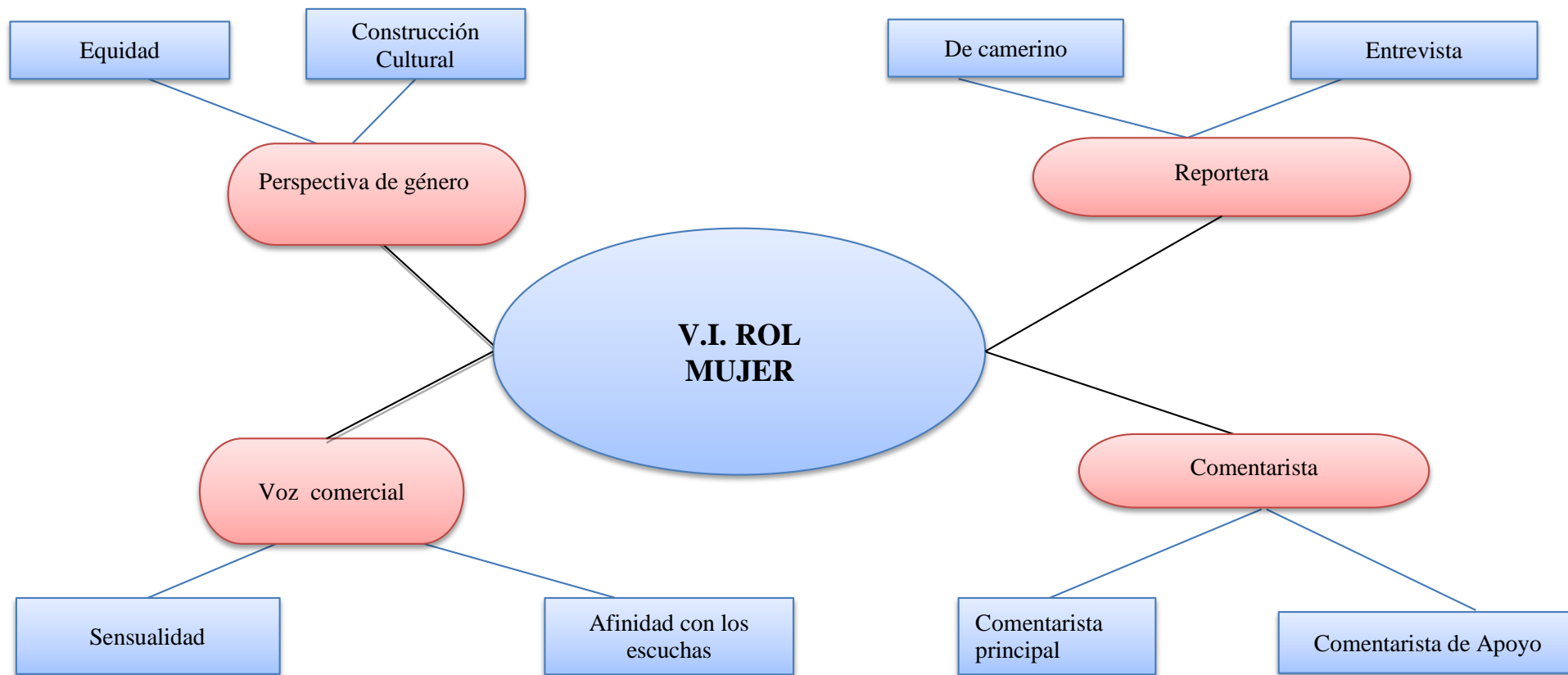


Gráfico No. 3 Subordinación V. I: Rol Mujer

Elaborado Por: Mishel Silva

Fuente: Investigadora

Subordinación Variable Dependiente –Periodismo Deportivo.

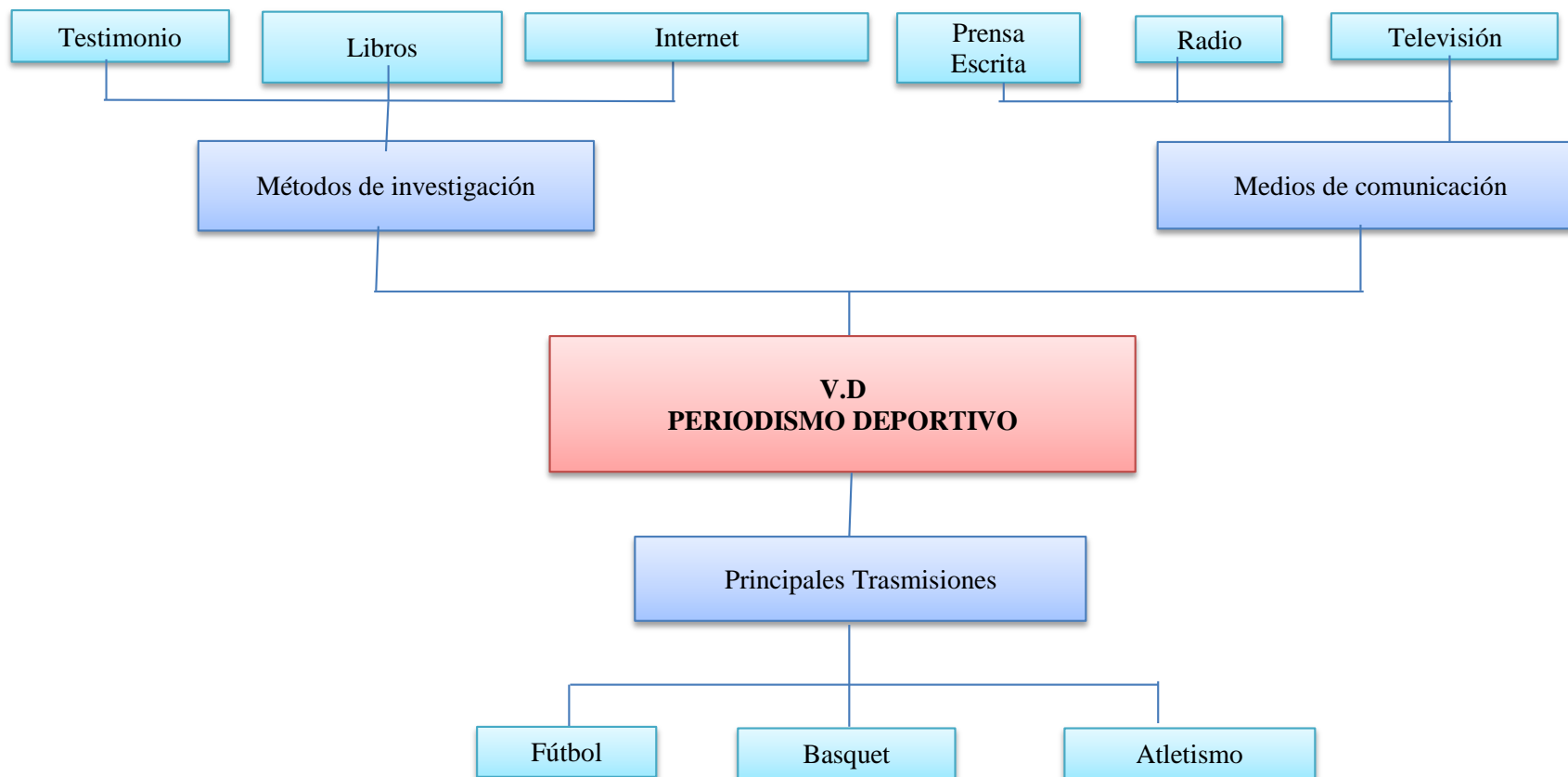


Gráfico No. 4 Subordinación V. D: Periodismo Deportivo.

Elaborado por: Mishel Silva

Fuente: Investigadora

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

MARCO CONCEPTUAL DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

- **EL ROL DE LA MUJER**

(Astarloa de Cancelliere, 2005) Afirma que la cultura se construye sobre la realidad humana: varón-mujer. Los roles que cada uno ejerza pueden intercambiarse, pero cada quien los vivirá desde su identidad masculina o femenina. Una mujer puede manejar un camión, pero lo hará de un modo indiscutiblemente femenino, así como un hombre cambiará pañales de manera ciertamente masculina. La posibilidad de que estos roles puedan intercambiarse no implica el derecho a exigirlo.

Todos concordamos que debemos construir una sociedad más sana, con auténtica libertad, con trabajo y sueldos justos, permitiendo conciliar el cuidado de los hijos y la familia con las obligaciones laborales, tanto para el varón como la mujer, sin violencias, ni abusos.

Establece la diferencia desde otra perspectiva, dos formas de ser persona: varón y mujer; y no por ello debieran considerarse desiguales en un intento desenfrenado por abolir las diferencias; para ella esto es imposible y desde ahí forja la polémica con la ideología de género. Así, no sería la naturaleza humana la que marcaría alguna injusticia, sino precisamente las condiciones históricas y culturales en la vida de cada sociedad.

Se ve en películas, en programas de televisión o de radio, o al hojear las páginas de una revista o navegar por Internet. Independientemente del medio de comunicación elegido, hay muchas posibilidades de encontrar estereotipos que perpetúan la discriminación de género. En todo tipo de medios de comunicación, las mujeres suelen estar delgadas y aparecer sexualizadas. Hablan menos que los hombres. Tienen menos opiniones. Y en la industria del entretenimiento todavía es más difícil que desempeñen un papel protagonista o de profesional, o incluso como mujeres que trabajan para ganarse la vida. (ONU, 2015)

Aparecen los estereotipos en donde ya se comienza a limitar el aporte de la mujer y más aún cuando es de dar su punto de vista u opinión y esto se da en la mayoría de roles que llega a desempeñar cada mujer dentro del mundo de la comunicación, específicamente en la radio en los programas deportivos.

Estas diferencias sexuales expresan aquellas jerarquías culturales entre los Sexos. Aparece lo que muchas/os investigadores de género denominan:

Según (Hendel, PERSPECTIVA DE GÉNERO, 2017, pág. 14) El SEXISMO: es toda forma de jerarquizar las diferencias entre el varón y la mujer, otorgándole superioridad a “lo masculino” desde una perspectiva discriminatoria que lleva consigo prejuicios y produce prácticas vejatorias y ultrajantes para aquello que no entra en la categoría varón, fundamentada en una serie de mitos que hablan de la superioridad masculina. esta idea, la de la superioridad, naturaliza privilegios que dan poder de acción y decisión a los varones y se sostiene convenciendo al género femenino de que su subordinación y obediencia son condiciones predeterminadas por la naturaleza.

Se mencionó ya la incidencia de las formas culturales en los individuos a través de las instituciones, puede sumarse a esto la tarea atenta de cómo, al mismo tiempo, los medios masivos de comunicación construyen y resignifican aquellos Estereotipos. Esto lleva a suponer una acción no tan autónoma del receptor mediático, pero no por ello imposible de resignificación. Este es el contexto en que se mueven las periodistas a la hora de poner en práctica su labor profesional.

UNA BREVE MIRADA A LOS FEMINISMOS

Al adentrarse en la mirada feminista de las problemáticas laborales, se descubren una amplitud de variantes respecto de formas de enfrentar dichas temáticas al momento de intentar solucionarlas. Estas diferentes modalidades se corresponden al mismo tiempo con subgrupos de corrientes teóricas feministas que mantienen muchos intereses en común y, a su vez, se distancian a partir de sus opiniones respecto de ítems centrales, en la búsqueda por la equidad de género. (Busto, 2005, pág. 87)

La periodista Luciana Becker, especializada en abordar problemáticas de género, vive la experiencia de la desvalorización del trabajo de la mujer periodista desde un lugar diferente:

“Creo que es interesante pensar por qué el trabajo específico de ser periodista especializado en género (mujer, salud reproductiva, etc.) está tan desvalorizado desde los medios, eso me parece importante. De hecho, eso no pasa en otros lugares del mundo, como México, por ejemplo, donde hay más machismo en la sociedad, pero es más reconocido el trabajo de periodistas. Ni hablar de España y Europa.”

Si el machismo ha existido siempre y más aún ha sido restringida la labor periodística de una mujer dentro de la información deportiva, porque según los hombres los deportes envuelve solo al género masculino en donde la mujer no tiene ni voz ni voto, entonces el tener un rol dentro de esta profesión es complejo para el género femenino, se va a lograr cambiar esta perspectiva cuando las mujeres seamos las más preparadas en conocimientos y nos demos un lugar frente de los varones para ser respetadas en todo sentido.

Según (Izquierdo, 1994, pág. 40) La situación de varones y mujeres se representa mentalmente como un producto social y psíquico, se considera los efectos sociales de que las hembras sean femeninas, y los machos masculinos. Las construcciones teóricas en que se usa el término y el concepto suelen propiciar a una situación social en que pierda sentido el concepto de género en tanto que herramienta de análisis, porque carezca de sentido diferenciar lo masculino de lo femenino dado que se reconozca y acepte su presencia en los individuos de cualquiera de los dos sexos.

Relacionando que no debería existir trabajos en donde discriminen a la mujer quías por su físico que conllevaría a los estereotipos, haciéndole referencia que es un trabajo pesado y que ella no tiene la capacidad suficiente para realizar dicha labor.

En esta situación ocurre que se substituye mecánicamente el término sexo por el término género. Aun cuando se establece una separación teórica entre las diferencias físicas y las económicas, históricas, sociales, psíquicas, etc., se tienen en cuenta las

consecuencias de que una hembra adopte el género femenino, o incluso de que no lo adopte, pero no se considera qué implica que un macho adopte el género masculino o no lo incorpore. Adicionalmente se suelen abordar las características condiciones y consecuencias de la división sexual del trabajo, olvidando los aspectos estructurales, no ya individuales de la división del trabajo por géneros¹⁷. De este modo se ignora la jerarquía y dominación estructural que se produce entre los dos géneros en el sentido de aceptar que se asignen más recursos intelectuales y materiales a las actividades socialmente consideradas masculinas que a las socialmente consideradas femeninas. A esta cuestión volveremos más adelante. (Izquierdo, 1994, pág. 40)

Izquierdo enfatiza en su libro “pensar las diferencias “el eliminar la palabra hembra o macho; mujer u hombre, por la palabra genero la cual ya se sobre entiende por los dos términos antes mencionados ya que exista una igualdad en todo sentido desde cultural hasta laboral para ambos seres vivos con estilos de vida similares ya que buscan trabajo como modo de sobrevivencia cultural que tiene mucha historia.

Además (Izquierdo, 1994, pág. 39) “Ser masculino es un acto de libertad y femenino un acto de determinación siempre y cuando se considere que la estructura social es invariable. Si se toman las cosas de este modo la salida que se encuentra es cambiar a los individuos para que se adapten a la sociedad.”

La mujer tiene una historia interesante y complicada en el sentido de su trayectoria al querer ser igual a los hombres, pero siempre ha sido limitada con el transcurso de los años la mujer ha ido sorprendiendo y dando de qué hablar sin embargo esto sería el 40% ya que el 60% sigue siendo limitado gracias a la cultura de antes pasados que ha sido muy complicado romper.

Situación laboral

Según (Busto, 2005, pág. 113) “Para llegar al máximo nivel de decisión se necesita una trayectoria, haber recorrido distintas áreas dentro de la organización o estar en distintas organizaciones en puestos destacados; y en esto las mujeres hoy en día son pocas o vienen de gerencias de menor nivel o devaluadas como las de Marketing o

Recursos Humanos y no de áreas operativas, de producción, de finanzas, que son las más requeridas. Después está todo el tema del doble rol y la dedicación full time, y no sé si todas están en condiciones, o dispuestas a hacerlo, o la estructura está preparada para contenerlas. Hay algunas que le dan mucha expectativa a lo laboral en sus vidas y hay otras que no. Lo importante es que las que quieran desarrollarse tengan las oportunidades y no se vean impedidas por el famoso techo de cristal.”

Este es otro punto el cual suele ser el primero en mencionar cuando se va a firmar un contrato con el jefe, es que le ofrecen subir el sueldo o el rol laboral, es decir suelen ofrecer lo que aún no existe o nunca va a existir obviamente dependiendo el ámbito laboral.

“A partir de la revolucionaria década de los ’60, las mujeres comenzaron a exigir nuevas reglas del juego en los diarios y medios electrónicos. Exigieron igualdad periodística. Esto significaba igual salario por igual trabajo, igualdad de oportunidades en la cobertura de las noticias principales (las que llegaban a las portadas o primeras planas), derecho a emitir opiniones en temas no considerados femeninos, considerados shift mes, color de rosa, y en columnas de las páginas editoriales. El proceso de cambio no se dio de inmediato. Todavía hoy le suceden cambios, se retorna a patrones anteriores y, más aún, se cuestiona todo el proceso.” (Busto, Labor periodística femenina y problemáticas de género, 2005, pág. 101)

Según datos de (Hernandez, 2013) En 1996, durante su 40º período de sesiones, la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer de las Naciones Unidas abundó en las recomendaciones formuladas en la Plataforma de Acción de Beijing sobre la cuestión de la mujer y los medios de comunicación y propuso a los Estados, a la comunidad internacional y a la sociedad civil que adoptaran nuevas medidas a este respecto e incluso que se incorporara una perspectiva de género en todas las políticas y programas pertinentes. Entre las conclusiones convenidas de ese período de sesiones figuraron medidas para sensibilizar acerca de la función de los medios de comunicación en la promoción de imágenes no estereotipadas de la mujer y el hombre y crear un entorno propicio para los medios de comunicación de la mujer.

Y desde entonces la mujer comenzó a obtener más relevancia en sus cargos dentro de

un medio de comunión e incluso Hernández menciona que la mujer ocupaba una función profesional muy importante dentro de dicho trabajo.

Estereotipos de la comunicación:

Para (Góngora, 2013) Todas las personas, casi por instinto, trataremos en algún momento de nuestras vidas de encajar en alguna clase social o grupo y para ello se hace necesario cumplir con los requisitos necesarios para llegar a establecerse en uno. La comunicación es el medio que se preocupa de establecer dichos grupos. A través de comerciales de alguna casa comercial que muestra modelos vistiendo la ropa de la temporada, por ejemplo, establece como deberían ser las personas para poder verse bien con esa ropa e inconscientemente las personas trataran de verse como los modelos del comercial. Si bien los comerciales utilizan estrategias de marketing para llegar al consumidor, lo hacen muy bien hasta el punto de dominarlos. Luego las personas al ver una y otra vez el comercial irán aumentando las ganas de cumplir con el estereotipo que este estableció. Pero la moda es solo un caso ya que las comunicaciones están repletas de estereotipos que van desde que ropa se debe usar hasta la marca de detergente que se debe comprar.

Los estereotipos son basados en la comunicación y es que suele ser así, porque la comunicación acompaña en todo sentido a los seres vivos ya sea escrita, leída o gesticulada y más aún si es plasmada con la historia de la que provenimos en donde desde que nacemos ya nos dirigen a una cultura estereotipada.

Estereotipos de género. - “Se deben en gran magnitud a los medios de comunicación, existen otros, que desde el nacimiento de los seres humanos son inculcados que tiene impresos en la mente y que ya son parte de la realidad los estereotipos.

Según (Torres Mellado, 2002) “Desde que se nace una persona y las familias saben del sexo, inmediatamente comienzan a estereotiparlos: si el recién llegado es niña se le vestirá con ropas rosadas y su dormitorio se pintará con colores similares y sus repisas tendrán muñecas y peluches; si el bebé es varón se le vestirá con colores celestes y sus juguetes serán desde ese momento autos de juguete, legos,

rompecabezas; estos son los primeros rasgos diferenciadores que tendrán damas y varones a lo largo de toda su vida”.

En la actualidad la televisión juega un papel importantísimo en el establecimiento de estereotipos, especialmente de género (o sexo), ya que tiene el potencial de crear valores sociales y ejercer influencia en las personas porque ofrece definiciones, presenta modelos, y puede ser un exponente de cambios.

(Gonzalez, 2012) Menciona que “Dentro de los múltiples estereotipos que se ofrecen está el de la mujer ideal que, a través de los anuncios comerciales, muestra a una mujer feliz, espontánea, inteligente, respetable, socialmente aceptable, deseable e influyente. No contradicen lo que se les dice, es complaciente, servicial, atenta, etc. Físicamente es delgada, con el cuerpo perfecto y facciones clásicas, bella. Por consiguiente, esta imagen de la mujer ideal ha sido de gran impacto, ya que ha aumentado la insatisfacción de las mujeres por su cuerpo, aunque todavía no se explica porque solo afectan a unas mujeres”.

Las mujeres adultas aparecen en los anuncios como ama de casa, madre, trabajadora, sabia (con respecto a los asuntos del hogar), paciente, bonita, etc. De esta forma los estereotipos que existen sobre la mujer son transmitidos día a día por televisión y se encarga de acentuar unos rasgos negativos que no rependan lo que es género femenino, excepto en la mente de los varones que perpetúan como algo natural esos estereotipos.

Para (Pérez Porto, 2008) Un elemento que afecta considerablemente la manera en la que un grupo mira a otro, es decir que permite la creación de estereotipos, es la publicidad, lo que se intenta inculcar en el pensamiento colectivo a través de los medios. Un ejemplo de esto es la publicidad machista que intenta convencernos por ejemplo de que los autos son para los hombres (es decir que a todos los hombres le gustan los vehículos y a las mujeres les tienen sin cuidado) y las cremas para el cuerpo son para las mujeres (es decir que a todas las mujeres les interesa muchísimo su aspecto físico y a los hombres no les preocupa el suyo).

Las mujeres son prácticamente las más afectadas por los medios masivos de comunicación ya que están estereotipadas al máximo al punto que todas se podrían encajar en un estereotipo, debido a los comerciales y, más que todo, a la moda que día a día muestra a mujeres extremadamente delgadas, modelo que la sociedad femenina intentará imitar, estas son también las razones por las cuales existe un gran número de mujeres que presentan trastornos alimenticios como la anorexia y la bulimia.

Según (Gonzalez, La mujer y la discriminación, 20012) La cosificación es un procedimiento que consiste en desmembrar a la mujer y describir sólo una o algunas de sus partes, omitiendo a las otras: esas piezas sueltas –por lo general culos y tetas– desligadas de la arquitectura humana y expuestas como unidades de exclusivo valor físico dejan de vivir, se convierten en seres inertes. Esos culos han perdido, además de la humanidad, otro atributo: la individualidad, son seriales, intercambiables como artículos de consumo. Por eso, la cosificación es un procedimiento humillante que atenta contra la dignidad del cosificado, que, oh casualidad, siempre es una mujer.

Para que exista la cosificación de la mujer la televisión es el objeto más importante y culpable de esto, porque una vez que salió la televisión se necesitaba llamar la atención de las personas y más aun de los hombres quienes supuestamente son los reyes del hogar y ellos son los que harían lo posible para adquirir este artefacto y por ende el consumo expuesto en los comerciales como son el alcohol al realizar un comercial con la silueta de una mujer con una figura perfecta.

Reportera:

Para (Barranquilla, 2017) El reportero se debe limitar a describir la noticia, a informar los datos exactos de lo que está comunicando a la audiencia. Su labor es generar notas o cápsulas donde, en poco tiempo, dé a conocer los pormenores de una situación.

Dentro de esta enorme e incuantificable máquina que son los medios de comunicación, según Barranquilla el reportero es tal vez quien permite construir esa base de poder ya que es el responsable de hacer que los datos circulen desde los lugares de los hechos hasta el espacio doméstico o público donde se consumen las noticias.

Los reporteros pueden parecer una parte pequeña del armado comunicativo, pero sin ellos no existiría posibilidad de transmitir ningún dato, por eso su tarea es central especialmente cuando los gobiernos demuestran poco interés para comunicar o lo hacen limitando la información.

Reportero de Guardia:

Se encarga de cubrir notas cuando no hay reporteros disponibles o quienes se encuentren cubriendo una nota. (Zapata, 2013, pág. 5)

Esta parte de la clasificación de reporteros llegaría a ser la opción B de los medios de comunicación, un reportero de reserva por una emergencia o ya sea porque los demás reporteros también están cubriendo una noticia.

Reportero enviado especial:

Además (Zapata, 2013, pág. 6) afirma que se encarga de reportar eventos especiales o de gran trascendencia tales como desastres naturales, o algún tipo de evento ya sea político o social.

En la segunda clasificación de reporteros a los sitios importantes y especiales solo van reporteros especiales, pero esto puede variar en un medio de comunicación por capacidad o cercanía al evento aun que en ocasiones los puestos dentro del sitio laboral puede cambiar entre reporteros.

Comentarista:

Según (Prieto Rodríguez, 2014) su trabajo es difícil, ha de ser capaz de explicar los sucesos más complejos para que desde el más novato hasta el más experto sean capaces de entenderlo y a su vez aprender o apreciar ciertos detalles que posiblemente todos hemos visto, pero por obvios que parezcan los hemos pasado un poco por alto sin darle la importancia que se merece.

El comentarista es quien debe dibujar el partido de futbol en la mente del oyente y siempre tratar de ser claro y preciso en los detalles del evento futbolístico, pero más que todo debe ser imparcial al momento de opinar para no herir susceptibilidades en la audiencia.

Comentarista principal:

El comentarista deportivo es una de las figuras más esquematizadas y tomadas como punto de referencia para los receptores de la información deportiva, especialmente en las transmisiones radiales, donde se convierte en verdadero especialista cuando plasma lo que no se puede ver. (Machado Villacres, 2009, pág. 12)

El comentarista enfatiza en detallar lo que está sucediendo y se encarga de la labor más difícil al tratar de manejar la mente del receptor en el cual debe plasmar la jugada de la transmisión de futbol.

Comentarista secundario:

Se especializa en un área en particular, que puede ser la presentación de noticias o actos deportivos, noticias de política o sociales. Para ello integrará equipos de comunicadores en los que compartirá espacio con otros comentaristas y un moderador o figura central que guía el relato. (Shutterstock)

Quiere decir que el comentarista secundario es considerado como el comentarista de apoyo por si acaso sucede algo con el primer comentarista les quedara el plan B.

Relator:

Para (Prieto Rodríguez, 2014) es la persona que se encarga de transmitir los hechos que suceden, aportando una emoción de forma que aquellas personas que sigan la retransmisión, sientan lo que sucede como si de ellos mismos se tratara, siendo capaces de imaginar la situación con solo escucharle.

VARIABLE DEPENDIENTE

LA RADIO

En 1875, Graham Bell fue el primero en conseguir que los sonidos pudieran escucharse a través de un cable. El descubrimiento y la medición de las ondas electromagnéticas propició la creación del primer receptor de radio. Sin embargo, fue Marconi el que permitió con sus conocimientos que las señales sonoras pudieran propagarse hasta unos 20 kilómetros. Sin duda, todo un logro para la época.

Entrados en el siglo XX, A. Fleming y R.A. Fessenden con sus aportaciones permitieron la transmisión de la voz humana. Éste supuso, verdaderamente, otro momento cumbre de la época, puesto que significó el comienzo de la Radio que hoy conocemos. (Gil Rebollo, 2011)

HISTORIA DE LA RADIO EN EL ECUADOR

La radio en el Ecuador tiene un origen importantísimo, teniendo en cuenta que fue un riobambeño el fundador de la primera estación de radio. Las emisiones se producían a través de un transistor de 25W en transformador y 5 vatios en antena que operaba en 60 metros. Las emisiones se realizaban de 21 a 23 horas durante varios días por 5 horas diarias. Para entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión actual únicamente se establecía una identificación; así por ejemplo a Sudamérica se le designaba la letra S y al Ecuador la letra E.

EL jueves 13 de junio de 1929, a las 9 de la noche, radio “El Prado”, en la ciudad de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, inicia oficialmente sus transmisiones radiales, convirtiéndose desde ese instante en la primera radiodifusora que se puso al servicio de la cultura nacional.

Son testigos de acontecimientos de tanta trascendencia en la vida del Ecuador, la señora María Elvira Campo de Poder, que fuera presidenta vitalicia de la Cruz Roja Ecuatoriana y el entonces coronel Alberto Enríquez Gallo, jefe de la zona militar en

Riobamba y, posteriormente Jefe Supremo de Gobierno del Ecuador, ya como general. Las dos personalidades fueron padrino y madrina de la primera transmisión de y audición oficial de la emisora.

El pionero de la radiodifusión en el Ecuador, sin duda fue el ingeniero Carlos Cordobés Borja. Nacido en Riobamba el 26 de octubre de 1888, hijo del señor Jorge Cordobés y la señora Leticia Borja. (Erazo, 1980, págs. 21,22)

Según Manuel Mantilla Mata, que es uno de los pioneros en la radiodifusión quiteña cuenta que “las transmisiones a control remoto tenían el mismo empirismo del resto, y aun cuando ya se usaba el teléfono, su técnica y empleo eran rudimentarios y las transmisiones fuera de la emisora era todo un episodio, cuando se transmitía desde las calles y carreteras las líneas se tomaban directamente de las redes telefónicas, con las consiguientes peripecias de técnicos y locutores”.

En el Ecuador varias ciudades se atribuyen tener la primera radio, al igual que la primera emisora radial. En Guayaquil cuentan que los primeros aparatos receptores de radio se introdujeron por los años 1925 a 1927. (Álvaro, 1991, pág. 14)

Como es visible los avances radiales han tenido un cambio con el pasar del tiempo, y se adaptado según la época en la que la radio interactúa con la sociedad, la llegada de nuevas herramientas tecnológicas influyó y aportaron con nuevas funciones que facilitaron en gran magnitud, las transmisiones, los directos y las coberturas periodísticas, las cuales hoy en día enlazan desde cualquier punto cardinal de manera inmediata.

LA RADIO EN AMBATO

La primera emisora que funcionó en Ambato fue radio “La Voz del Progreso”, que surge luego del terremoto del 5 de agosto de 1949. Después esta emisora de onda corta se denominaría Radio Nacional Espejo, que perteneció a Gerardo Berberecho.

A través de estas ondas de cobertura nacional se transmitieron varias producciones

radiofónicas de gran impacto para la época: "Kalman", "Rayo de plata", "Porfirio Cadena, el ojo de vidrio". Además, la programación de Radio Nacional Espejo de Ambato, se caracterizó también por difundir historias creadas y dramatizadas en la propia estación con talentos nacionales como: Juan Francisco Felton, Carlos Navarrete, Jorge Pazmiño y Borja, Carlos Cortez y Blanca Salazar. (JIMÉNEZ, 2010)

Según la página de radio Colosal el cambio de nombre de Espejo a Colosal el 4 de octubre de 1974 (Día panamericano de la radiodifusión), nuestro fundador don Ramón Salazar Carrera administró por varios años y en diferentes espacios de tiempo radio Espejo en Ambato, recibiendo una gran enseñanza de don Gerardo Brborich a quien podemos considerar como el padre de la radiodifusión en Ecuador; don Gerardo fue miembro fundador y varias veces Presidente de: AER Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión y la AIR Asociación Interamericana de Radiodifusión.

Es para 1974 que don Ramón Salazar Carrera con el apoyo de su esposa doña Blanca Trujillo asumen el reto de dar vida propia a radio Colosal, siguiendo con los dramatizados de producción local propia sobre todo de la noticia del día y dramatizados de historias románticas entre don Ramón Salazar, doña Blanca Trujillo y eventualmente Yolanda Jijón, otro dramatizado con mucho éxito era el de Juan sin tierra, donde don Ramón conversaba con el indígena Juanito personificado por Víctor Villalva, cabe mencionar que era don Ramón el que escribía o libertaba las historias que se hacían en directo sin posibilidad como ahora de grabar o repetir. (COLOSAL, 2017).

Según la historia, la radio en la ciudad de Ambato nace luego del catastrófico terremoto que sacudió a la ciudad en el año 1.949, la necesidad de informar hace que la actual emisora Colosal levante su señal, pero con diferente nombre, los años han pasado y esa iniciativa aún está latente en Amplitud Modulada. Varios personajes históricos han intervenido para llegar a sostener la primera radio de la ciudad de los Tres Juanes, algunos inconvenientes años atrás les obstaculizan el sueño de transmitir programaciones de gran calidad en Frecuencia Modulada, esto explica en la página principal del medio de comunicación.

PERIODISMO

Es una labor profesional que se encarga de recabar, elaborar y difundir información relevante sobre un tema de interés público sea económico, político, cultural o deportivo a través de los diferentes medios de comunicación.

Además, es una profesión que se ubica dentro de los elementos de las ciencias de la educación, con el fin de mantener informados a la sociedad con contenido veras y oportuno.

Otro de los conceptos que podemos citar según (Kapuscinski, Ryszard) “El periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad. Nadie que no lo haya vivido puede concebir siquiera lo que es el palpito sobrenatural de la noticia, el orgasmo de la primicia, la demolición moral del fracaso”.

PERIODISMO DEPORTIVO

Aseverando también (Vizcarra, 2015)“El deporte no sólo es entretenimiento, es una faceta social del ser humano que fomenta la competitividad, la alta preparación y la mentalidad del triunfo; virtudes fundamentales dentro de una sociedad que pretenda encabezar el ritmo global”.

La producción de información deportiva en los últimos tiempos se difunde en gran cantidad en los medios de comunicación sea esta de forma directa o multidireccional, la información que requiera el usuario demanda de un trabajo con lineamientos equitativos e investigativos basados en paradigmas sobre el desarrollo político, social y cultural con la elaboración de noticas con distintas disciplinas deportivas.

SUBORDINACIÓN MARCO TEÓRICO

VARIABLE INDEPENDIENTE

- **EL ROL DE LA MUJER**

La cultura se construye sobre la realidad humana: varón-mujer. Los roles que cada uno ejerza pueden intercambiarse, pero cada quien los vivirá desde su identidad masculina o femenina. Una mujer puede manejar un camión, pero lo hará de un modo indiscutiblemente femenino, así como un hombre cambiará pañales de manera ciertamente masculina. La posibilidad de que estos roles puedan intercambiarse no implica el derecho a exigirlo. (Astarloa de Cancelliere, 2005)

Todos concordamos que debemos construir una sociedad más sana, con auténtica libertad, con trabajo y sueldos justos, permitiendo conciliar el cuidado de los hijos y la familia con las obligaciones laborales, tanto para el varón como la mujer, sin violencias, ni abusos.

Establece la diferencia desde otra perspectiva, dos formas de ser persona: varón y mujer; y no por ello debieran considerarse desiguales en un intento desenfrenado por abolir las diferencias; para ella esto es imposible y desde ahí forja la polémica con la ideología de género. Así, no sería la naturaleza humana la que marcaría alguna injusticia, sino precisamente las condiciones históricas y culturales en la vida de cada sociedad.

Se ve en películas, en programas de televisión o de radio, o al hojear las páginas de una revista o navegar por Internet. Independientemente del medio de comunicación elegido, hay muchas posibilidades de encontrar estereotipos que perpetúan la discriminación de género. En todo tipo de medios de comunicación, las mujeres suelen estar delgadas y aparecer sexualizadas. Hablan menos que los hombres. Tienen menos opiniones. Y en la industria del entretenimiento todavía es más difícil que desempeñen un papel protagonista o de profesional, o incluso como mujeres que trabajan para ganarse la vida. (ONU, 2015)

Aparecen los estereotipos en donde ya se comienza a limitar el aporte de la mujer y más aún cuando es de dar su punto de vista u opinión y esto se da en la mayoría de roles que llega a desempeñar cada mujer dentro del mundo de la comunicación, específicamente en la radio en los programas deportivos.

Estas diferencias sexuales expresan aquellas jerarquías culturales entre los Sexos. Aparece lo que muchas/os investigadores de género denominan:

Según (Hendel, PERSPECTIVA DE GÉNERO, 2017, pág. 14) El SEXISMO: es toda forma de jerarquizar las diferencias entre el varón y la mujer, otorgándole superioridad a “lo masculino” desde una perspectiva discriminatoria que lleva consigo prejuicios y produce prácticas vejatorias y ultrajantes para aquello que no entra en la categoría varón, fundamentada en una serie de mitos que hablan de la superioridad masculina. Esta idea, la de la superioridad, naturaliza privilegios que dan poder de acción y decisión a los varones y se sostiene convenciendo al género femenino de que su subordinación y obediencia son condiciones predeterminadas por la naturaleza.

Se mencionó ya la incidencia de las formas culturales en los individuos a través de las instituciones, puede sumarse a esto la tarea atenta de cómo, al mismo tiempo, los medios masivos de comunicación construyen y resignifican aquellos

Estereotipos. Esto lleva a suponer una acción no tan autónoma del receptor mediático, pero no por ello imposible de resignificación.

Este es el contexto en que se mueven las periodistas a la hora de poner en práctica su labor profesional. Ello es lo que interesa aquí.

PERSPECTIVA DE GÉNERO:

Para (Pan, Montserrat Barba;, 2016) empezar hablar de Perspectiva de género hay que tener en cuenta que tiene una estrecha relación con la teoría feminista, puesto que por primera vez en los años 70' ocurre un debate entre los términos géneros y sexo, lo cual los roles de hombres o mujeres, eran producto de contextos primitivos y sociales.

Por eso existen 3 olas para el desarrollo del feminismo:

La primera ola: el feminismo ilustrado

Reivindica la ciudadanía de las mujeres y su obra más representativa es 'Vindicaciones de los derechos de la mujer' de Mary Wollstonecraft. Sus principales características son:

- Se extiende desde la Revolución Francesa hasta mediados del siglo XIX.
- El debate se centra en la igualdad de la inteligencia y la reivindicación de la educación.
- Fundamenta sus reivindicaciones en el pensamiento del Siglo de las Luces, a pesar de que muchos autores como Rousseau desplazasen a la mujer a un segundo plano dentro del estado liberal.

Se pretendía obtener una igualdad para el estudio y para poder realizar actividades utilizando su intelecto y demostrar que la mujer también puede lograr desarrollarse en distintos roles laboral y no ser utilizada en segundo plano.

Para (Pan, Montserrat Barba;, 2016) La segunda ola: el feminismo liberal sufragista Reivindica principalmente el derecho al voto de las mujeres y su principal obra es 'El sometimiento de la mujer', escrito por John Stuart Mill y Harriet Taylor en 1869, que sentó las bases del sufragismo. Sus principales características son:

- Se extiende desde mediados del siglo XIX hasta la década de los cincuenta del siglo XX (final de la Segunda Guerra Mundial).
- Comienza con la Declaración de Seneca Falls, de 1848. Entre 100 y 300 mujeres y hombres (la cifra varía según las fuentes) pertenecientes a movimientos sociales y organizaciones, lideradas por Elisabeth Caddy Stanton y Lucrecia Mitt, se reúnen en el Seneca Falls (EE. UU) y, tomando como base la declaración de Independencia norteamericana, reclaman la independencia de la mujer de las decisiones de padres y maridos, así como el derecho al trabajo, al que daban prioridad por encima del derecho al voto. Los doce principios formulados exigen

cambios en las costumbres y moral de la época y en la consecución de la plena ciudadanía de las mujeres.

- En Inglaterra aparecen las sufragistas, lideradas por Emmeline Pankhurst, y el debate sobre el sufragio universal se hace cada vez más intenso. Durante la primera mitad del siglo XX, se va incorporando a las legislaciones democráticas, a veces limitada en edad o estrato social. Es la primera reivindicación pacifista e introduce el término de solidaridad.
- Socialmente, el activismo se extiende a las clases media y baja. También se vincula a otras causas de derechos civiles, como la abolición de la esclavitud en Estados Unidos. En este sentido, destaca la figura de Sojourner Ruth y su discurso '¿Acaso no soy mujer' ('Paint I a toman') de 1851?
- Continúan, en paralelo al derecho al voto, las reivindicaciones sobre el acceso a la educación y, a partir de 1880, algunas mujeres comienzan a admitir mujeres en las aulas universitarias, aunque todavía es algo excepcional. Antes, la mujer fue logrando acceso a la educación primaria y secundaria, aunque todavía bajo el pretexto de ser buena madre y esposa.

La mujer logra liberarse más y ya no solo es tomada en cuenta para ser madre o esposa, sino también ya tiene derecho a sufragar y la educación no solo llegó a la primaria o secundaria, pues algunas mujeres ya ingresaron a la universidad previo al título con más relevancia en ese entonces.

Según (Pan, Montserrat Barba, 2016) La tercera ola: el feminismo contemporáneo Reivindica un cambio de valores y que la justicia legisle aspectos considerados antes como "privados". Sus obras de referencia son 'El segundo sexo' de Simone de Beauvoir, y 'La mística de la femineidad', de Betty Frieda.

Sus principales características son:

Comienza con las revoluciones de los años 60 hasta la actualidad, aunque algunas teóricas marcan el punto final en los años 80.

Se lucha contra la mujer como estereotipo sexual en los medios de comunicación, el

arte y la publicidad. Los años cincuenta definen un tipo de femineidad, de la que se hace propaganda en la televisión y el cine. Los sesenta y setenta reflexionan acerca de esos modelos y se enfrentan a ellos.

Pide la abolición del patriarcado: se toma consciencia de que más allá del derecho al voto, la educación y otros logros de las primera feministas, es la estructura social la que provoca desigualdades y sigue estableciendo jerarquías que benefician a los varones.

Con el lema "lo personal es político" entran en el debate la sexualidad femenina, la violencia contra la mujer, la salud femenina, el aborto o la contracepción, entre otros. Desde los años ochenta, adquieren especial importancia las diversidades femeninas, el multiculturalismo, la solidaridad femenina y el debate, cada vez más intenso, entre diferentes corrientes del feminismo.

En la última ola feminista se logra que las mujeres sean tomadas en cuenta para diversas situaciones y más aun con la aparición de la televisión y cine, en donde se les toma en cuenta, pero para ser utilizadas como un objeto sexual, mas no por sus estudios logrados a lo largo de la primera y segunda ola feminista como hasta la actualidad en donde la imagen de una mujer en televisión es llevada por estereotipos que benefician el morbo de los varones.

Según (Hendel, Perspectiva de genero, 2017) La perspectiva o visión de género es una categoría analítica que toma los estudios que surgen desde las diferentes vertientes académicas de los feminismos para, desde esa plataforma teórica, cuestionar los estereotipos y elaborar nuevos contenidos que permitan incidir en el imaginario colectivo de una sociedad al servicio de la igualdad y la equidad.

“La perspectiva de género es una opción política para develar la posición de desigualdad y subordinación de las mujeres en relación a los varones. Pero también es una perspectiva que permite ver y denunciar los modos de construir y pensar las identidades sexuales desde una concepción de heterosexualidad normativa y obligatoria que excluye”. María Florencia cremona “seminario interdisciplinario

comunicación y género” en la universidad nacional de la plata”.

Simplemente aquí se vuelve a mencionar que las mujeres estamos por debajo de los hombres en todo lo laboral y más aún cuando una mujer pretende involucrarse con una profesión que “solo es para varones”, así como la cultura o la ideología nos ha construido.

La equidad de género no depende de resolver conflictos mayúsculos de interés entre clases sociales, sino en ajustar las relaciones intrafamiliares y en evitar que algunas políticas públicas reproduzcan la discriminación de género. Hay aquí un ancho campo micro social por recorrer aún sin emprender cambios de mayor envergadura.

Es decir, no se busca partir una manzana en partes iguales, sino dar lo que en verdad merece la persona en cada situación y procurar ser justos, sin discriminar a ningún ser de ambos géneros (Dosal Ulloa, Mejía Ciro, & Capdevila Ortis, 2017)

Para (ABRAMO, LAÍS, 2006) El objetivo principal de la OIT es promover el trabajo decente. Por trabajo decente se entiende un trabajo productivo y adecuadamente remunerado, ejercido en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad humana. La noción de equidad es, por lo tanto, un elemento central en la Agenda de Trabajo Decente y hace referencia a las diversas formas de desigualdad y exclusión que afectan a los grupos humanos en la sociedad, basadas tanto en el sexo como en el origen y condiciones socioeconómicas, raza, etnia, nacionalidad, opciones políticas y religiosas, entre otras. Para la consecución de ese objetivo debe otorgar a las mujeres trabajadoras una especial atención, ya que ellas están en desventaja en muchos aspectos.

Se busca que todo sea justo y equitativo y más aún para las mujeres que son limitadas en sus trabajos tal es el caso de una periodista deportiva en radio. Los directores o dueños de la radio buscan mujeres con el afán de dar un toque sensual y sexual al oyente por medio de la voz femenina, he ahí el no ser un trabajo decente al solo pretender rellenar un puesto de trabajo por sexismo y también es la necesidad de trabajar de una mujer el aceptar dicho trabajo, pero en muchos de los casos existen mujeres que se están preparando en este medio de la comunicación y aún más en el

periodismo deportivo basándonos en el fútbol, es ahí cuando son limitadas y no llegan a opinar en sí del encuentro deportivo y sus compañeros la utilizan solo para hacer reír a los oyentes por medio del sexismo, y así mismo es la remuneración de la mujer.

Construcción Social:

Según (Fernández Vargas) La dicotomía femenino-masculina establece estereotipos rígidos que condicionan los papeles y limitan las potencialidades de las personas al estimular o reprimir sus comportamientos en aras de su adecuación al género.

Podemos entonces decir que el género es:

- a. Una construcción social y cultural que las personas internalizamos de diversas formas durante toda la vida identificándonos con modelos por imitación y observación construyendo a partir de ellos un auto concepto basado en atributos estereotipados.
- b. Una construcción psicológica que supone el desarrollo, maduración e interacción de procesos cognitivos, morales, afectivos y sociales.
- c. Una construcción ideológica que hace referencia a procesos políticos y diversidad de vivencias fundadas en relaciones cotidianas de poder de carácter persuasivo y estructural.

Una construcción social con la cual la sociedad, la cultura, la religión, y la ideología de la historia de los antepasados ha hecho crecer a sus generaciones y no se ha podido radicar, porque en ocasiones las mismas mujeres del siglo pasado y aún con vida sigue criando a sus hijos y nietos de una manera en donde restringe las labores a las mujeres.

Voz Comercial

Según (VOCES, 2013) La interpretación de diferentes voces para la voz comercial e institucional, para la lectura de documentales, para grabar cuñas y comerciales, para la construcción de la voz de diferentes personajes en el doblaje de películas, dibujos animados y comerciales es requisito para quien desea destacarse con éxito en los

medios de comunicación.

Al leer varios artículos o sitios webs acerca de la voz comercial, la interpretación parecería que llegar a ocupare este rol llegaría a ser difícil, pero yendo a la realidad en lo local de la Ciudad de Ambato de algunas radios simplemente este puesto de trabajo es para quien menos haga aporte en dicho medio es por eso que en algunas ocasiones a la mujer se le designa esta labor.

Sensualidad

Según (Chelo Sánchez , 2017) Emma Rodero ha denominado “el transporte del mensaje”: la voz. Voces masculinas, femeninas, graves, agudas, impostadas, naturales, voces maduras, voces juveniles o incluso voces blancas... Voces que se empastan y mezclan de manera polifónica con tonos, timbres, intensidades, ritmos y acentos diversos para ponerle voz a la radio. Voces, en definitiva, con elementos o parámetros acústicos diferentes y con usos distintos que el oyente recibe y decodifica no siempre de forma unívoca.

La voz de los locutores puede llegar a la imaginación de los oyentes de una manera sorprendente, lo cual permite que ellos tengan una ilusión acerca del físico de la persona con la voz gruesa o con la voz aguda y sensual.

Afinidad con el oyente

Para (Herrera Damas, 2005, pág. 294) La participación directa de los oyentes en los programas de radio se define como aquella fórmula participativa posibilitada por los profesionales de la radio que, mediante la disposición de cauces convencionales y a través de un ejercicio de mediación profesional en la última etapa del proceso comunicativo, facilita un contacto e intercambio provisional entre los roles de emisor y receptor y hace posible que los oyentes intervengan en el contenido de las emisiones.

Con el tiempo la radio ha ido evolucionando, en tiempos pasados la radio solo era un emisor que receptaba información en los oyentes, pero jamás existía una participación

directa, a medida que la televisión va ganando más relevancia en la sociedad, la radio ha tenido que implementar nuevos métodos para entretener a los radio escuchas y detenerlos y no migren por completo a la televisión, esto lo han hecho con ayuda de los celulares y la recepción de mensajes de los oyentes y así participar con ellos.

(Herrera Damas, 2005, pág. 297) Menciona que los concursos recibieron un gran impulso por parte de la radiodifusión comercial. En este contexto, comenzaron las emisiones de uno de los concursos más celebrados de la época “Lo toma o lo deja”, (Radio Barcelona, 1945). La dinámica era siempre la misma: el concursante tenía que ir resolviendo una serie de preguntas y en todos los casos tenía dos opciones: podía acumular a cada respuesta acertada el doble de la cantidad ganada en la pregunta anterior o podía “plantarse” y tomar la cantidad ganada hasta ese momento. Calificado como el concurso por antonomasia de la radio española, “Lo toma o lo deja” fue emitido por varias cadenas, en diferentes épocas y con nombres diversos en función de la exclusividad de la marca o de la naturaleza del patrocinador.

Si bien es cierto los concursos ya existían desde el siglo pasado, pero solo en programas de entretenimiento los cuales venían de la mano de un premio o regalo por parte de las publicidades, pero esto últimamente ha sido tomado por ciertos programas deportivos y sus anuncios publicitarios con el afán de entretener y premiar a la gente que escucha esa radio y también de expandir dicha marca o producto de la publicidad.

SUBORDINACIÓN MARCO TEÓRICO

VARIABLE DEPENDIENTE

PERIODISMO DEPORTIVO

El periodismo ha aprovechado muy bien la gran capacidad de atracción que posee el deporte proyectando los logros alcanzados por atletas hacia la comunidad a la que estos representan y apelando a los ciudadanos a ser partícipes de la consecución de un éxito colectivo mediante el consumo de noticias deportivas. De esta forma, se ha fraguado una especie de simbiosis entre deporte y medios de comunicación social, de forma que la mediatización de las competiciones contribuye a fomentar determinadas disciplinas deportivas, incluso las menos conocidas.

Según (Rojas Torrijos, La futbolización de la información, 2012) manifiesta que “Como consecuencia, el periodismo deportivo ha logrado ocupar en un gran número de países europeos y latinoamericanos un nicho de mercado muy amplio, por encima de cualquier otra área de información especializada, y cautivar a una masa de público vasta y heterogénea a la que surte continuamente de contenidos desde un número cada vez mayor de soportes, tanto diarios impresos y revistas como programas radiofónicos, espacios televisivos y sitios de internet específicos”.

El periodismo deportivo abre muchas puertas de trabajo, viajes a nivel internacional, manejo de agencias de publicidad y de marketing en empresas gubernamentales, la profesión es multidisciplinaria pues permite laborar en un periódico, locución donde se difunda los hechos relevantes o en el periodismo digital en el sector privado o público, desempeñando cargos como editores, redactores de página web, jefes de comunicación, gerente deportivo, entre otras. Además, formar comunidades virtuales con gente que comparta el mismo interés o afición, compartiendo diferentes puntos de vistas que vayan encaminados a emprender proyectos a corto a largo plazo.

El papel del periodista deportivo no solo es responder a lo que el público pide, sino ha de informar sobre los valores latentes en el deporte básicos para la convivencia y la paz, por ejemplo, brindando una ubicación sobre la importancia de la actividad

deportiva que ayuden a una adecuada calidad de vida en la comunidad.

METODOS DE INVESTIGACIÓN:

TESTIMONIOS

Son fuentes primarias sobre los fenómenos de la teoría y metodología que gestan un estudio de recolección y sistematización de los diferentes datos inmersos a la realidad social o afirmación de algo.

Tipos de testimonios:

-Los acontecimientos: son los procesos concretos que nos permiten recapitular o reconstruir el hecho, este tipo de testimonios se escapan de la rutina ya que la noticia narrada debe marcar cierto interés en el público.

-Historia: es reordenar con sutileza todos los aspectos de la persona, manteniendo precisión en no alterar o modificar lo expuesto, este tipo de testimonio por lo general se encarga de contrastar paso a paso los testimonios para despertar el interés a los distintos medios de comunicación.

LIBROS

Son fuentes de investigación que permiten tener cimientos de hechos comprobados con mayor contextualización que se someten a un procedimiento inductivo - deductivo.

Desde otras ópticas permite culturalizarse de una forma adecuada siendo este una compilación de palabras claves que se han manejado en dicha cultura

Esta metodología de investigación se aplica en los ejes de apoyo científico, para tratar de describir los acontecimientos fundamentados, de modo que los resultados puedan ser captados los modos de ver y evaluar los relatos de experiencia.

INTERNET

Internet, la red de redes, suministra un foro de comunicación en el que participan millones de personas de todos los países del mundo, en mayor o menor medida. Internet aporta o soporta una serie de instrumentos para que la gente difunda y acceda a documentos y a la información en páginas webs, para que los individuos y los grupos se relacionen a través de una serie de medios de comunicación como correo electrónico, listas de distribución, videoconferencia, chats o más o menos viejos como una conversación telefónica.

También incluye dentro de sí a los denominados Medios de comunicación de masas tales como radio, televisión, periódicos y revistas "en line", cine, la propagada publicidad. (Lamarca, 2013)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PRENSA ESCRITA

Conjunto de publicaciones impresas en papel, de tirada diaria o periódica, destinadas primariamente a difundir información o noticias, en especial sobre la actualidad, pero también para entretenimiento. Esta periodicidad puede ser diaria.

RADIO

Es un medio de comunicación que ha sufrido cambios favorables en la actualidad, empezando desde la transmisión para todo el mundo, donde se transmiten noticias nacionales e internacionales enfatizando la libertad de expresión.

La radio no aprovecha las ventajas que le ofrece un medio como Internet. Aunque en los últimos años se ha observado un avance, las emisoras españolas no han abrazado la convergencia mediática o, al menos, aún no han entendido que tienen en Internet un aliado para potenciar la radio y atraer nuevos oyentes, más que un enemigo que les restará audiencia.

Según la Superintendencia de Telecomunicaciones en Ecuador existen 1 213 estaciones de radiodifusión en las señales de amplitud modulada (AM) y frecuencia modulada (FM), pero no existen datos de cuantas radios transmitidas por internet existen hasta el momento. El teléfono ha dejado de ser utilizado para pedir una canción o un saludo ahora las redes sociales se encargan de ello, Mario Díaz, locutor de República Urbana explica “Ahora interactuamos en Internet y las canciones se piden por las redes sociales, blog o por Messenger”. (Mendoza, 2011)

Tomando como referencia a Mendoza extraemos lo importante que se volvió utilizar las redes sociales en las Radios, en la actualidad un simple mensaje de voz por WhatsApp o Messenger, reemplaza una llamada telefónica como se lo hacía antes, interactuar con el locutor mediante redes sociales deja de lado lo tradicional que se vivía en las emisoras y su conexión a través del hilo telefónico.

LA TELEVISIÓN

La televisión finalmente conjuga la inmediatez del mensaje hacia el receptor, influyendo en el comportamiento de los individuos por lo cual tiene una serie de canales disponibles en cada región como noticieros, deportes, gastronomía y más.

En la actualidad se genera controversia sobre el papel que desempeña la televisión en el ser humano, es decir si la televisión educa o entretiene por el proceso social que incluye la interacción entre dos o más individuos.

En efecto, el mensaje se presenta con signos y símbolos delante de experiencias similares en los cambios sociales.

PRINCIPALES TRASMISIONES

- FÚTBOL:

El fútbol es uno de los deportes más populares a nivel mundial por su proceso de

consolidación con los aficionados, el cual levanta pasiones, emociones, alegrías, etc. Su influencia en la producción de información deportiva en los medios de comunicación se ha multiplicado por los avances tecnológicos que han producido señales en alta definición consolidando los elevados porcentajes económicos para su difusión.

Según (Castañón Rodríguez, 2000) “Los medios de comunicación son acusados de recurrir a la violencia y los valores heroicos como reclamo para provocar el interés del espectador, además de convertir una simple competición en un espectáculo de pasiones”.

Para el nuevo marco de consumidores de sentimientos en que han quedado convertidas las aficiones, cabe destacar que en el fútbol se disputa un nuevo partido, vivido como una experiencia mágica, entre tres cuestiones diferentes y cercanas, que se entrecruzan de manera sorprendente: la pasión, la agresividad y la violencia propiamente dicha.

Es un partido donde la pasión se entiende como desorden del ánimo, como preferencia muy viva por algo y como afición vehemente. La agresividad entra en el fútbol como capacidad de brío o de decisión para una acción, como posible propensión a ofender o como un hecho que implica una provocación o un ataque.

- **BASQUET:**

Es otra disciplina que demanda cobertura por las diferentes ligas que se encuentran en desarrollo ya que su repercusión va a todas las escalas sociales teniendo en cuenta que su nivel de información es distinto al fútbol por las reglas y formatos en la narración. La capacidad que tenemos en la actualidad a través de la radio, la televisión, la computadora ayuda a identificar espectadores donde todos a la vez son emisores y receptores.

- **ATLETISMO:**

La palabra atletismo proviene del griego “Athlon” que significa lucha, competencia,

combate. Es una disciplina que abarca muchas actividades físicas y que en el Ecuador van tomando fuerza, la marcha es una de las actividades más relacionadas al atletismo en nuestro país por deportistas que han dejado muy en alto el nombre de Ecuador a nivel mundial. La participación de Ecuador en la historia de los Juegos Olímpicos empezó en 1924, año en que se realizó la VIII edición en París y donde tuvimos tres representantes en la disciplina de atletismo.

HIPOTESIS

¿La mujer en el periodismo deportivo de las radios de la ciudad de Ambato ocupa un rol periodístico protagónico?

Señalamientos variables de la hipótesis

Variable independiente: Rol mujer.

Variable dependiente: Periodismo Deportivo.

Unidad de observación: Radios de Ambato.

Términos de relación: Impacta en.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la investigación

La investigación planteada se encuentra dentro de un enfoque cualitativo gracias a los datos que se lograron obtener mediante la investigación de campo y la revisión de documentos que han sido sometidos a la interpretación y contextualización desde una visión crítico propositiva, al indagar que el rol de la mujer posee indicadores que estarían en función de múltiples casuales que ha sido medidas con herramientas cualitativas.

Enfoque Cualitativo

Es de tipo cualitativo porque es naturalista participativa humanista, interpretativa es cuantitativa porque es normativa explicativa y realista tiene un enfoque en el paradigma crítico propositivo porque en realidad existe identificando un problema poco investigativo para plantear una alternativa de solución asumiendo una realidad dinámica.

Modalidad de la investigación

El diseño de la investigación responde a las dos modalidades, bibliográfico, documental y de campo.

Investigación Bibliográfica- Documental

Tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre la filosofía del cuento infantil y la formación de valores, basándose en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones como fuentes secundarias, todos los aportes que se encuentran en

documentos escritos vienen a ser la investigación bibliográfica esto le permitirá fundamentarse de una mejor manera.

Con el propósito de respaldar la información se utilizará la investigación bibliográfica, pues se necesita que diferentes autores respalden las teorías relacionadas con el tema que permita fundamentar teóricamente este trabajo.

Esta investigación tiene por propósito detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada.

Para la presente investigación se buscó en revistas, libros, internet, información referente a las redes sociales, convivencia familiar y uso de la tecnología y demás definiciones de términos relacionados con el tema planteado.

Investigación Explicativa

Se utilizará una metodología que responda las interrogantes en relación a las variables planteadas con resultados explicativos.

Se describirá cada variable con una secuencia detallada, en la presente investigación “La Mujer en el periodismo deportivo en las radios de la ciudad de Ambato”.

Con esto definiremos nuevos roles de la mujer en el periodismo deportivo que serán de gran utilidad para el desarrollo de la comunicación en los medios radiales.

Nivel o tipo de investigación

Exploratorio

Se inspecciona cuidadosamente el problema, se estudia el tema deficientemente explorado en el entorno a través de entrevistas con los involucrados en la investigación, la encuesta con preguntas directas y claras como instrumentos de información.

Descriptivo

La investigación descriptiva de la investigación permitirá enterarse del acontecer a la interna del medio de comunicación, conocer el trabajo de las mujeres periodistas encargadas de difundir los programas deportivos, para así tener una idea y poder percibir las carencias del medio y tratar de solucionar con una investigación que beneficien a las radios con programación deportiva de la ciudad de Ambato en un tiempo y espacio determinado, involucrando a personas, hechos, procesos y sus relaciones.

Correlacional

Se presentará la relación entre la variable dependiente y la variable independiente, los resultados obtenidos de la encuesta se presentarán en cuadros mediante la frecuencia que luego serán utilizados para la comprobación de hipótesis. Se establecerán datos estadísticos que ayuden de manera significativa a conocer la problemática.

Población y Muestra

Población

“Población es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo”. (Hurtado León & Toro Garrido, 2005, pág. 62)

La presente investigación se analizará a 5 periodistas incluyendo mujeres del Diario “El Comercio”, Radio Centro, Radio Ambato, Radio Área Deportiva, Diario “La Hora”, los mismos que han tenido experiencia con amplia trayectoria a nivel nacional como internacional desde torneos amateur hasta la copa del mundo en diversos deportes, pero más con el rey de los deportes, el fútbol. En este caso la entrevista se realizó a 5 personas relacionadas al periodismo deportivo y Equidad de Género.

Muestra:

“Una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible”. (Balestrini, 2006)

Mediante la muestra podemos elegir una parte de nuestra población que son los periodistas deportivos que laboran en los medios de comunicación a nivel nacional como: Martha Córdova (Diario del Comercio, Quito), Fernando Baird (Periodista Deportivo), Patricio Mantilla (Radio Centro, Ambato), Lorena Ramos (Radio Ambato), Grace Infante (Diario La Hora, Ambato)

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Cuadro No. 1 Variable Independiente: Rol de la mujer

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>El Rol de la Mujer es la actividad que implica equidad entre hombre y mujer y constituye una serie de actividades referentes a la profesión tales como ser reportera, comentarista y afines al periodismo deportivo.</p>	<p>Rol de la mujer</p> <p>Equidad entre hombre y mujer</p> <p>Reportera</p> <p>Comentarista</p> <p>Actividades afines al periodismo</p>	<p>-Función o papel que desempeña</p> <p>-Seres Humanos con los mismos derechos</p> <p>Realización de Entrevista</p> <p>Comentarista principal</p> <p>Sensualidad</p>	<p>¿Cuál es el grado laboral de la mujer u hombre para programas deportivos?</p> <p>¿Qué medio radia de comunicación muestra, en su programación a la mujer como un ser igualitario al hombre?</p> <p>¿Quién tiene mayor protagonismo en el programa deportivo?</p> <p>¿Con que frecuencia los medios radiales de comunicación difunden la entrevista realizada por mujeres en los programas deportivos?</p> <p>¿Con que frecuencia los medios radiales de comunicación hacen participe de un comentario futbolístico a una mujer en una trasmisión deportiva?</p> <p>¿Quién aparece por más ocasiones en un espacio publicitario de radio por su voz?</p>	<p>Técnicas: Entrevista</p>

Elaborado por: Mishel Silva.

Fuente: Investigación de campo

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Cuadro No. 2 Variable Dependiente: Periodismo Deportivo

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
El periodismo ha aprovechado muy bien la gran capacidad de atracción que posee el deporte proyectando los logros alcanzados por atletas hacia la comunidad a la que estos representan y apelando a los ciudadanos a ser partícipes de la consecución de un éxito colectivo mediante el consumo de noticias deportivas.	Trasmisiones deportivas Información de Eventos Deportivos Medios de Comunicación Deportivas	Voces -Atletismo -Básquet -Fútbol -Otro -Radio -TV -Internet -Prensa escrita	¿Cree usted que es importante complementar la información de los programas deportivos radiales con voces femeninas? ¿Qué disciplina deportiva abordan las mujeres en los medios de comunicación? ¿En Ambato, existen programas radiales que incluyan a mujeres y hombres en un programa deportivo? ¿En qué medio de comunicación ha notado más la presencia femenina? ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse acerca de los deportes?	Técnicas: Entrevista

Elaborado por: Mishel Silva

Fuente: Investigación de campo

Cuadro No. 3 Entrevista a Martha Córdova (primera mujer periodista deportiva)

PREGUNTAS	RESPUESTAS	INTERPRETACIÓN
1. ¿Cómo fue en el tiempo que usted tuvo sus primeras experiencias dentro del periodismo deportivo?	Una experiencia muy agradable. Comencé cuando tenía 16 años, y los periodistas me acogieron y me ayudaron mucho. Debo agradecer a José Granizo, quien me ayudó a hacer realidad el sueño que nació cuando tenía 12 años y vi el Mundial Argentina 1978. Vivir esos partidos junto a mi padre, marcaron mi vida.	La referencia paterna ha jugado un importante papel para que las mujeres podamos involucrarnos en el mundo deportivo por medio del Periodismo Deportivo.
2. ¿Cuántas mujeres trabajaban y que hacían?	Fui la primera, luego aparecieron dos o tres chicas, que no se mantuvieron en esta especialización.	Fue la primera mujer en el periodismo deportivo y sigue siendo a pesar de los tiempos en donde el hombre sobre salía más en el periodismo en general y en el deporte aún más.
3. ¿Por qué decidió entrar a una actividad de “hombres” en aquella época donde el machismo era en mayor que hoy?	Cuando alguien tiene un sueño, lucha por lograrlo. Yo lo hice y sigo viviendo mi profesión con la misma pasión de esa adolescente.	Lo importe de soñar no es tener ese sueño sino cumplir a como dé lugar aquel sueño.
4. ¿Qué anécdotas tiene de esta profesión en el periodismo deportivo?	Muchas: el asistir a ruedas de prensa con deportistas que los había visto por tv como Messi, los tenistas Rogger Federer, Juan Martín del Potro, Rafael Nadal. Ver a Usain Bolt, el hombre más rápido del mundo junto a un ecuatoriano, Alex Quiñónez. Entrevistar a personajes como Mr. Bobby Charlton, un	

	mundialista que ningún periodista ecuatoriano lo ha realizado. Para mí era un sueño que lo disfruté y lo disfruto al máximo.	
5. ¿Qué le decían en la calle, en su casa, en el mismo trabajo sus compañeros hombres?	Creían que era una novelería, cuando se convencieron que era una decisión de vida, lo entendieron, unos me apoyaron, otros me pusieron obstáculos.	Demostrar a la gente que, para cumplir un sueño, había que pasar ciertos obstáculos.
6. ¿Qué función tenía usted en la radio?	Reportera, un lugar por donde se empieza. Visita a los entrenamientos en los clubes. Y, en las transmisiones, a leer las alineaciones y los ingresos y salidas de jugadores. Una práctica que se mantiene.	En todo trabajo siempre se inicia desde cero y con el tiempo uno mismo se encarga de demostrar la capacidad para poder subir escalones en las funciones laborales.
7. ¿Por cuánto tiempo permaneció en la radio en los programas deportivos?	De 1982 a 1989	Por lo general la radio es un medio por el cual hombres y mujeres han iniciado a experimentar en este caso el Periodismo Deportivo.
8. ¿Cómo era el trato de sus compañeros hacia usted siendo ecuatoriana Martha Córdova y si tenía alguna diferencia en el trato con la colombiana Julieta Estrella?	Ninguna diferencia.	No ha existido ninguna diferente entre mujeres de diferentes nacionalidades.
9. En base a la pregunta 25 ¿Cuál de las dos tenía más preferencia o el trato era igualitario?	Ella tenía otras actividades en la radio, pero jamás sentí discriminación o preferencias.	Las oportunidades se dan en base a lo demostrado.
10. En cuantos medios de comunicación tanto radiales como televisivos se ha	En televisión solo fui productora en TC y en Ronda Deportiva con Alfonso Laso Bermeo.	Depende de gustos para desarrollarse de buena manera en radio o televisión.

desenvuelto en el periodismo deportivo?	En verdad ese medio nunca me atrajo.	
11. ¿Cuánto tiempo le llevo esperar una oportunidad en la televisión?	No mucho, creo que tres o cuatro años.	Empezar desde cero en la radio para poder tener un poco más de experiencia y compromiso en la televisión.
12. ¿Ha tenido alguna experiencia internacional y en qué año?	Si, varias. Del 2000 al 2015 he sido corresponsal internacional y free lance para varios medios internacionales. Tengo textos publicados en Japón, Corea, Alemania, Italia. La clasificación de Ecuador a los Mundiales de fútbol me proyectó a nivel internacional. También mi presencia en los Juegos Olímpicos Atenas 2004, Pekín 2008, Londres 2012 y Río 2016. Corresponsal de portales como Todogol.com de Argentina. Diario EL CORREO de Canadá.	Tener experiencias internacionales es muy importante, ya que es un adicional al expediente laboral, donde se lograría pasar un escalón más alto para obtener una función laboral.
13. ¿Por qué dejo a un lado el periodismo deportivo para dedicarse actualmente a la docencia?	Nunca he dejado de ejercer el periodismo.	Ser periodista es ser profesional en todo el ámbito laboral del trabajo y ejercer otras ocupaciones sin dejar un lado la primera.
14. ¿Dejo esa plaza laboral quizás porque la remuneración a las mujeres no es buena?	Solo en mi etapa en radio percibí salarios que no llegaron al básico. En adelante he tenido muy buenos salarios, gracias a mi trabajo he podido cumplir sueños de formación en el país y en el exterior, mi vivienda y otros pequeños lujos. Como Free Lance llegué a recibir el pago de 350 euros por un artículo de la selección previo al Mundial Alemania	Al inicio es difícil tener un buen sueldo en esta profesión sin embargo según las funciones que se realice generara más empleos en donde se pueda laborar en dos o hasta 3 medios de comunicación en diferentes horarios.

	2006.	
<p>15. ¿Qué consejo les daría a las mujeres que están integrando el periodismo deportivo?</p>	<p>El mismo que les decía a mis alumnos: autoformación, investigación, permanente actualización. Interés por todo, por qué limitarse a un deporte cuando hay 46 oficiales en el Comité Olímpico Ecuatoriano y varios de ellos que han entregado resultados importantes al país. En mi curso de periodismo deportivo en Argentina, un profesor nos decía: Un periodista debe ser competente para ser competitivo en el mercado laboral.</p> <p>Una periodista competente no necesitará vestir con escotes o maquillaje exagerado. Le buscarán por su conocimiento no por su forma de vestir o reír.</p> <p>El periodista deportivo, en general, no se cultiva.</p>	<p>Salir de todos lo común y de los estereotipos simplemente si tienes la capacidad para ocupar un lugar en un panel deportivo aprovechar esa oportunidad jamás dejarse de preparar y siempre ser competente en el mercado para obtener buenos resultados en el ambiente laboral.</p>

Cuadro No. 4 Entrevista a Fernando Baird (Periodista Deportivo)

PREGUNTAS	RESPUESTAS	INTERPRETACION
<p>1. ¿Con qué mujeres ha trabajado en el periodismo deportivo y en qué año?</p>	<p>María Soledad Reyes en el año 1991 al 1995 en cable deportes, María de Lourdes de Ferretti en radio Bolívar 2002 al 2012, María José Flores en el mundial de Brasil 2014, María Teresa Guerrero en código futbol en el 2009 al 2012.</p>	<p>La mujer en el periodismo deportivo no es de este siglo ya que mujeres en la actualidad han sobre salido gracias a la experiencia obtenida en la década de los 90' dependiendo el tiempo en que ocuparon un lugar en una radio.</p>
<p>2. ¿La mujer hace funciones periodísticas solo por su capacidad o se la utiliza únicamente como imagen decorativa?</p>	<p>He trabajado con mujeres que su función ha sido presentar información, si destaco que se busca una buena figura en televisión y una buena voz en radio, pero yo he trabajado con mujeres que son muy capaces que ha sido mujeres preparadas que investigan y contrasta la información y con las personas que he trabajado no han sido figuras decorativas han sido periodistas deportivas.</p>	<p>Existen mujeres que tienen una buena imagen decorativa, pero más que eso se han preparado y se han destacado por su capacidad que han demostrado.</p>
<p>3. ¿Cuál es el grado laboral de la mujer u hombre para programas deportivos?</p>	<p>Comentan o son reporteras que participan en los programas y participan en el panel que interactúan con los demás panelistas o con la gente en donde dan información y emiten un comentario, pero la mujer hace un aporte significativo.</p>	<p>Todavía no ocupa un lugar sobre saliente la mujer sin embargo ingresar a un medio que solo se lo conocía al género masculino fue el paso más importante.</p>

<p>4. ¿Qué medio de comunicación muestra, en su programación a la mujer como un ser igualitario al hombre?</p>	<p>Ecuador TV y la radio pública es el medio que le da la oportunidad de desenvolverse a la mujer y lo está haciendo bastante bien en este caso Kristy Alvarado quien participa con Andrés Kushner entre otros, el periodismo deportivo cambio mucho desde hace unos 10 años aproximadamente dándole muchas oportunidades a las mujeres, muchas de ellas se han preparado y son profesionales.</p>	<p>Depende el medio de comunicación, según el dueño del medio o el director del mismo por el estilo que se les caracterice.</p>
<p>5. ¿Quién tiene mayor protagonismo en el ejercicio del periodismo?</p>	<p>Los hombres si bien es cierto las mujeres se han ganado un espacio importante y participan en los programas son panelistas, pero el hombre es quien se lleva el protagonismo.</p>	<p>A pesar que la mujer ya ingreso a este medio aún tiene ciertos obstáculos ya dentro de un espacio deportivo, pero con el tiempo se logrará.</p>
<p>6. ¿Qué protagonismo tiene la mujer en los programas deportivos?</p>	<p>El protagonismo es de acuerdo a las condiciones en el diferente cable operadoras vemos a mujeres reporteras que participan en las transmisiones ya depende de la preparación porque existen reporteras capaces que tiene mucha información y que hacen entrevistas con buenas preguntas y en si el contenido es bueno, por ahora no es tanto el protagonismo más bien complementa y acompaña son periodistas que están creciendo.</p>	<p>Depende el medio de comunicación según su estilo en cada programación y según las peticiones del dueño o propietario del mismo.</p>
<p>o ¿Con que frecuencia los</p>	<p>Todos los días en todos los programas</p>	

<p>medios radiales de comunicación difunden la entrevista realizada por mujeres en los programas deportivos?</p>	<p>no pasa por el tema de si es mujer o es hombre, sino pasa por el contenido si es relevante la información en esto tiene q ver el rigor y si la información es importante para la gente pues seguro que no tendría nada que ver si es un hombre o una mujer.</p>	
<p>o ¿Quién presenta las entrevistas realizadas por mujeres? Es decir, presenta una mujer o un hombre y si la mujer comenta o relata lo realizado en las entrevistas.</p>	<p>La puede presentar uno de los compañeros o por la misma periodista, pero se acostumbra que una nota realizada por la reportera sea presentada por su compañero no hay ninguna discriminación en presentar una nota.</p>	<p>No tiene mucha importancia quien presenta las entrevistas ya que se hace lo más pesado que es pasar las entrevistas.</p>
<p>o En base a la pregunta 8 ¿Quién comenta más el hombre o la mujer?</p>	<p>En el mundo del deporte en mi experiencia el hombre comenta más y las mujeres se dedican más a la información, estadísticas, datos, entrevistas.</p>	<p>La mujer tiene su espacio para que pueda defender el trabajo realizado.</p>
<p>o ¿Qué percepción ve en la audiencia cuando comenta una mujer?</p>	<p>En los programas se ve una gran aceptación dependiendo de la voz y si las conocen por actividades anteriores y seguramente en el fondo en piropos y en lo futbolístico cuando comentan tienen la aceptación de la gente y lo aplauden, pero sino le agrada lo van a criticar, pero en esto los hombres somos más tolerantes la audiencia es</p>	<p>Depende mucho de la preparación de la mujer y de lo que ella quiera transmitir y dar a conocer ante un público el cual mirara el mínimo error.</p>

	más tolerante con los varones.	
11. ¿La mujer es utilizada para el espacio publicitario de radio por su voz sensual y por qué?	Si tiene buena voz y lo hace bien es decir que tenga buena dicción, ritmo, transmita no es una constante, en la radio y televisión las voces más reconocidas para el espacio publicitario son masculina.	En ciudades como Quito y Guayaquil, ser voz comercial es lo más complicado porque se necesita adjuntar varios requisitos en una sola persona.
12. ¿Cree usted que es importante complementar la información de los programas deportivos radiales con voces femeninas?	Claro desde hace mucho tiempo desde que inicie siempre tuve compañeras que han hecho muy bien su trabajo me parece que le da una dinámica agradable y distinta y no pasa solo por la igualdad de género sino por la dinámica que deben dar los programas deportivos y las diversidades de voces y de criterios.	La voz femenina es la que le pone el efecto adicional para amenizar el oído del oyente y existe un completo en la opinión masculina ya sea que estén de acuerdo o en desacuerdo, eso llega a tener más morbo en el oyente.
13. ¿Qué disciplina deportiva abordan las mujeres en los medios de comunicación?	En el Ecuador participan en el fútbol, pero también en básquet o cuando hablamos del deporte amateur, pero a nivel internacional las mujeres han incursionado en el tenis y quienes hacen esto fueron deportistas de elite que ya son retiradas y son convocadas por las grandes cadenas para que realicen su trabajo de opinión.	Las mujeres que abordan otras disciplinas son las mujeres que ya no practican dicho deporte y se convirtieron en ex deportista y actuales periodistas.
14. ¿En Ambato, existen programas radiales que incluyan a mujeres y hombres	Desconoce	Desconoce

en un programa deportivo? (Alguien que usted conozca o tenga referencia)		
15. ¿En qué medio de comunicación ha notado más la presencia femenina?	Por ser un medio que tiene mayor cantidad d periodistas en la radio ya que en televisión hay muy pocos espacios en general para hombres y mujeres.	En el medio más fácil para ingresar, el cual es la radio.
16. ¿A qué tiempo de sus inicios en esta profesión trabajo con una mujer?	Yo me inicié en 1985 en Bahía de Caráquez, pero lo hacía por hobby no trabajaba, yo vine a estudiar a Quito en 1990 hacia el programa en cable deportes hacia el programa con Duber Cedeño y con María Soledad Reyes.	Ya existían mujeres inmiscuidas en este medio, pero no en gran cantidad como hoy en día.
17. ¿Cómo era el trato con María Soledad Reyes aquella época donde el machismo era en mayor que hoy?	Normal no había una relación directa porque ella trabaja en Guayaquil y yo en Quito y alguna vez por un comentario que no estábamos de acuerdo pudo existir alguna diferencia eso es normal tanto con hombres como mujeres	Siempre el respeto reina entre compañeros tanto en lo profesional como en lo personal.
18. ¿Qué anécdotas tiene de trabajar con mujeres en el periodismo deportivo?	Tengo tantas anécdotas lo que se dice al aire tanto hombres como mujeres cuando nos equivocamos nos reímos y hacemos bromas al aire no tengo anécdotas desagradables todas son agradables.	Las experiencias como bromas por cosas que se dicen al aire como equivocaciones.
19. ¿Algunas mujeres dejan esa plaza laboral quizás	La remuneración es muy mala en la radio, en la televisión tal ve	No es solo a las mujeres sino en general, los comunicadores deberíamos haber estudiado

<p>porque la remuneración no es buena?</p>	<p>pagan un poco más, es mejor en los medios escritos reconocidos, la paga en la radio es muy mala porque a más de ser periodista hay que convertirse en vendedor en cobrador, ósea hay que estudiar Comunicación y después marketing, la remuneración es mala para hombres y mujeres.</p>	<p>marketing para poder vender y ganar un sueldo conveniente.</p>
<p>20. ¿Qué consejo les daría a las mujeres que están integrando el periodismo deportivo?</p>	<p>Que se preparen no solo es cuestión de ir por novelería o por tener un rostro bonito o por tener un bonito cuerpo y que si van a trabajar lo hagan con todo el rigor que investiguen, averigüen, contrasten, verifiquen y tengan buenas fuentes, informen lo relevante y que estén muy preparadas, los periodistas en general debemos estar preparados en todo lo que nos desenvolvemos.</p>	<p>En el periodismo el éxito es en siempre prepararse y actualizarse según pasa el tiempo y siempre demostrar lo aprendido para ascender puesto laboral.</p>

Cuadro No. 5 Entrevista a Patricio Mantilla (Periodista de Ambato)

PREGUNTAS	RESPUESTAS	INTERPRETACION
1. ¿Con que mujeres ha trabajado en el periodismo deportivo y en qué año?	Algunas compañeras no solo en Ambato sino a nivel nacional, cuando yo empiezo en el periodismo en 1986 con ocasión del Campeonato Nacional de México un poco después del mundial en la acreditación del campeonato mundial me sorprendí porque en la fila se encontraba Martha Córdoba ella empezaba hacer reporterismo para Diario el comercio y después paso a radio y pues nos hemos encontrado en algunos eventos internacionales y en esa época si fue una sorpresa encontrar a una mujer en este medio.	A pesar que empezó en radio en el año 86 ya se encontró con mujeres tanto en el ámbito nacional como internacional, pero se sorprendió porque no era común en ese tiempo.
2. ¿La mujer hace funciones periodísticas solo por su capacidad o se la utiliza únicamente como imagen decorativa?	No aparentemente puede ser que a la mujer por su imagen y esto es una ventaja sobre los hombres puede ser, pero no poco a poco se han ido involucrando las damas, pero por su capacidad.	Tener una buena imagen es una ventaja de la mujer sin embargo la mayoría de ellas se han involucrado en este medio por su capacidad.
3. ¿Cuál es el grado laboral de la mujer u hombre para programas deportivos?	Yo aprovecho a la mujer por su criterio no me gusta enviarles hacer reporterismo sino les doy un espacio en el panel para que tenga la oportunidad de opinar o comentar.	Encontrar a una mujer relatora o comentarista es muy complicado, pero me gusta tener compañeras que se involucren por su opinión.
4. ¿Qué medio de comunicación muestra, en su programación a la mujer como un ser igualitario al hombre?	Mas en televisión ahí se nota más en radio no mucho en razón de que no se han involucrado en todo lo que podemos hacer es decir comentando o relatando una transmisión.	En la televisión porque se puede ver en radio no mucho.
5. ¿Quién tiene mayor protagonismo en el ejercicio del periodismo?	El hombre haciendo opinión porque está más involucrado y conoce más creo que les falta a las mujeres preparación, conocimiento no solo una	El hombre, pero todo depende la mujer para tener un protagonismo deben seguir preparándose.

	linda voz y facilidad de palabra.	
6. ¿Qué protagonismo tiene la mujer en los programas deportivos?	Mientras más se prepare tendrá más posibilidades de ir creciendo, las mujeres están empezando porque aún tienen espacios pequeños y cortos.	Deben prepararse todo el tiempo y así tendrá más posibilidades de tener protagonismo más o igual que el hombre.
7. ¿Con que frecuencia los medios radiales de comunicación difunden la entrevista realizada por mujeres en los programas deportivos?	Poca frecuencia porque hay muy pocas mujeres y según el personal va a tener menos protagonismo porque siempre va a existir más hombres en los programas deportivos.	En un medio que tiene 18 personas y solo una es mujer con muy poca frecuencia porque a más de ello no trabaja a tiempo completo.
8. ¿Quién presenta las entrevistas realizadas por mujeres? Es decir, presenta una mujer o un hombre y si la mujer comenta o relata lo realizado en las entrevistas.	Depende del director del programa quien es el que conduce y presenta un orden consecutivo a los segmentos del programa, pero obviamente se le da un espacio para que comente sobre lo realizado.	El director es quien conduce el programa así que el lleva el hilo del mismo.
9. En base a la pregunta 8 ¿Quién comenta más el hombre o la mujer?	La mujer según pasa el tiempo tiene que ir ganando experiencia sin un limitante porque si no está preparada para expresar un contenido va a quedar mal.	La mujer tiene que ir ganando experiencia y no limitarse.
10. ¿Qué percepción ve en la audiencia cuando comenta una mujer?	Yo creo que se oye bien yo también me pongo en el plano de oyente no solo de director y se oye bien si esta entregada del tema se le oye mejor todavía.	La gente oye bien cuando la mujer emite comentarios que demuestran que sabe.
11. ¿La mujer es utilizada para el espacio publicitario de radio por su voz sensual y por qué?	Yo valoro mucho el aporte de una mujer se viene un cambio y la dulzura de una mujer porque hay voces muy bonitas y es una ventaja más de ustedes.	Valoro mucho el aporte de la mujer y a más de capacidad envuelve una linda voz y esa es otra ventaja más.
12. ¿Cree usted que es importante complementar la información de los programas deportivos radiales con voces femeninas?	Si, a mí me gusta y mientras más aspirantes haya yo soy del punto de vista de darles más oportunidades, pero con capacitación, preparación, dominio en el tema y con la vocación porque una persona hace bien la tarea si ama lo que hace.	Si hay que darles la oportunidad, pero con capacitación y dominio deben prepararse muy bien.
13. ¿Qué disciplina deportiva abordan las mujeres en los medios de comunicación?	Futbol y basquetbol, sobre todo, hay otras disciplinas en donde las mujeres llegan bien como	Las dos principales en la ciudad y en donde están más mujeres como el atletismo.

	el atletismo por ejemplo en donde destacan muchas y se puede tener una cobertura muy buena de las damas.	
14. ¿En Ambato, existen programas radiales que incluyan a mujeres y hombres en un programa deportivo?	Creo que en la mayoría del radio están incursionando los veo a chicas en el estadio, van a un entrenamiento, a un vestuario y están incursionando se vienen una buena ola de presencia femenina en el ámbito de los deportes.	En la mayoría de las radios en sus programas existe por lo menos una mujer.
15. ¿En qué medio de comunicación ha notado más la presencia femenina?	En televisión mucho sobre todo la explotación de la imagen femenina de que muchas empresas se fijan solo en la figura y no en el talento.	En televisión por la imagen de la mujer.
18. ¿Qué anécdotas tiene de trabajar con mujeres en el periodismo deportivo?	Algunas, creo que he sabido sobre llevar las diferencias que existen, no he hecho un trabajo muy frecuente con damas como para sacar una opinión.	Llevar de buena manera las diferencias que existen en los comentarios.
19. ¿Algunas mujeres dejan esa plaza laboral quizás porque la remuneración no es buena?	El campo de remuneraciones es delicado, pero uno consigue un estatus por el trabajo y se establece un sueño, aunque esto es muy desigual y pienso que todo depende del rendimiento.	Depende de la capacidad de la persona si quiero ganar más me preparo más y lo demuestro.
20. ¿Qué consejo les daría a las mujeres que están integrando el periodismo deportivo?	Que lo hagan no por novelería, sino que sea una vocación, y que lo vayan demostrando según pasa el tiempo y suban escalones.	Que practiquen este ejercicio periodístico no por novelería sino por pasión y la preparación que es fundamental.

Cuadro No. 6 Entrevista a Lorena Ramos (Periodista Deportiva)

PREGUNTAS	RESPUESTAS	INTERPRETACIÓN
1. ¿La mujer hace funciones periodísticas por su capacidad o únicamente por su imagen decorativa?	Yo estoy convencida de que todo ser humano es lo primordial sino tienes capacidad no puedes aspirar a ningún puesto.	Todo ser humana hace una labor por su capacidad.
2. ¿Cuál es el grado laboral de una mujer y hombre en un programa deportivo?	Depende de cada persona si le gusta el comentario tiene que enfocarse en eso, obviamente tendrás algunas trabas que tendrás que empezar desde abajo, creo que los limites se los ponen las personas.	Depende la persona a que quiere enfocarse y destacar.
3. ¿Qué medio de comunicación muestra a una mujer como un ser igualitario al hombre?	Creo que ninguno y más en Ecuador en televisión lo típico es una mujer 90, 60, 90, buena imagen a veces no importa si tiene el conocimiento, pero la cuestión es llamar la atención, pero en radio es diferente porque hay mujeres dentro del ámbito deportivo y con el conocimiento.	En ninguno simplemente muestran a una mujer por su figura y no por su capacidad.
4. ¿Quién tiene mayor protagonismo en este ejercicio periodístico?	A la par, los hombres son los llamados desde muchos años hacer esto del deporte en cambio la mujer ha tenido que irrumpir en ese aspecto y ganarse un espacio de a poco.	El hombre porque vivimos en una sociedad que todo lo que tenga que ver en futbol el hombre es el que destaca.
5. ¿Con que frecuencia los medios radiales difunden entrevistas realizadas por mujeres en programas deportivos?	En mi caso he tenido que cubrir varios partidos y las entrevistas que he hecho todas han salido al aire no me han cortado la libertad de expresión en ese aspecto.	Todas las entrevistas que he hecho las han pasado.
6. ¿Quién presentaba esas entrevistas y tienes la oportunidad de narrar lo	Por lo general el que presenta las notas es el director, pero si he tenido la oportunidad de	En los medios radiales con frecuencia es el director porque ha si se ha estipulado años

realizado?	comentar lo hecho.	
7. En base a la pregunta 6 ¿Quién comenta más el hombre o la mujer?	El hombre en muchos casos por la experiencia, somos aun jóvenes con poco tiempo en radio que ponernos a la par con las personas que tienen 20 o más años de experiencia es imposible, pero de que se nos ha abierto un espacio es cierto.	El hombre porque quizás tiene más experiencia y no podemos comparar 2 años con 20 años de experiencia.
8. ¿Qué perspectiva ve usted en la audiencia cuando comenta una mujer?	He recibido muy buenas críticas porque una mujer también sabe cómo se para un equipo dentro de la cancha, como juega, como se desenvuelve y la táctica que presenta un Director Técnico.	Personalmente recibí buenas críticas que me han motivado a continuar.
9. ¿La mujer es utilizada para un espacio publicitario y por qué?	Si hay mujeres que ocupan este espacio, pero es solamente porque tienen la voz sensual para llamar la atención, pero en los hombres tienen el espacio más ganado porque venían siendo los dominadores del tema radial.	Si, pero solamente para llamar la atención, la mujer también puede ocupar otros espacios.
10. ¿Cree usted que es importante complementar la información de los programas deportivos radiales con voces femeninas?	Importantísimo las mujeres no podemos quedarnos a parte de ningún ámbito y el deporte no es la excepción hay que trabajar en ello nada más.	Si las mujeres en todo ámbito debemos sobre salir como hasta el momento lo estamos haciendo.
11. ¿Qué disciplinas deportivas abordan las mujeres en un medio de comunicación?	Futbol, formula 1 y después otros deportes como el tenis, básquet, etc. Hay que involucrarse de todo un poco, pero en este caso del futbol más.	Principalmente el futbol, pero si existen más disciplinas.
12. ¿En Ambato existen programas radiales que incluyan a mujeres y hombres en los programas deportivos?	Si y actualmente más que antes por ejemplo vas al estadio y ves muchas mujeres cubriendo noticias y más que todo la ventaja de nosotras es que un jugador no se niega a	Si ahora más que antes y es que nadie se niega a una entrevista de una mujer a un hombre si le pueden decir no.

	dar una entrevista.	
13. ¿En qué medio de comunicación ha notado más presencia femenina?	En televisión, pero más por imagen de que necesitan una mujer llamativa para llamar la atención.	En televisión, pero solo por su imagen.
14. ¿Con cuántas mujeres empezó trabajando y que hacían?	Con 2 Vanessa Vargas y Priscila Lezcano.	Pocas.
15. ¿Porque decidió entrar a una actividad que es solamente para los hombres?	La pasión, me gusta el futbol y me encanta la comunicación soy una convencida de que periodista no se hace sino se nace y con el tiempo hay que ir mejorando.	Porque le gusta la comunicación completada con el futbol.
16 ¿Qué anécdotas tiene de esta profesión?	Conocer gente que en la vida se me ocurrió conocer que tú antes veías por televisión o escuchabas por radio y ahora son tus compañeros.	Conocer gente que solo se la veía por televisión.
17. ¿Qué le decían en la calle, en su casa, en el mismo trabajo sus compañeros hombres?	En el trabajo un poco complicado, pero por lo nervios de que eres nueva de que la experiencia rebasa a la de otras, pero ahí la personalidad de imponerse y decir yo también se yo también puedo.	Algo complicado, pero por ella mismo por lo nervios de ser la única mujer en el programa.
19. ¿Qué función tenía usted en la radio?	Noticias, información, entrevistas de todo un poco, porque eso es lo que es la comunicación global y no puedes encasillar en una sola cosa.	Lo común que hace una mujer buscar estadísticas.
20. ¿Cómo era el trato de sus compañeros hacia usted siendo Lorena Ramos y si tenía alguna diferencia en el trato con Vanessa Vargas?	Fuimos tan distintas por ejemplo en la parte seria estaba yo y Vane le entraba al tema de molestar un poco, pero en si la información la complementábamos.	En lo laboral ellas eran distintas, pero el trato era igual por parte de sus compañeros.
21. ¿En cuántos medios de comunicación tanto radiales como televisivos se ha desenvuelto en el periodismo deportivo?	Yo empecé haciendo prácticas, pero me he desenvuelto en algunas radios, páginas de internet, redes sociales y televisión en voz en	En la mayoría radiales y en otros medios por su voz.

	off.	
22. ¿Trabajaría en televisión?	Si, aunque no me guste, pero si hay la oportunidad lo hare.	No se cierra a trabajar en otro medio de comunicación.
23. ¿Ha tenido alguna experiencia internacional y en qué año?	Si acompañar a la selección de ecuador a lima a un partido amistoso, en chile también y con macara a Venezuela por Copa Libertadores.	Ha salido del país con la selección de ecuador y en el primer torneo internacional de Macará.
24. ¿Dejaría esa plaza laboral quizás porque la remuneración a las mujeres no es buena?	Lo he pensado y se supone que estudie una carrera, el periodismo es una carrera que te puede dar un poco de fama, pero en lo económico no lo esperes mucho.	Lo ha pensado, pero la pasión, es más.
25. ¿Qué consejo les daría a las mujeres que están integrando el periodismo deportivo?	Que no se den por vencidas y que si tiene una pasión por el futbol no lo dejen por nada porque es la mejor profesión del mundo.	Siempre que luchen y que jamás se den por vencidas porque después vienen los frutos.

Cuadro No. 7 Entrevista a Grace Infante (Directora Técnica)

PREGUNTAS	RESPUESTAS	INTERPRETACIÓN
1. ¿Cuál es el grado laboral de una mujer y hombre en un programa deportivo?	Si hablamos de Ambato a lo máximo que hemos llegado es hacer voz comercial y hacer reportaría desde cobertura en camerinos y en los entrenamientos, pero relatar o comentar creo que es muy complicado.	El de los hombres es más amplio en mujeres nos hemos limitado solo hacer reportaría y voz comercial.
3. ¿Qué medio de comunicación muestra a una mujer como un ser igualitario al hombre?	En Diario La Hora en los redactores somos 3 mujeres y 3 hombres entonces estamos totalmente iguales.	En el medio impreso por lo general son más igualitarios e incluso en ocasiones hay más mujeres.
4. ¿Quién tiene mayor protagonismo en este ejercicio periodístico?	Los hombres porque venimos de una construcción social que pensamos que ellos van a tener más oportunidad, pero en los programas deportivos radiales siempre hay más hombres.	El hombre por la construcción social en la que nos hemos desenvuelto.
5. ¿Con que frecuencia los medios radiales difunden entrevistas realizadas por mujeres en programas deportivos?	Ninguna porque nosotros firmamos nuestras notas todos somos incógnitas y las dos mujeres que hacemos deportes en EL DIARIO no nos damos a conocer porque es lo que demanda la ley.	En un medio impreso todas las entrevistas son expuestas porque el espacio es más amplio.
6. ¿Quién presentaba esas entrevistas y tienen la oportunidad de narrar lo realizado?	En si en la televisión cada uno intenta ganarse un protagonismo y mantiene una línea bien establecida empezando que los directores son los que más hablan y no creo que esto sea contra la mujer porque los programas de Ambato así son.	En televisión más porque quieren ganar protagonismo y sobre salir.
7. ¿Qué perspectiva ve usted en la audiencia cuando comenta una mujer?	Creo que aún estamos en una sociedad machista en donde si un hombre habla piedras le daría más valides de lo que habla una chica.	No muy buena porque al hombre siempre le van a lanzar flores hable lo que hable.
8. ¿La mujer es utilizada para un espacio publicitario y por qué?	Mientras te ayude a vender es listo no le veo ningún tinte machista, el punto es vender y ya.	Si se trata de vender no importa si es hombre o mujer.
9. ¿Cree usted que es importante complementar la información de los	Por supuesto creo que el director de un medio siempre va a buscar un aporte sea hombre o mujer.	Si mientras el aporte sea positivo.

programas deportivos radiales con voces femeninas?		
10. ¿Qué disciplinas deportivas abordan las mujeres en un medio de comunicación?	En prensa escrita es mucho más amplio porque no necesariamente de lunes a domingo salimos con futbol sino con ciclismo, atletismo, básquet, intercolegiales, campeonatos de voy que organizan.	En prensa escrita el espacio es más amplio así que aquí no hay limitaciones en los diferentes deportes.
11. ¿En Ambato existen programas radiales que incluyan a mujeres y hombres en los programas deportivos?	Si, si he escuchado que por lo menos una mujer está en un programa en la mañana tarde o noche.	En la actualidad por lo menos una mujer conforma el panel del programa deportivo de una radio.
12. ¿En qué medio de comunicación ha notado más presencia femenina?	Creo que en radio porque he escuchado que por lo menos en cada programa deportivo esta una mujer.	En la actualidad por lo menos una mujer conforma el panel del programa deportivo de una radio.
13. ¿Con cuántas mujeres empezó trabajando y que hacían?	Trabajaba solo yo en radio centro después llego otra chica que después se quedó solo ella.	Solo una después dejo esa plaza laboral para otra chica.
14. ¿Porque decidió entrar a una actividad que es solamente para los hombres?	Porque mi papá era entrenador y siempre estuve involucrada en esto desde niña y eso hizo que me meta aún más y para mí nunca ha sido extraño ni complicado irme de viaje solo con hombres.	Siempre estuve inmiscuida en el mundo del deporte.
15 ¿Qué anécdotas tiene de esta profesión?	Muchas como conocer a montón de deportistas que admiraste y solo los veías por televisión y poder hacerles una entrevista.	
16. ¿Qué le decían en la calle, en su casa, en el mismo trabajo sus compañeros hombres?	Se les hacía novedoso yo jamás he sentido discriminación al contrario me motivaban mucho en mi casa en el trabajo.	No era común que una mujer haga periodismo deportivo.
17. ¿Por cuánto tiempo permaneció en la radio, prensa escrita y a futuro le gustaría ir a televisión?	En radio Ambato estuve de 8 a 10 años y en el Diario más de 4 años a futuro me gustaría seguir en prensa escrita no me cierro a trabajar en radio, televisión no me veo haciendo eso.	Le apasiona radio y prensa escrita, la televisión no es de ella, pero no se limita.
18. ¿Ha tenido alguna experiencia internacional y en qué año?	Si, en el mundial Brasil 2014, pero no exactamente a trabajar sino por vacaciones, pero desde allá mandaba notas.	Solo por vacaciones.

19. ¿Dejaría esa plaza laboral quizás porque la remuneración a las mujeres no es buena?	Creo que no es solo a la mujer sino a todos por los cupos que tienes que vender y al menos yo no podía vender y tú cuando trabajas necesitas ese aporte.	En radio el trabajo es así solo por cupos la remuneración.
20. ¿Qué consejo les daría a las mujeres que están integrando el periodismo deportivo?	Que lean mucho que todos los días estén siempre en constante aprendizaje.	Siempre la preparación será fundamental para seguir adelante.

CAPÍTULO IV

Verificación de la hipótesis

La hipótesis puesta a prueba fue:

La mujer en el Periodismo Deportivo de las radios de la ciudad de Ambato ocupa un rol periodístico protagónico.

Una vez obtenida la información de campo la hipótesis se verifica mediante la interpretación de la información en la que se identificaron coincidencias entre los entrevistados respecto a la valoración de la hipótesis.

En relación al rol periodístico poco protagónico se fortalece:

Como señala Martha Córdova en la década de los 80' el respeto de sus compañeros hacia ella siempre sobre salió, así también lo asegura Lorena Ramos y Grace Infante quienes mencionaron que a pesar de ser las únicas mujeres en todo el staff sus compañeros las apoyan e incluso les ayudaban y daban consejos para mejorar su rendimiento y empeño en el programa que se encontraban hace algunos años en el caso de Grace y en el de Lorena lo sigue siendo hasta la actualidad.

Según Martha, Lorena y Grace trabajar con otras mujeres en el mismo programa deportivo no tiene ninguna diferencia, puesto que cada una tenía un espacio para desenvolverse mencionó, Córdova cuando se le preguntó por Julieta Estrella, otro punto que destacó Lorena fue la personalidad de ella con la de Vanessa Vargas en donde ella era más seria al dar una noticia y su compañera le ponía “la chispita de humor”.

Patricio Mantilla y Fernando Baird destacan que la mujer que ha ingresado al mundo del periodismo deportivo lo ha hecho por su capacidad mas no solo por su imagen

decorativa, pero esto más en radios ya que en ocasiones en televisión buscas solo una imagen y no capacidad más para reportaría de mundiales en donde solo pretende destacar el cable operadora dijo Baird.

Además, indican que existe una gran diferencia en el grado laboral de las mujeres y los hombres puesto que un caballero tiene más libertad para ocupar cualquier posición periodística dentro de una transmisión en donde destaca en el comentario y relato cargos en los que una mujer aun no llega. En este punto Lorena Ramos dio a conocer que si una dama no ha llegado a ocupar el relato es porque no ha querido y ellas mismas se han limitado.

Tanto Córdova, Ramos, Infante, Mantilla y Baird coincidieron que el hombre es el que se lleva el protagonismo ya que nuestra sociedad sigue siendo machista y desde pequeños nos inculcan que la cocina o muñecas es para las niñas y el fútbol o carros para señores y con esa ideología crece una persona. A si también concuerdan que se le escucha bien a una mujer complementar la información de un programa deportivo a más de ello le vuelve llamativo y demuestra que siguen rompiendo paradigmas machistas en donde se pensaba que solo un varón puede ocupar el puesto de un periodista deportivo.

Según Lorena y Patricio la mujer no solo puede dar comerciales ya que está abierta a ocupar otras funciones, pero que debe capacitarse, yéndonos a Quito Fernando Baird dice que la persona que da comerciales es específica para ello y no se trata de mujeres, al igual que Grace comento que si se trata de vender no importa el género simplemente lo hace y se acabó.

Martha, Lorena y Grace enfatizaron que decidieron entrar al periodismo deportivo por pasión, primero porque desde pequeñas querían ser periodistas y en el caso de Grace porque siempre estuvo inmiscuida en el deporte pues su padre Carlos Infante fue director técnico nacional, y lo lograron cumplir su sueño de ser comunicadoras y desenvolverse en el periodismo deportivo. También acotaron que sus amigos o familiares pensaban que solo sería por novelería, pero al pasar el tiempo se dieron cuenta que ya era por gusto y pasión y les apoyan. La función que ellas tenían en radio

era hacer lo básico en el caso de Martha y Grace tener estadísticas o leer sitio web algo que no compartían y hoy se ven mejor como editoras de importantes diarios a nivel nacional en sección deportes y en el caso de Lorena ha hecho de todo en radio desde controles en estudios hasta comentar una transmisión en vivo.

Por el lado de Martha y Grace el tiempo que permanecieron en radio fue muy corto puesto que descubrieron su pasión por impregnar noticias deportivas en diarios periodísticos y porque se estabilizaron económicamente con un sueldo fijo. Incluyendo a Lorena las 3 personas mujeres entrevistadas han tenido experiencias internacionales, Martha Córdova más extenso desde campeonatos amateur hasta mundiales de fútbol en varias ocasiones. Además, han llegado a ocupar otros lugares o sitios de trabajo, pero siempre involucrando el Periodismo Deportivo.

En el caso de Lorena concluyó diciendo que muchas veces ha pensado dejar esta plaza laboral por el tema remuneración que no es buena, pero que más ha sido la pasión por el futbol y por su trabajo por lo que no lo ha hecho en caso de Grace y Martha ya lo hicieron dejaron la radio por la prensa escrita porque ahí tiene su sueldo seguro proporcionado por la ley de comunicación, pero no desestiman regresar hacer radio en el futuro.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

En la actualidad las mujeres en el periodismo deportivo van incrementando su participación en todas las funciones dentro de un programa deportivo excepto en lo más importante es decir el relato, la mujer tiene la capacidad para ir subiendo en cada función laboral y desenvolver de mejor manera e irse preparando para aspirar más y no limitarse o estancarse solo en una función.

En la radio es en donde se escucha más a mujeres comentando o simplemente ocupando un lugar en un programa deportivo, el inconveniente según los entrevistados está en la televisión en donde a más de capacidad para integrar un medio deportivo deben tener una buena imagen física aunque según uno de los entrevistados a nivel nacional cuando se trata de coberturas internacionales, el menciona que las cadenas televisivas buscan literalmente un estereotipo, es decir la chica rubia, ojos claros, delgada y que en ocasiones solo sepa sonreír y llame la atención de los televidentes.

Diseñar un taller testimonial con buenas experiencias de las damas en el periodismo deportivo para así motivar o demostrar a los/as estudiantes a involucrarse y compartir ámbitos laborales que antes era invadido por el machismo, al menos en Ambato las radios deportivas siempre han mantenido un formato en sus programas, es decir que los directores son caballeros y son los que llevan el hilo del programa y actúan más en el mismo.

RECOMENDACIONES

La auto preparación es lo fundamental para que una mujer a corto plazo logre ocupar el rol de comentarista o relatora en una transmisión en vivo de un partido de fútbol, así como también llegar a dirigir un programa deportivo como Mayra Bayas quien es directora de Estadio TV un programa deportivo que se transmite por Ecuavisa un canal nacional.

La constante preparación es importante para desenvolverse en el medio radial y ganarse un lugar en un programa deportivo y que la mujer no se limite, y así romper paradigmas, es decir mientras se tenga la capacidad y el empeño lo demás no debería interesar en cuanto a los estereotipos femeninos.

La recomendación para que se ejecute el taller es que asistan personas interesadas y que pretendan incursionar en esta función dentro de la comunicación social ya que no solo obtendrán conocimientos educativos sino también como incursionar de buena manera en este medio que a pesar de aun ser machista la mujer de a poco está rompiendo este prototipo.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Tema de propuesta:

“Taller testimonial de mujeres con experiencias exitosas en el periodismo deportivo ecuatoriano”.

Datos informativos:

Entidad ejecutora: Universidad Técnica de Ambato.

Beneficiarios: Periodismo Deportivo y la audiencia.

Tipo de Organización: Comunicación Social.

Unidad Ejecutora: Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.

Dirección: Av. Los Chasquis y Río Paya mino.

Equipo Técnico Responsable: Investigador Katherine Mishel Silva Zamora

Cobertura y localización:

Provincia: Tungurahua.

Cantón: Ambato.

Zona: Urbana.

Sujeto de gestión: Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social y Personal que hace periodismo deportivo.

Presupuesto estimado del proyecto

El monto total estimado 1500 dólares de los Estados Unidos de América.

Antecedentes de la propuesta

Según la investigación realizada podemos decir que las mujeres tienen una limitación a nivel de las radios de Ambato para ocupar ciertos roles dentro de un programa deportivo, en su mayoría las mujeres solo llegan a ocupar funciones no periodísticas

como voz comercial, cargo que no emite opinión y solo es lectura de un párrafo. Esta inclusión de la mujer a los programas deportivos de las radios de la ciudad de Ambato se ha venido dando desde hace unos años, pero ninguna de las integrantes de los diferentes programas y radios deportivas ha llegado a ocupar las funciones más sobresalientes de este ámbito laboral que son: comentar y relatar en vivo, esto debido al machismo que sigue existiendo en la sociedad, sin embargo la mujer va ocupando y escalando ciertos rangos según su preparación profesional, hasta el momento la mujer ocupa un espacio de opinión en un panel y la reportaría de los diferentes equipos de la provincia.

Justificación

La propuesta tiene como objetivo aplicar la investigación a las personas que quieren integrar un espacio en un programa deportivo tanto en radio como en televisión para que no se limiten en un solo rol periodístico sino para que exploren y encuentren su lugar de confort y seguir escalando funciones hasta ser directoras de un programa deportivo y se promueva la igualdad en el mismo.

La idea es poseer una buena estrategia para despertar el interés a las mujeres para atreverse a comentar o relatar un partido de fútbol en vivo obviamente demostrando al oyente sea hombre o mujer que está capacitada para ocupar dicho lugar de trabajo y que las mujeres seguiremos rompiendo tabúes impuestos por la sociedad.

Esta propuesta nace con la idea de fortalecer la profesión del periodista en beneficio de la mujer mediante el aprovechamiento de su capacidad para integrar nuevos roles periodísticos, para así ir acostumbrando al oído del oyente la voz femenina en un análisis serio y verdadero del fútbol.

Las ventajas que brinda la integración de una mujer a un programa deportivo son importantes a la hora de informar ya que complementa con sus compañeros y atrae al escucha a sintonizar el dial de cierta emisora, además se viene la nueva era del periodismo deportivo en donde la mujer viene a formar parte del mismo, pero no de una manera improvisada sino con más exigencia, incluso que de los hombres por el

simple hecho de vivir en una sociedad machista.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un taller testimonial de mujeres con experiencias exitosas en el periodismo deportivo ecuatoriano.

Objetivo Específicos

- Invitar en calidad de expositoras a mujeres del Ecuador que han alcanzado roles estelares en el periodismo deportivo.
- Contar en calidad de expositores a hombres que hayan laborado con mujeres que han cumplido roles estelares en el periodismo deportivo.
- Invitar a mujeres que integren o quieran integrar el periodismo deportivo en las radios de la ciudad de Ambato.
- Establecer el tema logístico para el desarrollo de la invitación.
- Planificar las actividades a desarrollarse en el taller.

Análisis de factibilidad

- Factibilidad Legal

(Asamblea Nacional , 2008)

CONSTITUCIÓN DE LA REÚBLICA DEL ECUADOR 2008

TÍTULO II

DERECHOS

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella

que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

Factibilidad económica

Se solicitaría que la Universidad Técnica de Ambato, cubra los gastos para la realización del taller que constará con invitados nacionales y tendrá la duración de dos días en un horario de 08h00 a 12h00.

Factibilidad organizacional

La propuesta planteada es factible porque las políticas de apertura de la Institución para la realización de estos eventos, además se cuenta con la aceptación de los posibles conferencistas e invitados a dicho taller.

Factibilidad social

El personal de las radios deportivas (directores y dueños) están dispuestos a colaborar en esta propuesta para sus medios de comunicación, en caso de su personal y de la limitación en las funciones periodísticas con la mujer que en algún momento proporcionaron por el machismo de la sociedad en la vivimos.

Factibilidad tecnológica

Se cuenta con los recursos tecnológicos como internet, computadora, proyector de imágenes, micrófonos, parlantes y todo eso permitirá difundir videos testimoniales como de Iris Cisneros primera mujer relatora de México ya que permite a la mujer tener atracción para explorar otros cargos periodísticos, desarrollando así un espacio que solo se pensaba que el hombre podría ocupar y logrando entrar en el oído de los

escuchas de la radio y programa.

FUNDAMENTACIÓN

Testimonio

El testimonio, en cualquiera de sus formas (autobiografías, memorias, diarios, confesiones, agendas, cartas, conversaciones), fue conocido desde muy antiguo en la literatura que hoy llamamos de “no-ficción”, es decir, de hechos reales. Cualquier relato histórico edificado a base de las impresiones y visión personal del autor encaja dentro del género testimonial. Es un privilegio del testigo dar fe de lo vivido o visto y relatarlo a los demás. Pero este testimonio sólo adquiere forma cuando el testigo inicia su narración diciendo “estuve, vi, comprobé, hice, actué, soporté...”. (Scribd, 2018)

Taller

“Me refiero al taller como tiempo - espacio para la vivencia, la reflexión y la conceptualización; como síntesis del pensar, el sentir y el hacer. Como el lugar para la participación y el aprendizaje. Me gusta, agrega, la expresión que explica el taller como lugar de manufactura y mente factura. En el taller, a través del Inter juego de los participantes con la tarea, confluyen pensamiento, sentimiento y acción. El taller, en síntesis, puede convertirse en el lugar del vínculo, la participación, la comunicación y, por ende, lugar de producción social de objetos, hechos y conocimientos”. (Nestor Bravo)

El rol de la mujer

(Astarloa de Cancelliere, 2005) Afirma que la cultura se construye sobre la realidad humana: varón-mujer. Los roles que cada uno ejerza pueden intercambiarse, pero cada quien los vivirá desde su identidad masculina o femenina. Una mujer puede manejar un camión, pero lo hará de un modo indiscutiblemente femenino, así como un hombre cambiará pañales de manera ciertamente masculina. La posibilidad de que estos roles puedan intercambiarse no implica el derecho a exigirlo.

Periodismo deportivo

Como consecuencia, el periodismo deportivo ha logrado ocupar en un gran número de países europeos y latinoamericanos un nicho de mercado muy amplio, por encima de cualquier otra área de información especializada, y cautivar a una masa de público vasta y heterogénea a la que surte continuamente de contenidos desde un número cada vez mayor de soportes, tanto diarios impresos y revistas como programas radiofónicos, espacios televisivos y sitios de internet específicos. (Rojas Torrijos, La futbolización de la información, 2012).

La radio es el medio de comunicación más sintonizado ya que en los distintos sitio de trabajo siempre existirá un aparato de radiodifusión, a pesar que la tecnología sigue avanzando la radio en nuestro medio aun sigue viva y es por eso que existe variedad de programas según los targets del público que los escucha.

La radio

En 1875, Graham Bell fue el primero en conseguir que los sonidos pudieran escucharse a través de un cable. El descubrimiento y la medición de las ondas electromagnéticas propició la creación del primer receptor de radio. Sin embargo, fue Marconi el que permitió con sus conocimientos que las señales sonoras pudieran propagarse hasta unos 20 kilómetros. Sin duda, todo un logro para la época.

Entrados en el siglo XX, A. Fleming y R.A. Fessenden con sus aportaciones permitieron la transmisión de la voz humana. Éste supuso, verdaderamente, otro momento cumbre de la época, puesto que significó el comienzo de la Radio que hoy conocemos. (Gil Rebollo, 2011)

La radio en Ambato

La primera emisora que funcionó en Ambato fue radio “La Voz del Progreso”, que surge luego del terremoto del 5 de agosto de 1949. Después esta emisora de onda corta

se denominaría Radio Nacional Espejo, que perteneció a Gerardo Berberecho.

A través de estas ondas de cobertura nacional se transmitieron varias producciones radiofónicas de gran impacto para la época: "Kalman", "Rayo de plata", "Porfirio Cadena, el ojo de vidrio". Además, la programación de Radio Nacional Espejo de Ambato, se caracterizó también por difundir historias creadas y dramatizadas en la propia estación con talentos nacionales como: Juan Francisco Felton, Carlos Navarrete, Jorge Pazmiño y Borja, Carlos Cortez y Blanca Salazar. (JIMÉNEZ, 2010)

MODELO OPERATIVO

FASES	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLE	RESULTADOS
Sensibilización.	Socializar para dar a conocer a las autoridades para la realización del taller.	Socialización entre los actores.	-Computador. -Proyector de imágenes. - Diapositivas sobre la propuesta.	Una semana	MISHELL SILVA	-Aceptación para la realización. -Formación.
Planificación	Planificar de las actividades para que se dé efecto al taller.	-Invitación de los ponentes y participantes. -Logística para el evento. -Desarrollo del taller.	-Humanos. -Económicos. - Tecnológicos.	Cuatro semanas	MISHELL SILVA INSTITUCIÓN	-Interés investigativo. -Trabajo en equipo.
Ejecución	-Inscribir el primer día a las 08h00. -Inicio del taller a las 09h00 con la primera ponente. -10h30 receso para todo	Instalación del personal para el desarrollo del acto.	-Económicos. -Laptop. -Proyector de Imágenes.	Dos días.	MISHELL SILVA INSTITUCIÓN	-Capacitar a los asistentes. -reflexionar.

	<p>el personal.</p> <p>-11h00 Segundo ponente del taller.</p> <p>-12h00 Finalización del taller día 1.</p> <p>-Inicio del taller segundo día a las 08h00 con la primera ponente.</p> <p>-10h00 receso para todo el personal.</p> <p>-10h30 Segundo ponente del taller.</p> <p>-12h00 Finalización del taller.</p>					
Evaluación	<p>Manifiestar que se evaluara una vez terminada la jornada para hacer una evaluación general.</p>	<p>Reuniones con las autoridades de la Institución para evaluación y sacar los resultados y conclusiones del taller</p>	<p>Material de recolección de información.</p>	<p>Una semana</p>	<p>MISHELL SILVA</p> <p>INSTITUCIÓN</p> <p>PARTICIPANTES</p> <p>PONENTES</p>	<p>Medir los resultados alcanzados.</p>

Cuadro No. 8 Modelo Operativo
Elaborado por: Mishel Silva

PROGRAMA DEL TALLER

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

LUGAR: FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

OBJETIVO:

- Diseñar un taller testimonial de mujeres con experiencias exitosas en el periodismo deportivo ecuatoriano.

ASISTENTES: Directores Radiales, periodistas mujeres.

ORDEN DEL DÍA:

OPERATIVIZACIÓN DE LA PROPUESTA

	ACTIVIDADES	PARTICIPANTES	HORA	FECHA	RESPONSABLE
1	Inscripciones de los participantes.	Periodistas Deportivos, estudiantes y público en general.	08h00	16 Julio	MISHELL SILVA
2	-Inauguración del taller por parte del Decano de la Facultad. -Identificación del problema por parte de la investigadora. -Objetivos.	-Decano de la facultad -Señorita Mishel Silva. -Señorita Mishel Silva.	09h00 09h15 09h15	16 Julio 16 Julio 16 Julio	MISHELL SILVA
	-Día uno: Testimonio de la experiencia periodística en el deporte por la primera	Martha Córdova. Periodistas.	09h30	16 Julio	MISHELL SILVA

	ponente.				
3	Receso para todo el personal.	Ponentes, participantes.	10h30	16 Julio	MISHELL SILVA
4	Testimonio del segundo ponente.	Fernando Baird	11h00	16 Julio	MISHELL SILVA
5	Finalización del primer día del taller.	Investigadora.	12h00	16 Julio	MISHELL SILVA
6	Segundo día del taller, bienvenida por parte de la coordinadora de carrera.	Coordinador de carrera.	08h00	17 Julio	MISHELL SILVA
7	Testimonio de la tercera ponente.	Mayra Bayas	08h20	17 Julio	MISHELL SILVA
8	Receso para todo el personal.	Ponentes, participantes.	10h00	17 Julio	MISHELL SILVA
9	Testimonio de la cuarta ponente.	Lorena Ramos	10h30	17 Julio	MISHELL SILVA
10	Beneficios y conclusiones del taller.	Investigadora.	11h40	17 Julio	MISHELL SILVA
11	Cierre del taller por parte de la coordinadora.	Coordinador de carrera	12H00	17 Julio	MISHELL SILVA
12	Recolección de resultados.	Investigadora	08h00 a 10h00	18 Julio	MISHELL SILVA
13	Presentación de resultados a la institución	Investigadora	08h00	19 Julio	MISHELL SILVA

Cuadro No. 9 Operativización de la Propuesta

Observación: Este taller se lo puede replicar una vez por cada semestre.

Elaborado por: Mishel Silva

Ejemplos de los casos que se socializarán en el taller:

- Iris Cisneros, Primera mujer relatora de fútbol en México.



<https://vimeo.com/33259403>

- Antonella Lima primera mujer relatora en Uruguay.



<https://www.elobservador.com.uy/tres-mujeres-hacen-historia-y-relataran-el-partido-n1129028>

- Claudia Neumann, primera mujer en narrar un partido de Europa en Aleman.



https://verne.elpais.com/verne/2016/06/14/articulo/1465888410_053717.html

Bibliografía

1. Barranquilla, J. (05 de Febrero de 2017). *Radionotas*. Obtenido de Radionotas: <https://radionotas.com/2017/05/02/diferencias-entre-un-reportero-y-un-periodista-de-radio/>
2. Castañón Rodríguez, J. (17 de Junio de 2000). *El juego de la violencia verbal en el fútbol*. Obtenido de <http://www.idiomaydeporte.com/traduccion/es/el-juego-de-la-violencia-verbal-en-el-futbol.php>
3. Gil Rebollo, A. M. (7 de Marzo de 2011). *Pasión por la radio*. Obtenido de <https://anagilrebollo.wordpress.com/2011/03/07/breve-historia-de-la-radio-2/>
4. Góngora, J. (23 de mayo de 2013). *Redes sociales, estereotipos y como influyen en los adolescentes*. Obtenido de Redes sociales, estereotipos y como influyen en los adolescentes: <http://estereotiposyadolescencia.blogspot.com/>
5. Gonzalez, N. (Junio de 20012). *La mujer y la discriminación*. Obtenido de La mujer y la discriminación: <http://lamujeryladiscriminacion.blogspot.com/p/estereotipos.html>
6. Gonzalez, N. (Junio de 2012). *La mujer y la discriminación*. Obtenido de La mujer y la discriminación: <http://lamujeryladiscriminacion.blogspot.com/p/estereotipos.html>
7. Hendel, L. (2017). PERSPECTIVA DE GÉNERO. En L. Hendel, *COMUNICACIÓN, INFANCIA Y ADOLESCENCIA*.
8. HERMAN, J., & ISAAC, M. (5 de Abril de 2016). *The New York Times*. Obtenido de <https://www.nytimes.com/es/2016/04/05/los-videos-en-vivo-de-facebook-ganan-seguidores-pero-aun-no-son-rentables/>
9. JIMÉNEZ, D. (30 de Enero de 2010). *HISTORIA DE LA RADIODIFUSIÓN EN EL ECUADOR*. Obtenido de <http://diegojavi007.blogspot.com/2010/01/historia-de-la-radiodifusion-en-el.html>
10. Lamarca, M. J. (8 de Diciembre de 2013). *Internet*. Obtenido de <http://www.hipertexto.info/documentos/internet.htm>
11. MÁRQUEZ, N. (4 de Diciembre de 2015). *Digital Trends es*. Obtenido de <https://es.digitaltrends.com/sociales/facebook-videos-vivo-para-todos/>
12. Morduchowicz, R., Marcon, A., & Sylvestre, V. (2010). *Los Adolescentes y las Redes Sociales*.

13. Moreno Guano, J. A. (2010). *“LA INSERCIÓN DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO ACCIONES PARA INCENTIVARLO EN LA SOCIEDAD ECUATORIANA*. Latacunga.
14. Pérez Porto, J. (2008). *ESTEREOTIPO*. Obtenido de ESTEREOTIPO: <https://definicion.de/estereotipo/>
15. Pita Ávila., M. M. (2014). *Equidad y participación de la mujer en el ejercicio profesional del periodismo deportivo*. Guayaquil.
16. Prieto Rodríguez, U. (13 de septiembre de 2014). *El concepto "comentarista" y sus funciones*. Obtenido de El concepto "comentarista" y sus funciones: http://www.arenazero.net/blogs/LVP_uLISES/el-concepto-comentarista-y-sus-funciones
17. Rojas Torrijos, J. L. (2012). *La futbolización de la información*. Sevilla: Comunicação & Cultura. Obtenido de <http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/04.-Jos%C3%A9-Luis-Rojas-Torrijos.pdf>
18. TUFÍÑO POZO, F. E. (2014). *INSERCIÓN DE LAS MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO*. Quito.
19. Zapata, B. (10 de Septiembre de 2013). *Tipos de reporteros*. Obtenido de Tipos de reporteros: https://prezi.com/jbpyxkd13pm_/tipos-de-reporteros/
20. Torres Mellado, . (2002). *Estereotipos sociales*. Santiago de Chile.
21. ABRAMO, LAÍS. (2006). *Trabajo decente y equidad de genero en america latina*. Santiago de Chile.
22. Álvaro, S. F. (1991). *Radiodifusión en la mitad del mundo*. Quito: Nacional.
23. Areizaga, M., & Armiño, K. P. (s.f.). *Diccionario de Acción Humanitaria*. Obtenido de <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/139>
24. Arellano, E. (2008). *La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional*. Monterrey.
25. Asamblea Nacional . (2008). *La Constitución*. Montecristi.
26. Astarloa de Cancelliere, M. C. (28 de Noviembre de 2005). *LA NACION*. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/760064-no-hay-dos-sexos-para-la-ideologia-del-genero>
27. Balestrini, M. (2006). *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. Venezuela : BL Consultores Asociados .
28. Busto, A. (2005). *Labor periodística femenina y problemáticas de genero*.

Buenos Aires.

29. Busto, A. (2005). *Labor periodística femenina y problemáticas de género*. Buenos Aires. Obtenido de Labor periodística femenina y problemáticas de género.
30. Campos, L. (3 de Marzo de 2017). *RAZONES PARA USAR FACEBOOK LIVE EN TU ESTRATEGIA DE CONTENIDOS*. Obtenido de <http://www.postedin.com/2017/03/03/facebook-live-estrategia-contenidos/>
31. Castell, M. (1995). *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano regional*. Madrid: Alinza .
32. Celada, M. M. (2012). *Redes Sociales y Patologías*. Obtenido de La Anatomía Patológica en las Redes Sociales: https://www.seap.es/documents/228448/530967/03_Manrique.pdf
33. COLOSAL, R. (2017). *Nuestra historia*. Obtenido de <http://www.radiocolosal.com/la-radio/nuestra-historia/>
34. Comercio, E. (30 de Julio de 2017). *El Comercio* . Obtenido de <http://www.elcomercio.com/deportes/internet-tv-torneo-futbol-redessociales.html>
35. Comunicación, L. O. (2013). *SUPERCOM*. Quito.
36. Chávez Ramírez, M. C. (2018). *MUJERES ECUATORIANAS Y PERIODISMO DEPORTIVO*:. Quito.
37. Chelo Sánchez , S. (3 de Diciembre de 2017). *La radio en femenino*. Obtenido de <https://medium.com/@Chelradio/la-radio-en-femenino-d51a2c5135da>
38. DeConceptos.com. (s.f.). *De Conceptos.com*. Obtenido de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/capacitacion>
39. Dosal Ulloa, R., Mejía Ciro, M. P., & Capdevila Ortis, L. (enero-abril de 2017). *Redalyc.org*. Obtenido de Redalyc.org: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=363549671004>
40. Erazo, L. (1980). *Manual Práctico de la Radiodifusión*. Obtenido de <http://diegojavi007.blogspot.com/2010/01/historia-de-la-radiodifusion-en-el.html>
41. Eugenio Eugenio, D. O. (2016). LA EXCLUSIÓN DE HERRAMIENTAS DIGITALES INFLUYE EN LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN DEPORTIVA EN RADIO AMBATO.
42. Fernández Vargas, X. (s.f.). *Construcción social del género: conceptos básicos*.
43. Franco Prieto, J. A. (13 de MARZO de 2010). *HERRAMIENTAS*

- TECNOLÓGICAS*. Obtenido de <http://herramientastecnologicasjafp10.blogspot.com/2010/03/definicion-herramientas-tecnologicas.html>
44. García, V. (2005). *Manual De Géneros Periodísticos*. Bogotá.
 45. Gómez, C. (15-20 de Abril de 1998). *Organización de Estados Iberoamericanos*. Obtenido de <http://rieoei.org/oeivirt/rie18a08.htm>
 46. Guerrero Vinueza, E. (10 de 2010). *utpl*. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/>: <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/5227/1/TESIS%20ERNESTO%20SANTIAGO%20GUERRERO%20VINUEZA.pdf>
 47. Guerrero Vinueza, E. S. (2010). *Uso de herramientas digitales en el periodismo deportivo ecuatoriano, análisis de casos nacionales e internacionales*. Quito: UTPL.
 48. Hendel, L. (2017). *Perspectiva de genero*. Argentina.
 49. Hendel, L. (2017). PERSPECTIVA DE GÉNERO. En L. Hendel, *COMUNICACIÓN, INFANCIA Y ADOLESCENCIA*. (pág. 34). Argentina.
 50. Hernandez, H. (22 de Junio de 2013). *Blog hablamos de mujeres*. Obtenido de Blog hablamos de mujeres: <http://www.laopiniondezamora.es/blogs/hablamos-de-mujeres/la-mujer-y-los-medios-de-comunicacion.html>
 51. Herrera Damas, S. (2005). *El antes y el ahora de la participación de los oyentes en los programas de radio*. Murcia.
 52. Hurtado León, I., & Toro Garrido, J. (2005). *Paradígmasy métodos de investigación*. Venezuela: Episteme consultores asociados.
 53. Izquierdo, M. J. (1994). PENSAR LAS DIFERENCIAS. En M. J. Izquierdo, *Pensar las diferencias* (pág. 218). Barcelona.
 54. Kapuscinski, Ryszard. (s.f.). LOS CÍNICOS NO SIRVEN PARA ESTE OFICIO. En R. Kapuscinski.
 55. López Vigil, J. (2005). *MANUAL URGENTE PARA RADIALISTAS APASIONADOS*. Lima. Obtenido de https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf
 56. Machado Villacres, R. C. (2009). *Taller de especializacion paa comentaristas de futbol en radio*. Quito.
 57. Mendoza, F. (28 de Junio de 2011). *Las Radios se encienden en la Internet*.

- Quito, Pichincha, Ecuador.
58. Morán, K. (12 de Febrero de 2017). *Clases de Periodismo*. Obtenido de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2017/02/12/6-consejos-para-hacer-transmisiones-de-video-en-vivo/>
 59. mujeres, I. N. (1995). *Las mujeres y los medios*. Obtenido de Las mujeres y los medios: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf
 60. Nestor Bravo. (s.f.). EL CONCEPTO DEL TALLER. En N. Bravo, *EL CONCEPTO DEL TALLER* (pág. 36).
 61. ONU. (2015). Las mujeres y los medios de difusión. En ONU.
 62. Pan, Montserrat Barba;. (25 de abril de 2016). *Las tres olas del feminismo*. Obtenido de Las tres olas del feminismo: <https://www.aboutspanol.com/las-tres-olas-del-feminismo-1271639>
 63. Peinado, M. (21 de Febrero de 2017). *El País*. Obtenido de http://verne.elpais.com/verne/2017/02/17/articulo/1487328698_181222.html?id_externo_rsoc=FB_CM
 64. Ricaute, P. (26 de Febrero de 2010). *EL IMPACTO DE FACEBOOK EN NUESTRAS RELACIONES SOCIALES*. Obtenido de <https://mediosfera.wordpress.com/2010/02/26/el-impacto-de-facebook-en-nuestras-relaciones-sociales/>
 65. Rojas Torrijos, J. L. (2010). *LA SINGULARIDAD DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaResponsabilidadSocialDelInformadorEnElUsoDelLeng-3264417.pdf>
 66. Santos, E. (30 de Noviembre de 2016). *EROSKI CONSUMER*. Obtenido de <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2016/11/30/224638.php>
 67. Scribd. (5 de Mayo de 2018). *Scribd*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/5185806/TESTIMONIO-PERIODISTICO>
 68. SEMPLADES. (2009 – 2013). *Plan del buen Vivir*. Quito.
 69. Shutterstock. (s.f.). *Universia*. Obtenido de Universia: <http://profesiones-ocupaciones.universia.net/profesion/comentarista-radio-television/45>
 70. Silva Paredes, D. J. (2016). LOS PROGRAMAS RADIALES Y EL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LA CIUDAD DE AMBATO.
 71. Vinueza, V. (9 de Junio de 2011). *Historadio*. Obtenido de <http://historadio.blogspot.com/2011/06/funcionamiento-de-la-radio.html>

72. Vizcarra, J. M. (16 de Junio de 2015). *Razón y Palabra*. Obtenido de PERIODISMO DEPORTIVO 3.0:
<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/Javier%20Molina%20Vizcarra.html>
73. VOCES, C. (2013). *VOCES*. Obtenido de
<http://www.vocesconsultores.com/index.php/formacion/medios-de-comunicacion/145-voz-comercial-y-doblaje>

ANEXOS

**Entrevista del Proyecto de Investigación, Previo a la obtención del Título en
Licenciada en Comunicación Social**

1. ¿Cuál es el grado laboral de la mujer u hombre para programas deportivos?
2. ¿La mujer hace funciones periodísticas solo por su capacidad o se la utiliza únicamente como imagen decorativa?
3. ¿Qué medio radia de comunicación muestra, en su programación a la mujer como un ser igualitario al hombre?
4. ¿Quién tiene mayor protagonismo en el ejercicio del periodismo?
5. ¿Qué protagonismo tiene la mujer en los programas deportivos?
6. ¿Con que frecuencia los medios radiales de comunicación difunden la entrevista realizada por mujeres en los programas deportivos?
7. ¿Quién presenta las entrevistas realizadas por mujeres? Es decir, presenta una mujer o un hombre y si la mujer comenta o relata lo realizado en las entrevistas.
8. ¿Con que frecuencia los medios radiales de comunicación hacen participe de un comentario futbolístico a una mujer en una trasmisión deportiva?
9. En base a la pregunta 8 ¿Quién comenta más el hombre o la mujer?
10. ¿Qué percepción ve en la audiencia cuando comenta una mujer?
11. ¿Qué preferencia tiene la audiencia por el hombre o la mujer y por qué?
12. ¿La mujer es utilizada para el espacio publicitario de radio por su voz sensual y por qué?
13. ¿Cree usted que es importante complementar la información de los programas deportivos radiales con voces femeninas?
14. ¿Qué disciplina deportiva abordan las mujeres en los medios de comunicación?
15. ¿En Ambato, existen programas radiales que incluyan a mujeres y hombres en un programa deportivo? (Alguien que usted conozca o tenga referencia)
16. ¿En qué medio de comunicación ha notado más la presencia femenina?
17. ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse acerca de los deportes?
18. ¿Cómo fue en el tiempo que usted tuvo sus primeras experiencias dentro del periodismo deportivo?
19. ¿Cuántas mujeres trabajaban y que hacían?
20. ¿Por qué decidió entrar a una actividad de “hombres” en aquella época donde el machismo era en mayor que hoy?

21. ¿Qué anécdotas tiene de esta profesión en el periodismo deportivo?
22. ¿Qué le decían en la calle, en su casa, en el mismo trabajo sus compañeros hombres?
23. ¿Qué función tenía usted en la radio?
24. ¿Por cuánto tiempo permaneció en la radio en los programas deportivos?
25. ¿Cómo era el trato de sus compañeros hacia usted siendo ecuatoriana Martha Córdova y si tenía alguna diferencia en el trato con la colombiana Julieta Estrella?
26. En base a la pregunta 25 ¿Cuál de las dos tenía más preferencia o el trato era igualitario?
27. ¿En cuantos medios de comunicación tanto radiales como televisivos se ha desenvuelto en el periodismo deportivo?
28. ¿Cuánto tiempo le llevo esperar una oportunidad en la televisión?
29. ¿Ha tenido alguna experiencia internacional y en qué año?
30. ¿Por qué dejo a un lado el periodismo deportivo para dedicarse actualmente a la docencia?
31. ¿Dejo esa plaza laboral quizás porque la remuneración a las mujeres no es buena?
32. ¿Qué consejo les daría a las mujeres que están integrando el periodismo deportivo?

GRACIAS

PAPER DE INVESTIGACIÓN

Tema:

**“EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LAS
RADIOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”**

Autora:

KATHERINE MISHHELL SILVA ZAMORA

PAPER

Título:

**“EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LAS
RADIOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”**

Autora:

KATHERINE MISHHELL SILVA ZAMORA

Resumen:

El presente estudio tiene como finalidad analizar el rol de la mujer en el periodismo deportivo en las radios de la ciudad de Ambato, investigando los beneficios y perjuicios que posee adquirir nuevas funciones periodísticas al momento de difundir información.

Las personas que consumen información deportiva comienzan a optar por recibir información a través de la mujer, el periodismo deportivo va tomando fuerza al momento de conocer noticias por medio de mujeres, existen varias radios con programación deportiva que ayudan que la mujer tenga más alcance y complemente con el hombre al momento de informar, al momento varias mujeres alrededor del mundo van ocupando diferentes roles en programas deportivos.

Durante el proceso investigativo se desconocía el rol que tiene la mujer en las radios deportivas de la ciudad de Ambato, profundizando el simple hecho de poder ocupar dentro de un programa deportivo las funciones más básicas dentro de ella, sino ocupar funciones como comentarista o relatora de una transmisión en vivo de un partido de fútbol.

La mujer ha podido llegar con información deportiva, rompiendo estereotipos que impone el machismo. Transmitir un partido de fútbol en vivo permitiría llegar a más oyentes de las radios de la ciudad de Ambato donde podrán tener una igualdad en los

roles ya que la mujer al igual que el hombre se viene preparando para poder emitir opiniones o comentarios de los diferentes deportes.

La mujer al momento de ocupar un rol dentro de un programa deportivo en una radio debe dar a conocer su capacidad y su imagen corporal quedará por añadidura, la posibilidad de acompañar al hombre en transmisiones deportivas en vivo ya ha sido aceptada por la sociedad, pero solo para hacer entrevistas, ser reportera de camerino, dar estadísticas y hacer voz comercial, pero una mujer preparada y que se sigue actualizando debería atreverse a escalar posiciones y llegue a tener el mando de la programación, es decir tener la función importante del Director, del que relata, del que comenta, esto puede llegar a ser un beneficio para los propietarios de una radio ya que llegaría una nueva era de la radio para generar más recursos económicos.

PALABRAS CLAVE: Trasmisión, Rol periodístico de la mujer, Información Deportiva, Radio.

ABSTRACT

Topic: The role of women in sports journalism in the radios of the city of Ambato.

Author: Katherine Michell Silva Zamora

Tutor: Dr. Walter Francisco Viterbi Torres

The purpose of this study is to analyze the role of women in sports journalism in the radios of the city of Ambato, investigating the benefits and harms of acquiring new journalistic functions when disseminating information.

People who consume sports information begin to choose to receive information through women, sports journalism is gaining strength at the time of knowing news through women, there are several radios with sports programming that help women have more reach and complement with the man at the moment of informing, at the moment several women around the world are occupying different roles in sports programs.

During the investigative process, the role of women in sports radios in the city of Ambato was unknown, deepening the simple fact of being able to occupy the most basic functions within a sports program, but occupying functions as a commentator or rapporteur of a live broadcast of a football match.

The woman has been able to arrive with sports information, breaking stereotypes imposed by machismo. Transmitting a live soccer match would allow more listeners to reach the radios of the city of Ambato where they can have an equal role as the woman as well as the man is preparing to issue opinions or comments on the different sports.

The woman when occupying a role in a sports program on a radio should make known their ability and their body image will be added, the possibility of accompanying the man in live sports broadcasts has already been accepted by society, but only to do interviews, to be a reporter in the dressing room, to give statistics and to make a commercial voice, but a woman who is prepared and who keeps on updating should dare to climb positions and get to have the command of programming, that is, to have the important function of the Director, of the one who relates, who comments, this can be a benefit for the owners of a radio since a new era of radio would arrive to generate more economic resources.

KEYWORDS: Transmission, Journalistic role of the woman, Sports Information, Radio.

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Ambato el periodismo deportivo ha evolucionado, la mujer cada vez se va involucrando más en los periodismos deportivos, el talento y la capacidad ha hecho que complemente al hombre en la información deportiva de manera que las radios capten más oyentes y tenga mayor alcance, hacen que estos medios de comunicación innoven su programación.

Trasmitir en vivo programas radiales con mujeres, es una de las ventajas que tienen las radios locales para llegar a más personas mediante el criterio y opinión, la capacidad que tiene la mujer para emitir información desde cualquier función periodística ha llegado a los paneles de los integrantes de los medios de comunicación que sienten la necesidad de avanzar innovando las parrillas de programas deportivos para realizar productos de audio con estándares de calidad.

Es por ello que, para lograr los objetivos planteados hemos desarrollado la investigación de la siguiente manera:

Donde se analiza la contextualización macro con datos de países de Latinoamérica como en Argentina o Chile y distintos países en los que se practica el fútbol profesional las mujeres han comenzado a tener un rol muy importante como en la reportaría de noticias deportivas hasta llegar al análisis del mismo en la mesa compartiendo ideas o mensajes con sus compañeros hombres, se analizó la relación causa - efecto del árbol de problemas, para llegar a la elaboración de la prognosis, la formulación del problema, , la justificación de la importancia, el interés, impacto y beneficiarios al momento de ejecutar el proyecto, los objetivos general y los específicos que ayudaron a la determinación de resultados de la investigación bibliográfica y de campo. Se señalan los antecedentes del estudio y su sustento filosófico y legal, además se recoge la fundamentación teórica que tiene relación las radios y los roles de la mujer. En este capítulo además se encuentra la hipótesis que trata sobre las funciones que una mujer ocupa dentro de un programa deportivo de las radios de la ciudad de Ambato.

El análisis e interpretación de resultados obtenidos en la investigación, donde se

envuelve un análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados de las encuestas, llegando a la comprobación de hipótesis. En donde finalmente se describen las Conclusiones y Recomendaciones de acuerdo a los resultados obtenidos y objetivos que se estudia, para lograr solucionar las problemáticas encontradas en la investigación.

Línea de Investigación: Referencias bibliográficas y anexos relevantes.

Metodología

La presente investigación está enmarcada dentro del paradigma crítico- propositivo, debido a que surge la necesidad de una crítica con relación a la propuesta como finalidad de aplicar la investigación como espacio principal de desarrollo de la tecnología a nivel mundial y su incursión a los medios de comunicación con la idea de poseer una buena estrategia para despertar el interés sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo.

Esta propuesta además nace con la idea de investigar sobre el conocimiento de las experiencias en el “Rol de la mujer” creada o diseñada exclusivamente para contar experiencias exitosas de las mujeres, incluyendo a hombres que han laborado con mujeres de trayectoria triunfante en el periodismo deportivo en donde se conozca de los diferentes roles periodísticos que una mujer puede ocupar por su capacidad al igual que el hombre sin limitaciones por parte de la sociedad machista en la que crecimos, aportando así a la sociedad y a los nuevos talentos femeninos que quieran integrar un programa radial deportivo.

La propuesta cumple con la finalidad de conocer la experiencia personal de cada ponente sobre las ventajas o desventajas que provoca el rol en las transmisiones de encuentros deportivos en la afición deportiva de la ciudad de Ambato.

Resultados

CONCLUSIONES

- En la actualidad las mujeres en el periodismo deportivo han ido incrementando su participación, en todas las funciones dentro de un programa deportivo excepto en lo más importante es decir el relato, pero como dijo Patricio Mantilla y Fernando Baird la mujer tiene la capacidad para ir subiendo en cada función laboral y desenvolver de mejor manera e irse preparando para aspirar más y no limitarse o estancarse solo en una función como dice Lorena Ramos “ si quieres lo puedes y ante eso no hay obstáculos, pero esto también se puede dar por la apertura de la radio y el apoyo de sus compañeros en donde tenga un buen ambiente laboral y no perjudique al equipo de trabajo.
- En la radio es en donde se escucha más a mujeres comentando o simplemente ocupando u lugar en un programa deportivo, el inconveniente según los entrevistados está en la televisión en donde a más de capacidad para integrar un medio deportivo deben tener una buena imagen física aunque según uno de los entrevistados a nivel nacional cuando se trata de coberturas internacionales, el menciona que las cadenas televisivas si buscan literalmente un estereotipo, es decir la chica rubia, ojos claros, delgada y que en ocasiones solo sepa sonreír y llame la atención de los televidentes.
- El hombre siempre ha tenido mayor protagonismo en el medio deportivo más aun en el futbol, pero esto a raíz de nuestra sociedad machista en donde desde pequeños a las mujeres nos relacionan con las muñecas o cocina y a los hombres con carros o balones de futbol y desde siempre en un programa deportivo la presencia masculina siempre ha sido protagónica en dichas funciones laborales, al menos en Ambato las radios deportivas siempre han mantenido un formato en sus programas, es decir que los directores son los que más llevan el hilo del programa y más actúan en el mismo.

RECOMENDACIONES

- La preparación es lo más fundamental para ocupar un sitio laboral dentro de un medio de comunicación y más aún si se trata de un programa deportivo en donde obtener un título universitario no es suficiente sino la preparación diaria es el éxito para llegar al nivel conocedor de los hombres e incluso sobre pasar y demostrar que somos capaces para muchas funciones en un programa y no solo llegar a ser reportera o presentadora en el caso de la televisión, sino que rompamos el paradigma de no poder relatar o comentar un partido en vivo y porque no llegar a dirigir u programa deportivo algo que tampoco se ha visto en nuestro entorno.
- La auto preparación es lo más importante para desenvolver en el medio deportivo y ganarse un lugar importante en un programa deportivo y que la mujer no se limite, hasta el momento ha roto una gran cantidad de paradigmas machistas y poco a poco lo seguirá haciendo, pero como manifestaron los entrevistados todo a base de conocimiento y preparación para no quedarse en una sola cosa sino para seguir sobre saliendo hasta llegar a la igualdad de género en programas deportivos y televisión de deportes, ya que en prensa escrita la equidad e igual existe y en ocasiones en este medio de comunicación la mayoría de las funciones son ocupadas por mujeres.
- Las mujeres deben demostrar siempre ser profesionales y mostrar ninguna picardía con sus compañeros y menos con aficionados porque por el simple hecho de ser mujer ya corre peligro a en el sentido de ser ofendida por ocupará un lugar de un hombre y a más de eso es el ser más venerable en un mundo machista en donde el hombre (aficionado) piensa que puede tocar o manosear a una reportera y esto dependerá de cómo la mujer se muestre y se dé a respetar.

**Entrevista del Proyecto de Investigación, Previo a la obtención del Título en
Licenciada en Comunicación Social**

1. ¿Cuál es el grado laboral de la mujer u hombre para programas deportivos?
2. ¿La mujer hace funciones periodísticas solo por su capacidad o se la utiliza únicamente como imagen decorativa?
3. ¿Qué medio radia de comunicación muestra, en su programación a la mujer como un ser igualitario al hombre?
4. ¿Quién tiene mayor protagonismo en el ejercicio del periodismo?
5. ¿Qué protagonismo tiene la mujer en los programas deportivos?
6. ¿Con que frecuencia los medios radiales de comunicación difunden la entrevista realizada por mujeres en los programas deportivos?
7. ¿Quién presenta las entrevistas realizadas por mujeres? Es decir, presenta una mujer o un hombre y si la mujer comenta o relata lo realizado en las entrevistas.
8. ¿Con que frecuencia los medios radiales de comunicación hacen participe de un comentario futbolístico a una mujer en una trasmisión deportiva?
9. En base a la pregunta 8 ¿Quién comenta más el hombre o la mujer?
10. ¿Qué percepción ve en la audiencia cuando comenta una mujer?
11. ¿Qué preferencia tiene la audiencia por el hombre o la mujer y por qué?
12. ¿La mujer es utilizada para el espacio publicitario de radio por su voz sensual y por qué?
13. ¿Cree usted que es importante complementar la información de los programas deportivos radiales con voces femeninas?
14. ¿Qué disciplina deportiva abordan las mujeres en los medios de comunicación?
15. ¿En Ambato, existen programas radiales que incluyan a mujeres y hombres en un programa deportivo? (Alguien que usted conozca o tenga referencia)
16. ¿En qué medio de comunicación ha notado más la presencia femenina?
17. ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse acerca de los deportes?
18. ¿Cómo fue en el tiempo que usted tuvo sus primeras experiencias dentro del periodismo deportivo?
19. ¿Cuántas mujeres trabajaban y que hacían?
20. ¿Por qué decidió entrar a una actividad de “hombres” en aquella época donde el machismo era en mayor que hoy?

21. ¿Qué anécdotas tiene de esta profesión en el periodismo deportivo?
22. ¿Qué le decían en la calle, en su casa, en el mismo trabajo sus compañeros hombres?
23. ¿Qué función tenía usted en la radio?
24. ¿Por cuánto tiempo permaneció en la radio en los programas deportivos?
25. ¿Cómo era el trato de sus compañeros hacia usted siendo ecuatoriana Martha Córdova y si tenía alguna diferencia en el trato con la colombiana Julieta Estrella?
26. En base a la pregunta 25 ¿Cuál de las dos tenía más preferencia o el trato era igualitario?
27. ¿En cuantos medios de comunicación tanto radiales como televisivos se ha desenvuelto en el periodismo deportivo?
28. ¿Cuánto tiempo le llevo esperar una oportunidad en la televisión?
29. ¿Ha tenido alguna experiencia internacional y en qué año?
30. ¿Por qué dejó a un lado el periodismo deportivo para dedicarse actualmente a la docencia?
31. ¿Dejó esa plaza laboral quizás porque la remuneración a las mujeres no es buena?
32. ¿Qué consejo les daría a las mujeres que están integrando el periodismo deportivo?

GRACIAS